

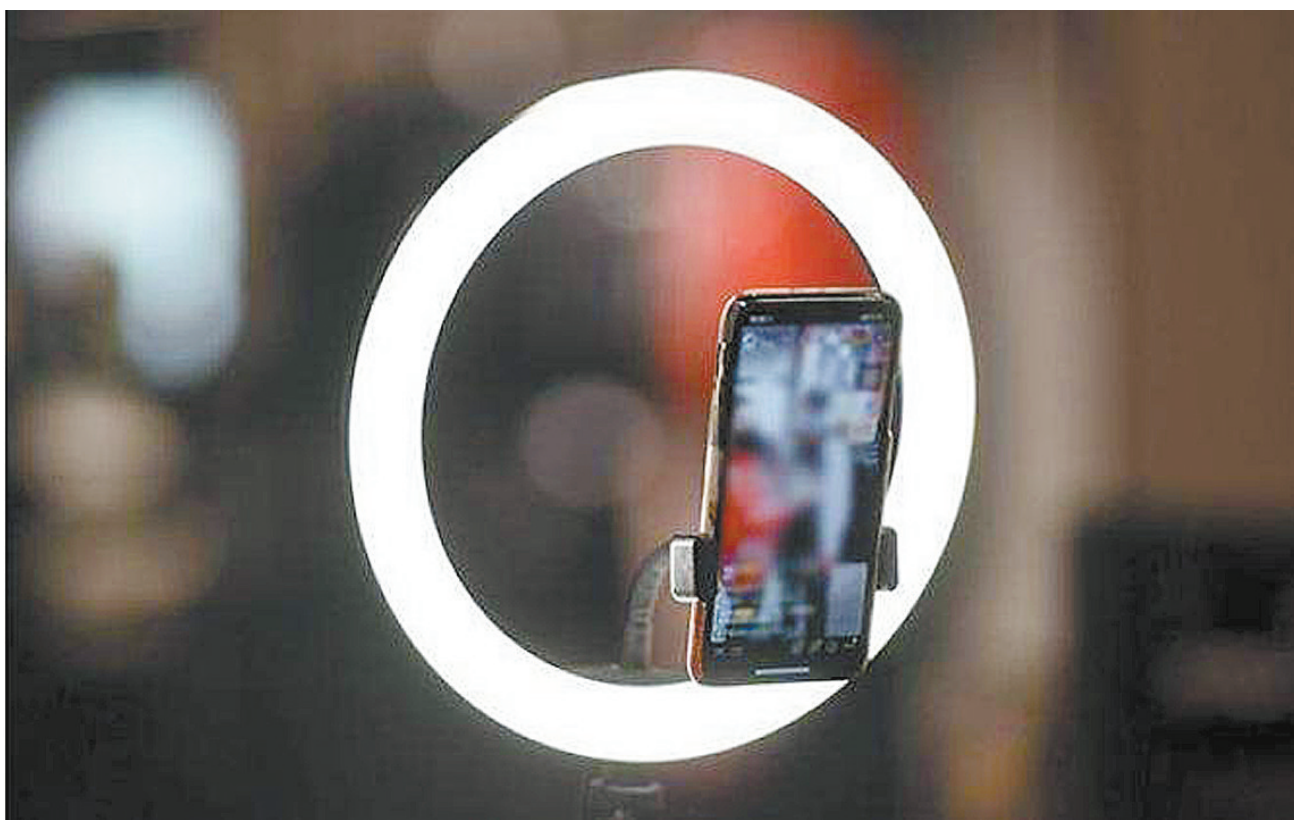
# 直播带货光鲜的背后： 行业收入两极分化严重 近半数从业人员来自农村

据《新京报》报道，二八效应仿佛魔咒，罩在任何一个打着追光的行业里，主播圈尤为明显。

头部主播拿着超7位数的收入，收割流量并最终出圈。但更多的是全民直播时代下的腰部、尾部主播，有的甚至自嘲为脚部主播。

尽管如此，大二学生陈华（化名）认为找到了无门槛“跃入龙门”的机会。其经熟人介绍，缴纳399元加入了一社交电商的主播队伍。公司承诺会提供7天免费培训，并为尚未获得签约资格的她开设个人直播间。此后，她被拉进一个360多人的微信群，主讲人通过语音授课。虽然至今还一知半解，但她直言：未有任何怀疑。令陈华记忆深刻的培训内容就是“裂变”，新人主播们被告知，可以邀请好友注册，从而获得提成。记者通过搜索发现，陈华的经历并非个例。

进入2020年，踏上风口的主播带货浪潮迭起，聚光灯下光鲜的“外表”，不断吸引着“追光者”。不过，现实难逃辛酸。相关报告显示，“带货经济”行业收入两极分化严重，逾七成从业者月收入不过万，44.3%的主播坦言团队仅有自己一人。



（资料图片）

## 【所谓培训】

### 交钱进不同主播层级 实际收益看个人能力

“我没有想着做直播能赚多少钱，就是想玩一下。”正在读大二的陈华在暑假找了份“兼职”，相熟的美容店老板最近向陈华介绍了一个社交电商平台，称他们正在招带货主播，也顺便给陈华讲了讲身边人的成功带货故事。

6月28日，在这位老板的带领下，陈华直接参加了该社交电商深圳分部举办的直播内测启动大会。现场人员除了公司内部员工，大多和陈华一样经熟人介绍而来。

通过内测大会宣讲，陈华了解到该社交电商内部存在主播、公会和分公司三个层级，且公司招募主播并没有门槛，任何人只要交纳相应的金额，就能进入不同的层级。不同层级后期的预计收益自然也存在较大差异——正式主播月薪可以达到八千至一万元，主播与供货商之间五五分，但实际收益还要看个人能力。

