



“网红直播村”创业者“奇遇记”

本版撰稿 记者 杨洁
本版摄影 记者 徐程

▶ 北下朱距离义乌国际商贸城仅

1.6公里,地理位置优越

▶ 北下朱的社交电商相关从

业人员达 **30000** 多人

▶ 订单量今年3月、

4月爆发式增

长,一天可达

三四百万件

创业零门槛

在这里直播间可以分时租赁,不用为店面租金、库存操心,创业就是一部手机的事儿

万能地下室

阿龙租下一个地下室作为店铺,为了方便装卸货,还安装了电动传送带

网红速成班

最近来浙江义乌做生意的人,除了大名鼎鼎的国际商贸城外,又多了一个热门的目的地——“网红直播村”江北下朱村(以下简称“北下朱”)。

虽然名为“村”,但这里更像是一个集市。“爆款”“供应链”“社交电商”……四四方方的楼宇呈

网格状排布,店铺外墙上的关键词让人目不暇接。

创业者们从全国各地涌来,处处都能遇到拿着手机直播、“拍段子”的网红主播。用当地人的话来说,“随便找一个骑三轮车的,都可能有几十万粉丝”。在北下朱的3天时间,我们经历了一场创业者“奇遇记”。

1 地下室直播照做

海报和白板,用黄褐色胶带粘在架子上,地上压了几块板砖固定。北下朱47幢5单元门口支着一个简陋的易拉宝,手写的文字还有涂改痕迹:“了解产品里面请!”

比起“里面请”,更准确的说法或许是“下面请”。易拉宝正后方找不到相应的店铺,只有一个狭窄门洞直通地下。往深处走,当遮挡视线的天花板和水管慢慢跑到脑袋上方去,隐藏的店铺终于可见。

地下室大约有一层半楼高,阶梯右侧架着一条传送带,留下一半空间,可供一人通行。房间里凌乱堆着大大小小的纸箱,发饰铺满整桌,两名店员在角落里埋头包装。没有招牌,墙边的货架上,用黄褐色胶带粘着的海报又出现了:“品牌哎呀呀高档发饰,工厂直销清仓全场”。

店主名叫阿龙,今年35岁,刚来

北下朱两个月,做发饰批发生意。在来义乌之前,阿龙就是小有名气的主播了。他玩短视频很早,2018年秋天还干了一件“壮举”:徒步,从大连走到三亚。次年夏天,他成功抵达目的地,也在抖音与快手积累了约60万粉丝。今年,阿龙本来想如法炮制,再从大连走到新疆,但因为疫情,这个计划搁置了,他就来到义乌创业。

“直播带货最近特别火,刚好有粉丝和我说,北下朱是个好地方,他在义乌已经很多年了,这间地下室也是他先租的,我就过来了。”一个有房源,一个有客源,两人一拍即合。

可想而知,地下室并不是一个理想的经营场所。100平方米的空间里,只有一前一后两扇天窗,还封死了不让开,只能在白天透下微弱的光。每次进屋,阿龙都要重复两次开灯:先把楼梯上的灯按亮了,再走到底下,把室内

的灯打开。地下空气不好,阴雨天容易返潮,有时纸箱边缘都湿了,泛出一股霉味。

可除此之外,阿龙觉得地下室没有什么其他缺点了。哪怕是地下空间,只要在北下朱有个落脚点,店面照开,生意照做。“你这儿有好货源,客户一样会选择过来。”有手机,能直播,阿龙就不怎么担心人气问题。

经过旧村改造,今天的北下朱有99栋楼,沿街有1200家店铺。受疫情影响,直播经济成为中国经济的一抹新亮色,北下朱的火热在租金上有了直观体现——今年几乎翻了一倍,主街上一间门面的价格飞涨到20万元以上。不少租客都说,店面靠“抢”,甚至出高价“撬”。

“楼里全都住满了,连附近的酒店也是长期包房。”北下朱所在的振兴社区负责人楼春告诉记者,在这些四层半、带地下室的建筑里,挤进了7000多家经营户,每一寸空间都物尽其用。

2 老板娘转型“带货”

