

# 直播的诱惑

□本报记者 李科学 文/图

昨天早上刚刚5点半,大萌已准时坐在了自己小小的直播间,打开了补光灯。为了让素颜气色更好,她提前做了会儿运动热身。早起看直播的人不多,但她不以为意,开始认真介绍产品。

粉丝陆续进了直播间,两百、三百、一千……也开始了互动。询问功效的、索要优惠券的、咨询自己的皮肤状况是否适用的……大萌介绍产品、试用面膜、回答问题,还不忘跟刚进直播间的熟粉打招呼。

今年30岁的大萌是一名淘宝美妆主播,主要推介天猫旗舰店的国货美妆护肤品,在淘宝有5万多名粉丝。最辉煌的时候,一场直播有约三万人在线观看,还两度上了淘宝精选直播的封面,用她的话说,赶上了淘宝直播的黄金时代。

大萌的大名叫郑萌萌,因淘宝直播名字“美美大萌”获粉丝昵称大萌。她是个典型的90后,敢想敢做,有闯劲儿。



大萌直播时介绍一款面霜



直播结束后,大萌查看并分析当天的播出情况

## 每天清晨开播 曾经月入几万 拥有五万粉丝的90后美妆主播

**有点拼** // 每天早早开播+每场四五个小时,还自嘲到了疲惫期

大萌挺拼的。8点半,连续讲了3个多小时的她扛不住饿,跟粉丝打个招呼去解决早餐,直播画面切换成一段面部护理的录播。20多分钟后,大萌回来,元气满满地和粉丝互动。一场四五个小时的直播下来,她至少要喝掉三四杯水。

将近10点下播,大萌调出后台统计数据,指着说:“你看,今天观看次数2172,涨了10个新粉。”

大萌住在湛河区恒大名都小区,环境优美,鸟语花香。直播间就设在家中的一个房间,6平方米左右,两排货架上满满地摆着厂家提供的上千件产品,初看不

由为之一震。“这就是小主播的状态。”她笑着说。这两年多,她搬过4次家,上次搬家曾扔掉4箱化妆品。

自2017年9月成为一名淘宝美妆主播后,大萌就固定在早晨开播。一般人会觉得,晚上看直播的人才多,早晨这个点儿哪有粉?大萌却有自己的想法:晚上确实观众多,但主播也更多。比起明星主播,普通美妆主播能有多少竞争力?不如另辟蹊径。调查数据也显示,除了打鸡血的新主播肯早起外,这个时段竞争不激烈。再说,做晨间主播还有一个好处:晚上10点前必须入睡,好

皮肤无压力。

大萌的粉丝定位清晰:早起上班、送孩子上学的女性,在洗漱、做早餐的时间都能打开直播看几眼。她们大都是35岁以上的姐姐粉,有护肤的需求,也具备一定的经济实力。

有了固定粉丝群就不能轻易更换时间,否则粉丝会流失。与大萌同期出道、曾经流量差不多的主播,如今已经有十来个人消失不见。作为淘宝同期目前处于中间位置的美妆带货主播,大萌自嘲虽然不太好,算是“垂死挣扎”,但毕竟坚持下来了,“比上不足,比下有余”。

大萌现在也有点“佛系”。按规定,每月直播时间须达到60个小时,她一天只播4小时,量是够了,但比起最初已少了很多。其他主播有的能达到一天8到12小时。她自嘲是到了疲惫期,不想有太多压力。

事实上,2018年下半年到2019年上半年是淘宝直播的“野蛮”生长期,形势一片大好。作为出单量高、带货能力强主播,大萌曾上过两次淘宝精选直播的封面,也两次出现在淘宝首页的直播预告视频上。热爱她的粉丝为她疯狂点赞,把她送入淘宝美妆人气榜前十。

**相当火** // 话匣子+美妆知识,让她成为网红主播

大萌原本在淘宝开店卖服装,请过主播推广,也试过自己开店直播,但流量不多,“播八个小时,可能只有一二十个人看”。于是,打小就是个话匣子的她就想试试自己做主播。因为之前在妈妈圈论坛积累了十多万粉丝,对美容、护肤、彩妆等颇有心得,她就打算从美妆方面着手。个人很难找到资源,只能与公司合作。经过网上多方查找,她签约深圳一家公司,对方负责寻找美妆货源,她变身为美妆主播推广产品。

“第一次上播,脸红心跳,抬

不起头。”回忆起两年多前第一次直播,大萌笑着说,因为新主播粉丝少,经常得不到回应,“看着屏幕上的自己,就像在自言自语”,很尴尬。头一两个月,她的嗓子都是哑的,黄氏响声丸、润喉片成批购进。更难过的是,一些进直播间就骂的黑粉,让她好久缓不过劲儿来,心里一直是小心翼翼、如履薄冰。

