

主播帶貨風靡 背後辛酸誰知

曉靜：一年600場每天逾10小時「能吃苦比美貌更重要」

直播過程中，曉靜需要根據網友的需求不停地換衣服。



「大家早上好！我是曉靜！」「剛剛進直播間的寶們記得點一下我頭頂的關注，這樣才能領優惠券噢！」10日上午8點開始，深圳帶貨主播曉靜準時坐在了手機前，開始了當天的第一場直播——為合作的線上店舖進行「雙12」預熱。接下來的3天，她每天12小時的直播，跑三場推廣三個品牌，超過160種商品。「與美貌相比，能吃苦才是主播必不可少的素質。」過去一年，曉靜直播600場，鏡頭背後是這份職業帶給她的巨大壓力。

文/圖：香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

曉靜是一名全職的店舖代播類主播，為商家在特定時間段直播產品詳情與優惠。咖啡和護喉茶是她常備身邊的「直播利器」。「早上六點起來做準備，咖啡提神是必須。護喉茶是因為需要不斷地說話和互動。」曉靜說，普通人連續說上一個小時就已經喉嚨乾癢、嗓子難受了，她語速快，每天直播就要說20萬字。

香港文匯報記者在她的工作表中看到，10日、11日、12日這三天的日程被安排得滿滿當當，每天三場三個品牌，最早的從早上八點開播，最晚的到凌晨2點結束，每日出鏡時間約有12個小時。「平時一場直播三小時左右，到『雙11』、『雙12』這樣的特殊日子，每一場會延長至4到6個小時。」曉靜說。

通宵直播積累粉絲

著名帶貨主播李佳琦曾在去年365天裡做了389場直播。「以每天最基礎的2場直播來算，我一年至少有600場直播，比李佳琦多了快一倍！看着這些數字，突然覺得很可怕！」曉靜笑道。

與李佳琦使用個人賬號不同，曉靜做的是「店舖代播」，即用商家的賬號進行產品直播。曉靜也曾想過經營自己的個人號。為了積累粉絲，曉靜嘗試在3個月中，每天直播10小時以上；為了爭取流量，直播時間往往從晚上10點到早上6點，「這個時間段沒有太大競爭，適合養成新號」。但黑白顛倒的生活讓曉靜無法適應，最終還是選擇回歸了店舖代播。

直播6小時只喝三次水

「李佳琦這一類賬號，是全部『押寶』在這一個人身上。店舖代播，則會有其他輪班、代班的主播。」曉靜直言，做店舖代播壓力也不小。「正因為有其他主播為同一品牌直播，我需要更加努力，更加拚命地去做這份工作，因為你不知道什麼時候會被別人取代。」

10日，從早上6點到晚上12點，這18個小時被安排得相當緊湊，曉靜甚至提前一晚為自己預定好了早餐與午餐外賣。「在家裡直播完第一場美髮品牌，我會馬上吃午餐、簡單午休，下午我要趕往南山區進行女鞋直播。晚上9點到12點，則是在龍崗區進行女裝直播。」這一天裡，曉靜要跑遍深圳三個區，直播銷售21件美髮產品，78雙女鞋，和61件女裝。

香港文匯報記者留意到，在當天第一場6小時的直播中，曉靜只喝了三次水，每次都是輕抿一口。「嗓子實在受不了了才會喝水，當然也不敢喝太多，否則去衛生間花費的時間更長，耽誤了直播就影響為商家帶貨。」曉靜坦言。

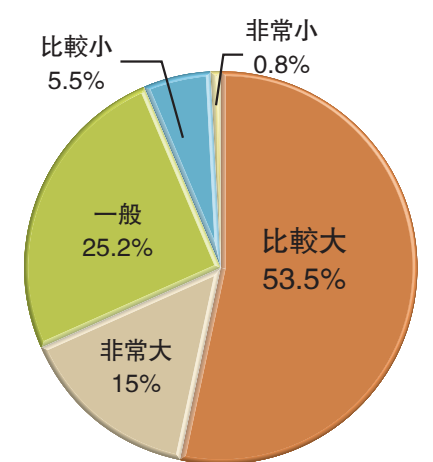
「我的法寶就是堅持」

曉靜本身不是一個特別話多的人，如何能夠做到直播6小時說不停？她說，過去曾經做過電視購物頻道模特、淘寶欄目主持人。做模特時，學會了如何全方位地展示產品；做主持人，讓她知道如何積極地與人進行良好的互動；有了前兩個階段的積累，做帶貨主播上手也就快一些。

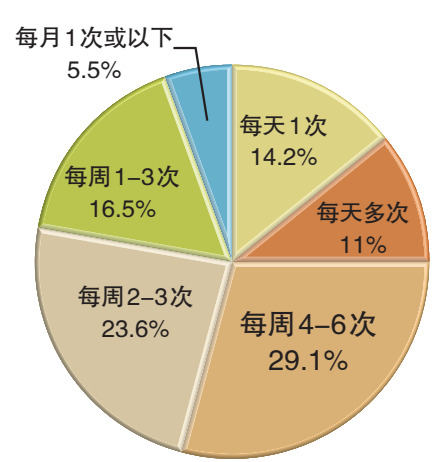
剛剛開始做直播時候，曉靜平均每天一場，每次3個小時，到現在平均每天2場到3場，電商節期間每場甚至達到5小時至6小時。「我的法寶就是堅持，做得越多越能進入狀態，也就越能適應這樣的高強度了。」

目前，曉靜在深圳已有持續合作的商家，收入不錯且穩定。電商直播帶貨正火，在不少人眼中，帶貨主播是一份光鮮亮丽的「花瓶職業」：不停換衣服、美美地展示給觀眾就行。曉靜則表示，真正優秀的帶貨主播，需要具備的素養很多，而最首要的就是「能吃苦」。

