

打造国际消费城市

上海“五五购物节”前,记者在拼多多体验直播带货 美女主播为“千店大联播”热身

记者在现场

“我的发量算是互联网界的翘楚,也是因为我自己很喜欢用这一款吹风机。”日前的一个下午,记者来到拼多多90后主播小沅的直播空间,和她一起开始了当天的试播。10平方米大小的空间,温度明显比外面高,在灯光和镜头下不断解说的小沅额头有汗,但笑容依旧灿烂。

试播一开始,记者就意识到,直播带货真是一份靠实力说话的工作,平时的积累和播前的准备非常重要。主播们谈笑自若的直播间,只有在自己坐进去之后,才知压力有多大。像记者这样临时上阵的,难免出现“尬聊”的窘境。

本次试播属于临时加场,事先没有预告,但直播间一开始就涌入了2000多位粉丝。当然,这对动辄数十万观看量的小沅来说,只算“小场面”。她的重头戏,是要放在晚间7时那场日常的“百亿补贴”直播。



▲小沅每场直播少则10多个产品,多则100多个
▲本报记者钱文婷(左)和拼多多官方小二、90后主播小沅(右)在直播间 本报记者 陈梦泽 摄

官方小二 兼职主播

小沅是去年的应届毕业生,主职是拼多多的官方小二,平时负责数码电器组的整合营销工作。去年双十一结束后,全组开始筹备直播。12月底,她开始了入职半年后的第一次直播,目前累计超40万粉丝,平时自然流量在90分钟内可以达到20万。这个数字,在匹配平台大活动大流量时,可达到百万。

这次“五五购物节”,拼多多要投入25亿元现金和消费券,联合1万家上海品牌和企业,展开“百亿补贴+百大商场”联合补贴、千店大联播、汽车等大额耐用品五五折等多项活动。作为百亿补贴直播团队的一员,小沅在未来一段时间里,还有很多场“硬仗”要打。

仔细观察,小沅的桌上没有厚厚的台本,只有两三张纸片,上面列着当天要出镜的产品。“这款破壁机真的是良心之作,冷饮容量达1750毫升,转速可达3300以上,天气热了做冰沙吃肯定很棒。”“这款暖色调拍立得,走的是ins风,出片有点粉,默认48小时发货,眼看着五一假期就要来了,现在拍出游立马用得上哦。”产品参数、风格功能、应用场景,这些专业的数据,被小沅用接地气的语言娓娓道来,不用台本的她心里有料,“所有的产品参数和用户画像,都在我的脑海里;直播时的问答,也和小组成员模拟了很多次;部分解说门槛较高,我也会邀请其他更加专业的小二来搭档直播。”

一旦遇上吹风机、破壁机、卷发棒这样的日常家用电器,小沅还会在直播时带入

自己的经验和故事。她说会不自觉把自己放在了消费者的立场:“打动自己才能打动用户。”

台前幕后 坚守本分

试播结束后,小沅立刻回到了自己的工位。退去主播光环,小沅回归了整合营销的本职工作,写方案、打电话,角色迅速转换。她说:“这两份工作,本质其实相同,只不过是需我把整合营销所获得的信息,通过百亿补贴直播间,传达给我们的用户。”

除了实打实的优惠让利,记者观察到,产品清单都经过了特别的筛选,以应季和刚需为主。“今天晚上7时的直播,还需要组里开会讨论,再次遴选出符合资质的商品。”

据小沅介绍,她平均每天做1场直播,每场直播少则10多个产品,多则100多个。2月份平台“百亿补贴节”的第一场直播,直播间上百个高客单价SKU瞬间秒光,这是近期让小沅感到最有获得感的时刻之一。

和一般带货主播不同的是,像小沅一样的拼多多官方小二主播,是没有货品提成的,也不会开设用户的直播打赏。小沅解释说:“百亿补贴的核心,就是让用户以最低的价格,买到最优质的商品,不会让用户为主播本身承担消费成本。”虽然,每一场直播主要是她和助理在台前,但更多要归功于后方团队的支持。