接下来,试用、研究、总结、反思。明天推介哪些产品?如何设计抽奖互动?各个时间段如何分配?大萌的笔记本写了厚厚一摞,就像老师的教案。大萌不

那么那么多花样,但具备专业知识,讲起护肤意识和习惯、面部按摩手法,娓娓道来。

靠着沉稳踏实的风格和过硬的产品质量,大萌的粉丝稳定增长。粉丝第一次破万时,大萌激动坏了。更激动的是,她还收获了忠实粉——听到她嗓子哑了,一位吉林的姐姐寄来黄芪和阿胶,让她心里很是温暖。

2018年,有一段时间大萌特别有成就感。做一个单品的秒杀,瞬间三四百单,“有人一次拍二三十瓶,5分钟就抢光了”。大萌说公司有两个台柱子,除了另

一个带货特别厉害的姑娘,她就是第二个,那段时间几乎每场直播观看人数平均都在万人以上。靠着粉丝支持,曾经有几个月,大萌都在淘宝主播排位赛的美妆主播前十。

大萌其实不喜欢这种比赛,像是紧绷着一根弦,累。不过,生活也悄悄起了变化。女儿选舞蹈学校,老师认出了她;走在路上,被人拉着问是不是淘宝主播;有次去7·1视界商场,一个售货员小姑娘一脸吃惊地问:淘宝主播大萌吗?我是你的粉丝呀。大萌有点不好意思,但又挺开心。

**压力大** // 消费下降+竞争激烈,粉丝及收入均有所下降

谈起疫情是否对直播带货的收益产生影响,大萌说,确实有影响。但她又说,自己现在面临的压力,不仅仅是疫情带来的,还有其他几个方面。

初入淘宝直播,大萌说自己是“稀里糊涂赶了一个潮流”,分得一波红利,虽然没有一夜一套房那么夸张,但“做得好的时候,一个月收入几万元没问题”,毕竟也不是每个主播都能成为李佳琦、薇娅。

疫情出现后,虽然宅在家中看直播的人多了,但消费能力却有所降低。大萌发现,一些厂家

的产品销量明显下跌,价格也越来越低;有些几乎不搞活动的厂家也开始“秒杀”;有的产品之前一个月几十万的销量,现在降到了几千。

去年10月,大萌的数据还是很不错的,单场观看人数都在万人以上。可过完“双十一”和“双十二”,人数开始慢慢往下掉。她的压力就是那时开始产生的。

另外,随着网络主播带货的兴起,平台越来越多,明星和素人纷纷加入直播带货行列。对于普通主播们来说,流量分摊后下降也是整体趋势。大萌同期的一些

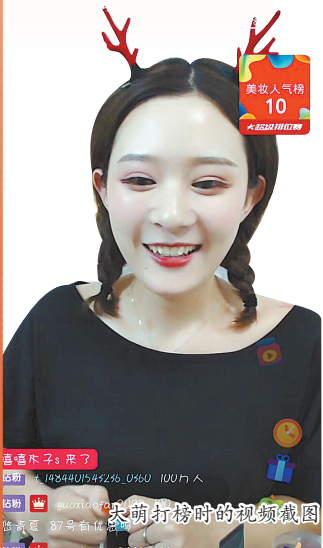
主播流量降至一千、几百,数据越来越差,选择了退出。

对于大萌来说,已经形成了固定风格、固定受众,很难再有上升空间,虽然她也尝试了突破和改变,可效果并不尽如人意。新粉越来越少,月收入也由高峰时的几万元降到几千元。

虽然压力很大,但她依然比较乐观。“我对直播带货的方式还是比较有信心的,毕竟能花更少的钱买到需要的东西,大家是欢迎的。”大萌说,也许像她这样的小主播过两三年就不得不退出这个行业了,“顺其自然吧”。

对于未来的打算,大萌说,之前曾收到过杭州的工作邀请,但考虑到女儿还小需要照顾,不能离家远去,所以眼下还是会认真把直播做好。但如果真的有一天,直播间里没有粉丝了,也就没必要再熬着,“时代变化快,现在火直播,谁知道过两年又会火什么”,但自己还年轻,有很多东西可以试试。

大萌说,这两年多,她几乎没有休过两天以上的假,就连过年都不曾休息,女儿的学习和生活也多由爸爸照顾,尤其最近孩子在家上网课,她几乎帮不上忙。



大萌打榜时的视频截图