

2021双十一特别报道

在52岁的年龄，富瑞萍下决心要当一名带货主播。流程她不懂，卖什么还没想好，也没有拿货渠道，但她觉得这些都不是问题，毕竟她大老远来到的地方是临沂，先培训上车，这里什么都有可能。

临沂有着江北最大小商品批发市场集群和北方最大物流集散中心，现在这座城又多了个新标签，成为与杭州、广州齐名的“直播电商之都”。在这里，粉丝过百万的主播就有近300人，注册的线上店铺达17.7万家。徐小米、超级丹、陶子家等头部主播的带货创富传奇在业界广为流传，吸引了一批批怀揣着成为流量带货主播梦想的人踏入行业。

对于这些初出茅庐的“底部”带货主播来说，争夺着头部主播分羹之后的残余流量，光努力已经不够，他们或许心力交瘁，但脚步不能停。光鲜镜头背后，是另外一个故事。



火行不久的张曦体会到了创业的艰辛，但是脚步不能停。

在“电商之都”带货的主播们

光努力还不够，能拼命加方法得当才有可能脱颖而出

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 时培磊 邱明 李岩松

初行者的梦想 52岁踏入直播行业 她要用一个月练熟流程

富瑞萍一开腔，就能辨识出她是东北人。52岁的她曾是一名国企下岗职工，干过蔬菜水果批发，做过小生意，开过超市。接触直播带货，富瑞萍是从买开始的，她有自己经常关注的几个大主播，衣服、食品、化妆品等都是看直播买的，每年的消费都在万元以上。

去年疫情以来，直播带货突然火了，看着屏幕里的大主播们场均过百万元甚至千万元的带货量，按照5%—20%的佣金计算，一场直播就能带来数万元至数十万元的收入，富瑞萍嗅到了其中的机会。她觉得别人能干，自己也能行。根据她起初的设想，虽然没法像大主播那样每月能赚个几十万元、上百万元的，但慢慢积累，每月也能赚个几万元。

当她把想法说给丈夫时，丈夫让她消停点，这么大年龄别再瞎奔波。富瑞萍没理睬，她想试试水。那段时间她发现，直播平台上随处可见临沂元素，无论是主播，商学院还是货品。培训学院就是她从直播上接触的。在位于临沂兰山区临谷电商产业园的传奇商学院，这里刚刚培训完一批学员，100多个新人已经走向了直播带货的一线。

前几天，富瑞萍也来到了这里参加培训，每天她忙着拍段子，练话术，磨嘴皮子。她给自己布置了一个任务，一个月的时间必须把直播带货各个流程都练熟了。跟她同班的还有三四位学员，年龄都在四五十岁，这里不讲究学历、职业，用学院运营总监胡代刚的话说就是，带货主播入门门槛非常低。但发展到今天，这个行业的专业度已经非常高，单打独斗的时代已经是过去式，想成功需要专业团队共同运营。对于很多新人来说，他们会选择投靠MCN机构，但即便这样，起步仍然很难，MCN机构更愿把资源倾向于大主播。

“我们一般会建议三四个学员组团。”胡代刚坦言，他们今年已经培训了十多期，有上千名学员，但并不是每个人都适合做主播去带货，有些可能更适合做运营。

富瑞萍还有很长的路要走，眼下，她还没想好带货卖什么，也没有自己的带货渠道。随着对直播带货行业的了解，她发现难度真的非常高。“三四个小时的直播时长应该能坚持下来，但投流（投钱让平台推流）这一块太专业了，每一步都要精打细算。”她调低了目标，毕竟要先慢慢生存下来，才能想赚钱的事儿。

无论如何，直播电商给了富瑞萍一个二次创业的机会。在临沂，像她这样的人还有很多，都想在直播带货的风口挖一桶金。临沂市商务局提供的数据显示，



在直播间，看起来很瘦弱的张奇热情并富有活力。

截至目前，临沂市电子商务直接从业者18.3万人。兰山区是当地直播电商基地的发源地和聚集区，据兰山商城管理委员会产业发展科科长杜庆明介绍，仅兰山区就有直播带货主播8000余人。在临沂，主播中粉丝过百万的有300人左右，占比不到5%。