有主播租下门面当起店主,自然也有店主转型成为主播。有人把后者称为“老板娘经济”,北下朱的美女老板娘李云香无疑是其中的佼佼者。

李云香专做帽子与围巾生意,不同于蜗居地下室的阿龙,今年超过40岁的她已经来义乌打拼多年,曾经一度拥有4间店铺。今年租金上涨,她调整布局,将原有的店铺缩减为2家,直播间也简简单单设在店里。

下午2时,开播时间到了。美颜灯就竖在货架旁,大家走过路过时,都能看到老板娘站在镜头前不断试戴帽子的身影。“我身后是货架,直播的背景就是各种帽子,有时候顾客也会入镜。人来看入镜,就是最真实的卖场模样,观众看也比较放心:哦,你确实是做帽子生意的。”开播后需要站着不停讲话,很费嗓子,李云香和一名店员便轮流上阵,收银桌上还摆着吃剩半碗的西瓜霜含片。

出生在东北的李云香小小学年纪就外出打拼,在北京做过超市的销售主

上的那扇小门涌去,整装待发。“每天我们发出的货基本在10箱左右,有爆款的时候能有40多箱,按单件算,有23万个。”阿龙的客户散布全国各地,远到新疆、内蒙古,都有。

如同“蚂蚁雄兵”,无数草根主播日复一日地搜罗低价好货,再通过直播,源源不断地销往全国各地。义乌的商品以薄利多销著称,几毛钱利润的库存生意的时候,她发现“原来大家对围巾、帽子的款式并不是特别讲究,库存也可以变得很好”;北下朱变身“微商第一村”的时候,她开始自学拍照、图像处理;如今,北下朱打响了“网红第一村”的名号,她也开通直播间,有模有样地当起了主播。“我每天都在涨粉,别的不说,就是单件把直播做好,收入就能覆盖全部的经营成本,还有富余。”

傍晚5时,直播告一段落,店员们利索地打包着刚刚售出的商品,胶带撕拉声不绝于耳。马上就是快递员集中收货时间,这也是北下朱最忙碌的时段。

几栋楼之外,阿龙也准时打开传送带,机器嗡嗡声中,纸箱依次往地面

3 创业靠一部手机

“老板,咱们家的牙刷刷不掉怎么办?别人9块9卖10支还包邮!”“那就给老铁们翻个倍,9块9卖20支!还不快上车?!”

牙刷铺满台阶,中气十足的对话声在楼宇间的空旷处回荡。“山野哥哥”语调夸张,一边拍摄一边吆喝——像这样在大街上拿着手机“拍段子”的人,北下朱遍地都是,大家已见怪不怪。

直播带货之前,首先需要积累一定粉丝数,“拍段子”就是方法之一。段子手“山野哥哥”来自山西,在抖音快手,今天的北下朱,更多人选择轻推,这个“福利”。

“果蔬净怎么样?大家都需要吧,应该挺好卖的。”见到王晶时,她正在店铺选择晚间直播的商品。她身材纤细、妆容精致,很难看出已经45岁了。身边的小伙子,是她的儿子,正在读大学三年级。

王晶在山西经营着一家服装店,去年春天开始做快手主播,人称“晶姐”。由于本身就有稳定的顾客群体,一年来她已经积累了7万粉丝。

“这是我第二次来义乌,几个月前我到国际商贸城批发衣服,听说北下朱直播很火,就想来练练手。”王晶说,七八月份是服装行业的淡季,她准备在直播间做点百货生意,正逢暑假,就带着儿子去感受一下氛围。

北下朱的“一件代发”,是最吸引王晶的地方。“一般我先和店家谈好价格,买几件样品去直播。下播以后,订单可以直接导出,发货、售后都由店家来处理。”晶姐说,这样主播就无需囤货,也没有库存压力,非常方便。母子俩只准备在义乌待一周左右,创业“家当”只有两部手机:一部做直播,一部上链接。白天选品,晚上直播2小时,少的可卖三四百单,多的可达千单以上。

4 “爆品”如同一阵风

初来乍到,为了让自己看起来更专业,晶姐特意在北下朱找了一个直播基地——这是一个“一站式”平台,不仅有各式商品可供选择,还有免费的直播间可以使用。

“直播间前面就是百货展示区,我们有自己的供货渠道,主播只需要在我这儿选择部分商品,就可以使用我们的直播间。这是一种相对宽松的合作模式。”基地负责人陈辉告诉记者,以直播为核心,网红与店铺之间衍生出多种业务模式,“我瞄准的是中间环节,简单来说,就是当服务商。”