2019年上半年消費者觀看直播帶貨引起消費慾望調查



2019年上半年消費者觀看直播帶貨頻次調查



數據來源：艾媒數據中心

曉靜的一天

6:30	起床	15:10-15:40	出發去某女鞋品牌
6:30-7:00	洗漱化妝	16:00-19:00	女鞋品牌直播
7:00-7:30	自己做頭髮	19:00-20:00	出發去龍崗
7:10-7:40	吃早餐	20:00-20:30	吃晚餐
8:00-14:00	直播某日化品牌	21:00-24:00	某女裝品牌直播
14:00-14:30	吃午餐	00:00-00:30	回家
14:30-15:10	午休	00:30-1:00	洗漱休息

「帶貨經濟」從業者：半數考慮轉行

今年的「雙11」，直播成為新的主流消費形式。據淘寶披露的數據，「雙11」開場僅1小時03分，直播引導的成交就超過去年「雙11」全天；8小時55分，淘寶直播引導成交已破100億元；超過50%的商家都通過直播獲得新增長。電商節日期間，直播直播已經逐漸趨於高頻次、長時間、多產品。

電商直播這麼火，未來是否繼續做帶貨主播，曉靜卻並沒有下定決心。近些年經濟發展放緩，實體經濟更加難做，曾經合作過的一些小品牌已經銷聲匿跡，讓曉靜有着或多或少的擔心。

或創立自己品牌

「另一方面，直播這樣高強度的工作，需要特別旺盛的精力。我今年已經32歲了，不知道還能拚幾年。」曉靜說，自己對日化類產品很感興趣，希望

能夠趁着現在積累粉絲，未來有機會創立自己的品牌。

即使是李佳琦這樣的當紅主播也提前做好準備，2018年9月6日，李佳琦發佈自己的品牌——「2+7」，同時在淘寶開了店舖——「佳琦全球嚴選」。

普通直播帶貨主播面臨的競爭則更大。並非每一個帶貨主播，都能像著名主播李佳琦、薇婭一樣站在萬眾矚目的聚光燈下。這場拚體力和腦力的「帶貨」廝殺中，直播這個行業的兩極分化極為嚴重。

根據BOSS直聘數據，76.6%的「帶貨經濟」從業者最高月收入低於萬元。大部分帶貨主播無人問津，66.3%的「帶貨經濟」從業者入行不到半年，58.2%在考慮轉行，大浪淘沙成為這個新興行業的常態。入行者的機會通常只有半年，熬不出來就只能選擇離職或轉行。



家中客廳常常成為曉靜的直播場地，1台電腦、2台手機、一架視頻燈是她直播需要的設備。

十八般武藝傍身

跟蹤採訪兩天，香港文匯報記者發現，僅僅將曉靜定位為「代播主播」似乎不太準確。她更像品牌店舖中身兼「模特+銷售+客服+私人搭配師」等數職於一體的角色。

介紹「雙12」的產品與優惠是最基礎的工作，直播中的產品種類，每種產品的特點以及在直播頁面對應的編號，曉靜都需要爛熟於心，還要對觀眾的互動快速反應。

提供講解 打造現場感

僅口頭上的描述是遠遠不夠的，「如果只是不拆開包裝的介紹，網友看商品詳情頁面就夠了。我會力所能及地打造現場感，多創造一些無法在網頁上看

到的內容。」曉靜曾經在女裝品牌5個小時的直播中，換了近百套服裝。每換一套，除了基本的展示，還需要講解版型、材質、穿感，甚至根據網友提供的身高體重進行搭配。

對網友的提問，曉靜有問必答。直播中，有人提及「雙11」直播獎品為何還沒發貨，「客服」曉靜此時立馬上線：「不要着急發貨，最近發貨量較大，我們的獎品一般是一個月內會發出，曉靜這邊也會幫您再問一下情況！」

曉靜說，出現問題時不僅要解釋更要安撫客人情緒，「直播過程中，我們主播就代表了品牌的形象，一定要合理地解決顧客的訴求。」

不斷學習 提升自我修養

「主播和網紅不一樣，顏值當然重要，但商家更需要看到你實實在在的帶貨能力。」曉靜說。在直播女裝、女鞋品類時，曉靜會盡可能多地換裝，讓進入直播間的網友能看到更多款式，發現更多亮點，找到購買的動力。

帶貨是第一目標

「口紅一哥」李佳琦能夠火遍全國，也正是因為其超強的「帶貨力」。五分鐘賣掉15,000支口紅，成交量達300多萬元（人民幣，下同）。「淘寶帶貨女王」薇婭，2018年全年引導成交銷售額27億元。正因為有了這樣的高額數據，李佳琦和薇婭才能穩坐帶貨主播的頭把交椅，成為各大品牌爭相搶奪的資源。

要成功帶貨，主播需要「形象好、會講解、情商高」，這是曉靜從業後總結的帶貨主播必備的能力。

研讀書籍提升話術

「這條裙子這裡有一個小心思的開叉，腰部仍然延續了我們家中高腰的設計。加上小圓花瓣的水溶蕾絲，點綴在裙子上，非常時髦好看！」曉靜表示，為了更好地為觀眾講解裙子，自己甚至買過服裝發展史、消費者心理學等書籍，為自己直播的話術打好基礎；還需要常常翻看雜誌，為手機那端的消費者提供各類型的搭配，「我也會看看抖音（短視頻平台），上面流行的腰帶打結方式、新的穿衣方法，都會一步步學習好，在直播過程中教給大家。」