小主播的不舍 流量突然来了 连播14小时直到眼晕

临沂大陆商业村是儿童服装的批发集散地，这里人来人往，送货的三轮车，前来采购的批发商，进进出出。每天上午，主播张曦都会来这里选品。在直播带货已经非常成熟的今天，每天来服装市场亲自选货的主播不多了。但张曦刚入行不久，所有流程都要亲力亲为。

大学毕业后，张曦开过一段时间的饭店，但干赔了。后来结婚生子，在家做了三年全职妈妈。去年秋天，眼看孩子上幼儿园了，当时只有27岁的张曦不想再这样待在家里了。在逛遍了童装批发市场，做了系统考察之后，今年1月份，张曦说服丈夫辞掉了工作，两个人开始了直播带货的创业路。张曦入场时，实时在线人数过千的本土带货主播已经有很多了。她和丈夫租了一间三居室，在客厅贴了一张壁纸，挂了三幅装饰画，就这样开播了。她还记得第一单是送福利的，9块9卖了一件童装。“当一个家庭主妇真的迈出第一步时，虽然不赚钱，但就是很高兴。”

她很快就尝到了开始的艰难。直播间没人气，每天只能带十几二十单的货。“做主播每天都要更新段子，每天要有新款，拿来货卖不出去，压了很多。”租的三居室只有一个单人沙发，没多久，地板上全都堆满了压货。“每天开门的那一瞬间非常崩溃，就跟做噩梦一样。”那段时间，他们两口子经常吵架。

在焦虑中，他们迎来了2021年的春节。大年初二回娘家那

天，眼瞅着就要吃午饭了，张曦突然看到直播平台正在搞红包雨的活动，商家发得越多，直播间的“老铁们”抢得越多。哪还顾得上吃饭，两人到家就开直播，人气出乎意料的高涨。如今回望，张曦感慨，如果那天没开播，真不知道他们还能撑多久。张曦只记得当时自己非常兴奋，平时播两三个小时就下播的她实在舍不得这么多在线的“老铁”，中途累了渴了，或者坚持不住了，她就让老公替换一会儿，歇上五分钟，平复下心情，接着播。“14个小时，我从来没播过那么长时间。”等到下播时，张曦感到一阵眼晕。他们第一次卖出近千单货，直播间涨了1万多个粉丝。

还不是休息的时候。他们第一次有了“幸福”的苦恼。这么多快递，光单子就有一厚沓，从哪个地方开始成了棘手的问题。“干了一晚上，一直到第二天的下午四五点钟，我们都没睡，连续奋战了30来个小时。”

累却快乐，那天两人对彼此说了句加油。从那以后，张曦的直播间好起来了，但每天几百单的销量把两人几乎所有的精力都搭进去了。每天早上7点半，她要起来给孩子做早饭，接着就去市场选品，讨价还价，一直到中午12点左右，回来后要接着量尺码，她要控制在下午1:40左右干完这些事情，留下20分钟吃饭，下午2点准时开播。播完后就要打包发货，忙完已是凌晨三四点钟。

每天只睡三四个小时，满负荷运转，张曦的丈夫最大的愿望就是能睡个正常的觉。她自己也很累，但更想给父母孩子好一些的生活。开播以来，几个月时间，她体重从180斤瘦到了现在的140斤，她开玩笑说，没想到自己会以这种方式减了肥。

中等主播的作息 每早6点准时开播 晚上还要关注头部主播

想要蜕变，首先要挨过阵痛，这是每个主播成长所必须经历的

阶段。每天早上五点多钟，天还未亮，在临沂兰山区的一处厂房里，当其他商户还在熟睡时，主播张奇的几间直播小屋已经灯火通明。她披着羽绒服，一边对着镜子化妆，一边让助理把货推进直播间，询问货品情况。

每天早上开播前她都像打仗一样，抽空塞了几口肉夹馍。每天6点准时开播已经成为她雷打不动的规矩，从未迟到过一天。她的号已经小有成绩，积累了50多万的粉丝，其中有不少铁粉，让她每天至少有3000单的销量。