“昨天有粉丝说想买皮带,辉哥你再帮忙找找呗,还有性价比更高的款式吗?”王晶今天选了牙膏、手环等商品,有一些是陈辉帮忙推荐的。

陈辉习惯用“数据”说话,依托平台数据,分析每一位主播的观众粉丝群体,再根据年龄、地区等不同特征,有针对性地推荐

5 段子制造机

随处可见正在拍摄短视频的“段子手”

配套

打包专业户

快递费廉价,而且能做到“一件代发”

优化

数据生意经

朱没有周末,大家都熬到天亮,只睡三四个小时。”陈辉有些疲惫,但眼里闪烁着激情。敏锐的人往往能嗅到商机,而夜幕中同样隐藏着激烈厮杀,“也有不少创业失败的人,他们已经不在北下朱了。”

前段时间,北下朱几乎每天有“爆品”诞生。洗澡小乌龟玩具、泡泡相机、筋膜枪、塞进包里的遮阳帽……什么都有,没有规律可循。“这两天是写字的笔,9.9元全国包邮,一天能卖几十万单。”问起火爆的原因,义乌市社交电商协会秘书长俞寒冰手一摊,“谁知道,火了就火了,风一阵一阵,很奇怪的。”

陈辉尝试布“矩阵”,手下积攒了约200名大大小小的主播,遍布全国各地。“我一个人踩脚没用,但如果一百号人一起踩脚,不火也抖一抖。”

俞寒冰也琢磨着拓展生意,想做网红孵化。北下朱空间太小,他在外面找了一块地,准备建一个声势浩大的直播基地,计划达到1万平方米。

挂横幅,又是用无人机航拍,高调表示欢迎。

俞寒冰觉得,北下朱发展到现在已经是顶峰状态。“北下朱的未来怎么办?或许应该走上品质化道路。比如品牌孵化,义乌应该有属于自己的品牌;比如年轻人才的导入,前不久北下朱成立了新零售创业和实习基地;比如,可以加速孵化一些上市企业。”

然而,现实的难题也接踵而至。在以低价价格收割流量的模式下,产品质量如何保证,这是绕不开的话题。不仅如此,租金也是一道越抬越高的门槛,多少人来了又走,留不住——同样在义乌市内,曾经的“淘宝第一村”青岩刘,就是前车之鉴。“我们这里替代了青岩刘,未来谁会替代北下朱?”

半夜12时,北下朱车水马龙渐息,除了忙碌的快递站,亮着灯的店铺越来越少了。

“全网寻找99位主播和我一起来北下朱带货!老铁们!敢不敢?”北下朱村口处,“社交电商小镇”的霓虹下,一个年轻男人冲着镜头激情澎湃地喊道。嘹亮的音调划破夜空,仿佛在每个人心头画下一个巨大的惊叹号,随后如烟消散在夜色中。

「我们必须自己走出去」村支书谈「流量IP」北下朱何以逆袭

前后,村里迎来了第一个大项目:货运场。黄正兴回忆,当时周围好多村子在竞争,北下朱脱颖而出原因在于地理位置优势,还有淳朴的民风 and 十足的诚意:“我们以以前穷怕了,所以看到做生意的人,就像对待客人一样宝贵。”

发达的物流,为商业发展打下良好的基础。后来,做工刀量具的、做电商的、做地摊的、做库存的……北下朱一直在寻找发展方向,每隔一段时间,这里就会出现一种产业“抱团集聚”的现象。

2016年,察觉到微商的风口,北下朱先喊起口号:要打造“微商第一村”。义乌办世界微商大会,北下朱自己搞了一个分会场——尽管当时市里还不承认,但确实吸引了不少商家进驻。如今,新的风口又出现了:网红经济、直播经济、社交电商。这一回,北下朱牢牢抓住了机会,已然逆袭成为直播领域的“流量IP”。

不久前,2020电商博览会在义乌召开,北下朱如愿以偿成为分会场。“市里的大会,以前我们进不去,只有今年进去了。”黄正兴说,就好像改造最初,设计的村居道路是弯曲的,后来改成了直进直出一样,北下朱就是在这样的环境中自然生长起来的——“我们必须自己走出去”。