最终，陈华选择交399元以主播身份加入了该社交电商，此时她尚未取得签约资格，但是该公司承诺会提供7天免费培训，并为她开设个人直播间。

此后，陈华开始无限期待。从6月28日加入，直到半个月后的7月14日，公司才为新人主播们提供第一次培训。她被拉进一个360多人的微信群，培训主讲人据称为某传媒公司董事长，通过发语音的形式授课，一次培训发了近百条语音。

陈华对记者表示，不知道后期的培训形式是否依然如此，但她未有任何怀疑，就想着“听得懂一点是一点”。

令陈华记忆深刻的培训内容就是“裂变”，虽然是主播培训，但似乎培训的主题更多的是“话术技巧”“互联网商谈思维”和“公司裂变机制”。新人被告知，可以邀请好友注册，从而获得提成。

记者了解到，社交电商多采取拉新裂变的玩法，不断获得新人，在特定社交化场景中进行导购式传播与病毒式裂变。如今该种社交电商模式也开始披上直播带货的外衣，通过拉新、发展下线

艾媒研报显示，2020年第一季度，中国网络主播平均月工资收入在一万元以下的占比为45.0%，其中收入在4500元-6000元之间的主播占比23.5%；收入在一万元以上的主播占比为54.9%，其中收入在5万元以上的主播仅占4.1%。

BOSS直聘发布的《“带货经济”从业者现状观察》报告显示，“带货经济”行业收入两极分化严重，逾七成从业者月收入不过万，近半数从业人员来自农村。44.3%的主播坦言团队仅有自己一人。

很多年轻人依旧非常向往成为和李佳琦、薇娅一样成功的主播。据智联招聘《2020年春季直播产业人才报告》显示，在春节后直播行业招聘需求逆势增长132.55%。

## 【社交模式】

### 直播混入“拉新”玩法，邀请好友可获提成

可以“无门槛”做上主播。

陈华就这样成了其中一员。在加入公司之初，陈华经熟人介绍，结识了一位宣称经验丰富的年轻主播，并将其视为自己的直播师父。“我和她（老师）在同一个直播间带货，卖出去货，利润可能是五五分，但具体的分成规则要等团队建起来后再商量。”

这位师父告诉她，目前正在组建自己的直播团队，邀请陈华做自己的副播，协助她直播工

作。陈华告诉记者，作为该公司的“主播”，她目前还没有正式直播过。

陈华称，“语速快”“高颜值”“年轻”是行业内普遍看中的主播特质与条件，不过做出个人风格才是最重要的。“在风格上我还没有形成自己的独特之处”，她认为自己有一头短发，“如果到直播的那一天，我可能会是一个干净利落女强人的形象”。

记者在贴吧中搜索到直播带

货和社交裂变的宣传内容，称“直播带货+社交裂变分销的小程序或者APP才是社交电商的主流，直播和社交裂变必须共同使用”，并声称直播+社交裂变才是最大的风口。

记者通过搜索直播带货直播招聘发现，多个招聘打着无门槛的旗号，工作地点和时间也无特殊要求，学历要求多为大专及以上即可，但宣称一对一辅导成名，公司扶持、团队服务、变现快。

## 【真实现状】

### 收入两极分化严重，月入5万元以上仅占4.1%

主播青峰曾是华中地区某头部MCN公司的运营，5月份正式做起带货主播。但作为创业团队的一员，青峰还要参与运营、商务甚至导演等工作，总共二十人的创业团队囊括了主播、策划、执行、导演、导演助理、招商等多个工种。

青峰对记者表示，如果身边有朋友说现在想去做主播，他的第一个反应是先“劝退”，因为这个行业有很大不确定性以及超大的工作量。很多商家在亏钱入场，赚钱的主播也只是少数。

“其实有时沟通还挺难的。”作为有11万粉丝的大利，在主播圈并不算有名，相应商家方面的话语权并不大。

与秀场直播不同，电商直播是一切围绕产品的直播，属性之一便是在直播间里粉丝能拿到产

品的“优异”价格。很多头部电商直播主播也因为能够拿下所谓“全网最低价”而牢牢“抓住”粉丝。

大利表示，有些价格比较透明的产品几乎没有去和商家砍价的空间，例如，常在李佳琦直播间出现的品牌花西子，“我们想把它的价格打下来真的很难”。

对于小主播团队来说，要持“商家越虐我们，我们还要待你如初恋”的想法。大利透露，选品群里经常会有商家不配合，但为了优惠价格，团队会一直沟通直到拿下足以吸引消费者的价格。

中商产业研究院研报显示，从职业结构看，腰部网红占据从业者大多数，但是这部分网红大多是迫于经济压力或者一点兴趣选择带货主播作为职业，成长初期依靠微薄的保底薪资生活并且

蹿红速度慢，心理压力大。而网红带货的经验很难成为跨行业择业的敲门砖，长期职业发展道路较窄。

曾经，网络流传一张图片是李佳琦和薇娅早期相邻直播的画面，当时二人还不是直播带货的“一哥”“一姐”，也没有现在的百人团队，专业直播配置，就是一人一个格子间，一台打光灯，一部手机。

网友感慨，“哪有什么一夜成名，都是百炼成钢”。

“薇娅于2016年5月加入淘宝直播，是最早的一批主播，李佳琦随后于2016年11月份进场。”淘宝直播MCN负责人新川表示，大家知道李佳琦可能是在2018年年底或者2019年年初，但其实这两位已经做了好多年的直播。

（程子媛）