在直播间，看起来很瘦弱的张奇热情有活力。实际上她脾气很倔。因为嗓子充血肿胀，医生让她闭嘴休息，她第二天就开播了4小时；在她婚嫁的年龄，不顾全家人反对，找了比她小六岁的丈夫；而她决定做带货主播时，家人也不理解：她放弃了工作了三年的“铁饭碗”。

张奇打心里喜欢直播带货。每次看别人直播时，她都有一种想替主播吆喝的冲动。去年3月，她辞了工作，和丈夫、妹妹三个人在出租屋里创业直播带货。第一天开播的新鲜，第一次卖出27件货品的快乐，第一次发现嗓子里长了息肉的崩溃……张奇用短视频日记的形式记录下了她的创业之路。他们同样经历了张曦夫妇刚创业时的艰辛，唯一休息的时候，是身体累垮打点滴的时候。“老铁们一听我要去打营养水了，就知道我病倒了。”

眼下，除了雷打不动的每天6点准时开播，播完后进行总结外，张奇每天入睡前一定要进顶级的主播直播间，待上半小时至一个小时，看看别人在卖什么，说什么；和面料厂的老板沟通，每天雷打不动地学习一些面料知识。“一定要不停地学，这样你才能对抗风险。”

当然，辛苦之外，张奇也收到了回馈，他们新买的属于自己的房子已经装修好了，两人终于有了定所。

头部主播的困扰 每场直播要投流上百万元 好的运营人才一将难求

在临沂兰山区的临谷电商孵化园区，入驻着像超级丹、陶子家这样的头部主播，他们已经发展成一个MCN机构，有着四层楼的办公区。何时能做到他们的体量，是很多中小主播的梦想。

关于超级丹、徐小米、陶子家等头部主播的消息在网上随处可见。年带货金额超10亿元，一年能赚2个亿，说起网上传播的这些数据，超级丹传媒的总经理孟凡辉感慨，“我自己都不知道，你们都知道，根本没有卖那么些，我们不喜欢炒作，不希望大家只关注超级丹卖了多少货，赚多少钱。”孟凡辉更希望被关注的是整个直播电商行业。

超级丹的创业经历广为人知，2012年，孟凡辉和超级丹从地摊经济开始创业，做了两三年，就开始一边开实体店，一边做微商。2017年下半年和2018年，实体店销售开始下滑，那时大家都在玩直播，以娱乐直播为主，超级丹搭上第一班快手电商列车，经过了大概一年半的红利期，成为临沂第一批头部主播。

“这个行业的红利期已经过去了，我们也在平稳过渡，正在经历正规化，也会遇到一些阵痛。”孟凡辉介绍，实际上每个层次的主播都有自己的压力，如果不进步，就等于退后了。他们除了要支撑起一个近200人的团队，如何应对越来越激烈的竞争和行业变局也是亟需考虑的。

以前直播只需要把进来的货想方设法带出去就行了，现在还要做好后台运营。“今年的流量比较紧缺，商家入驻速度超过了平台每天流量的增加速度，我们需要投入大量的资金去引流支撑一场直播，这是全网都存在的一个问题。”孟凡辉介绍，他们正常的一场直播在小店通和粉条（流量推广平台）都要各投入50多万元。“我们需要花钱把人买进来，但是如果我们的支撑不住来的这些流量，这一场直播有可能就赔了。”

直播对专业人才的要求越来越高，而对于临沂的电商行业来说，很多主播团队都面临着缺乏人才的问题，人才培养的速度和公司发展的速度是不匹配的，尤其是后端运营人才，“好多人才在杭州、广州，很难引进过来。”这成了制约发展的一个因素。另外，随着直播平台货品从白牌到品牌化，公司要考虑未来的发展方向，如何引进人才，扩大主播团队，是否跨平台发展，“我们必须提前预知未来一年甚至两年做什么，才不会被拉下。”



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑：于海霞 美编：马秀霞 组版：颜莉