小沅认为,讲清楚平台“百亿补贴”的逻辑——市场最低价怎么算的,最后的让利是怎么来的,由保险公司承保正品险无后顾之忧等,这些才是拼多多百亿补贴直播的核心和业务精髓。

复盘练兵 种草拔草

“今天,我要首推的产品是戴森吹风机,我因为发量多不太喜欢洗头,但做直播要考虑个人形象,头油油的肯定不行,我特别推荐这款出风口,多孔散开紧贴头皮也不烫,很适合长发美眉吹出蓬松的感觉。”“刚有人说给宠物吹毛也很赞,我觉得你们太壕了,确实,这款吹风机功率很大,而且有纳米离子的护发功能,告别枯黄和毛糙。”……

晚上10时左右,小沅这一天的日常直播结束,连续好几个小时不停地说话,让她下播后就猛灌了一大口口水,在椅子上静坐了几分钟。随后,她就和同事们你一句我一句地开始总结复盘了:今天的商品是否应季,哪个商品价格还能有下压空间,粉丝反馈有什么好的建议,明天做哪些产品……这样的讨论可能要持续很长一段时间。

对小沅她们来说,这几天的直播还有点“练兵”性质——真正的“大仗”,还是作为拼多多“五五购物节”专项行动重要板块的“千店大联播”。这项活动已于4月28日启动,会由小沅这样的官方小二组成的直播团队,联合多家MCN机构,派出百余名专业主播进驻各大商场,和柜哥柜姐们一起直播卖货,以实现百万用户“线上逛街,线上下单”。

而作为数码电器组官方小二“黄金招牌”的小沅,在未来相当长的一段时间内,都会活跃在上海各大代表性商场之中,在拼多多直播间内,频繁地用自己的妙语连珠和营销智慧,为消费者种草拔草更多优质商品。 本报记者 钱文婷

疫情下,新兴消费表现亮眼,今年一季度,上海商品类网络购物交易额逆势增长19.1%。新兴消费也将成为“五五购物节”的重点板块,推出近30项重点活动。从拼多多、阿里巴巴、腾讯、京东、苏宁,到抖音、哔哩哔哩、喜马拉雅、叮咚买菜、爱库存,在“五五购物节”期间,电商等知名互联网企业几乎悉数到齐,为上海市民带来“云上大促”。

以拼多多为例,这家上海本土新电商,为本次“五五购物节”开展专项行动,将持续至6月中旬。其间,平台将结合劳动节、母亲节、儿童节等,推出一系列上海定制化大促活动。预计专项行动将直接拉动上海地区消费超50亿元,带动全国其他地区购买上海消费品超50亿元。

这其中,直播带货将成为“五五购物节”的标配,也将成为今后商家营销的常态。3月底,上海提出发展“在线新经济”。在《上海市促进在线新经济发展行动方案(2020-2022年)》中,明确提出“依托音频、短视频、直播和影视类载体,推进新兴技术成果服务应用于内容生产”,可以说,直播带货风头正劲。

有数据显示,2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元,预计2020年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人,市场规模将突破9000亿元。受疫情影响,直播带货正进入“全民时代”,9000亿元的预估数据,可能还有些保守。 本报记者 金志刚

直播带货 已成标配 势为常态

ICBC 工银信用卡

工银爱购

助力五五 春润行动

活动时间:2020年5月1日起



工银e生活

工银二维码

扫码下载



满1000-300
5月1日-9月25日每周五
(含5.1-5.5, 6.25-6.27)



满100-40
5月1日-6月30日



满100-40
5月1日-6月30日



满100-30
5月1日-6月30日每周一
(含5.1-5.5, 5.10, 6.12-18, 6.21, 6.25-6.27)



满50-25
5月1日-6月30日

工银e支付



满200-100
5月1日-6月30日

工银信用卡刷卡



满1000-300
5月8日-5月10日

微信
微信支付工银信用卡支付
可享满300立减100



上海地区部分门店
5月1日-6月28日
5月1日-6月30日
(含5.1-5.5, 5.10, 6.1, 6.21, 6.25-6.27)

工银e生活

工商银行网银

工商银行网银

广告