

停不下来的买买买

本报记者 屠瑜
实习生 陈佳琳

晚上10点,60岁的老和坐在床上,神色有些紧张。

手机屏幕里,抖音直播间气氛火热——桌案上,肆意生长的狼尾蕨散发着自然的气息,也牵动着老和蠢蠢欲动的心。这盆狼尾蕨究竟花落谁家?只待主播报价后,顾客拼手速“抢答”价格,便见分晓。

老和双手攥着手机,两眼紧盯屏幕,进入“备战”状态。在直播间累积了半个多小时的经验值,这一次他准备充分,提前切换到数字输入界面,写下预估价格,只待主播一声令下。

“80元!”话音未落,老和心中一阵窃喜,顺势按下发送键,心跳也跟着漏了一拍。听到主播喊出自己的ID,老和嘴角扯出一个弧度,“总算可以睡个好觉了”。

迷上直播

这是老和17天内抖音直播间的第16次购物,水果特产、服饰百货、生活用品他都买过,总计支出750元。订单界面1分钟翻不到头。

与抖音直播的初遇,是在2021年的国庆假期。那年10月2日中午,老和在“今日头条”App翻阅体育新闻时,弹出了一条抖音商城的直播广告。起初点开只是出于好奇,后来老和发现,“今日头条”设置了抖音商城积分区,看直播打卡能获得积分兑换。自此开始,“抖音小白”逐步向“直播大佬”进阶。

经过两个冬夏,抖音直播成了老和购物的“主阵地”,甚至生活的一部分,吃饭时、睡觉前都要点开看看,有时还会根据兴趣主动搜索。“卖的都是时令货、走俏物,不时就想点开看看,上瘾了一样。”

36岁的依依和49岁的史蒂文也是抖音直播的“铁粉”。不同于老和,他们本就是抖音短视频平台的忠实爱好者。

2017年,抖音在依依的朋友圈风靡起来。在她的印象里,那时的抖音以生活类视频为主,幽默、有趣、新奇的视频最能俘获她的心。

后来,一些网红主播开始植入带货元素,掀起风潮。依依跃跃欲试,却也小心翼翼。2019年,她第一次在直播间购物,只敢下单28元的家居用品试试水。如今,每天睡前刷一小时直播已是她的生活必修课。在抖音上,依依每月下单超10次,月支出少时也有几百元。

史蒂文也是抖音重度用户,每月平台支出500—600元。“一开始只是觉得短视频挺好玩,没事就刷刷。这两年直播带货兴起,每周都

邵晓艳 制图

忍不住买点东西回家。”

“吃货”史蒂文的购物清单里不仅有食品,还有餐厅套餐优惠券。“套餐价格很优惠,不想用还能直接退,为什么不买?”

夜色弥漫,躺上床,微眯着眼,打开抖音,男女主播的吆喝声与各类背景音乐随着指尖的游移反复切换——从2019年起,这就是史蒂文雷打不动的“安眠药”。若是手举酸了,就翻个身换另一只手继续看,有时甚至已沉沉睡去,仍不改刷直播的姿势,徒留呼噜声与直播背景音乐此起彼伏。

制造欲望

“饭可以不吃,水果不能不吃。”老和是个不折不扣的“水果达人”,抖音直播间也是他搜罗水果的“高等菜场”。他买过新西兰的小苹果、湖南柳州李子,也买过山东蒙阴的蟠桃、辽宁盘锦的碱地柿子。“水果看得越多,平台推得就越多,难免要下几单。”囤货太多,只能暂时收手,但刷到心仪的水果他总会暗自收藏,等待合适的时机收入囊中。

老和还留意到,熟悉的面孔会出现在不同的直播间。“上次,这个主播在山东临沂卖黄桃,背后山峦层叠。半个月后,他又现身腾格里沙漠,在民勤蜜瓜的直播间里大声吆喝。”这些主播的足迹遍布大江南北,活生生勾勒出了一幅中国的物产地图。

今年6月,依依买了一条棉麻材质的裙子。自那时起,她就被平台推荐机制精准捕获了,每刷5个视频就有1个是售卖棉麻服饰的直播间。画面里,主播平均每30秒切换一套服饰,款式各异,上身精美,难免“利手”。一个月内,依依接连

买了7件棉麻服饰。

“平台会根据视觉停留时间来判断你的兴趣点,然后针对性地给你推送。”7月初,盛夏来临,史蒂文2天内3个直播间下单了近百元的饮品。“抖音已经拿捏了我的需求,每次推荐都恰到好处,看了就忍不住买。”

激发用户购物欲望的还有主播精心的“表演”。

最近,老和对绿植产生了兴趣。直播间内,主播头顶五彩假发,脖子上挂着粗重的装饰金链,面前摆着一盆精心打理过的小叶紫檀。她夹杂着些许生硬东北俚语的夸张语调里,“养生”“助眠”“人死树不死”等字眼深深戳中了老和。在主播天花乱坠的描述与灯光的氛围感加持下,老和激情下单,花费88元把小叶紫檀带回了家。

史蒂文也承认,直播间里动态的、直观的商品呈现方式是打动他的重要因素。

7月的一个傍晚,他捧着半个西瓜坐在餐桌前,走马观花地刷着抖音。忽然,一个牛排直播间闯入视野,他兴致盎然地点开。画面里,主播身着一身黑衣,面前的桌面上,摆放着数块有两个巴掌大小的牛排,肉质纹理分明,看上去品质上乘。后方的厨师穿戴讲究,身后的玻璃柜中整齐排列的牛排在灯光的点缀下格外诱人。

镜头切换,平底锅里的牛排滋滋作响,鲜嫩多汁,史蒂文不免心动,却有些犯嘀咕:产地来源是哪?品质有保障吗?主播似是洞察了他的心理,举起提前备好的纸板,上方清晰展示了牛排的配料、产地与生

产许可证。疑虑渐消,但499元的价格还是让他犹豫。这时,主播话锋一转:“发福利!现在买,牛排只要299!明天就恢复原价!”在主播的渲染下,史蒂文的心理防线被彻底攻破,果断下手。

依依玩抖音的初衷并非购物,但在休闲娱乐时却更容易被“种草”。6月底,依依在准备家庭旅行时,刷到一个三合一洗漱杯的视频。卫生间内,穿搭精致的主播用甜美的嗓音说道:“出门旅游住再好的酒店,都不要用酒店的杯子,都不知道多少人用过。”依依下意识地在直播间。主播一边讲述三合一洗漱杯卫生、轻便的优点,一边详细展示了用法。9.9元包邮的价格,让她毫不犹豫地下了单,但收到后,却突然有些困惑:酒店的杯子,都不能用了吗?

品质参差

抖音的商品品质究竟如何?老和整体满意。“之前在直播间买的蟠桃,卖相诱人,吃口也好,不比水蜜桃差。”但老和也承认,许多商品的品相和直播间看到的有差距。“上次买的小叶紫檀,在直播间里看起来色泽亮丽、枝叶繁茂,连下方的小和尚装饰都栩栩如生。但实物却感觉营养不良。只能安慰自己,养分会好的。”老和还记得主播提到:“喷水后,小叶紫檀枝干会变黑,然后散发特殊的香味。”但他喷水后,小叶紫檀的枝干依旧是灰褐色,凑近闻也没有任何味道。

在抖音下单了700余件商品的依依也表示,拿到手的大部分商品并没有直播间看到的完美,很多疑似“三无产品”。“有人说,售卖服饰的店家会把原版买来,让主播在直播间里穿,吸引顾客下单,但实际卖的是打版制作的仿品。”依依觉得有些“欺客”,好在大部分商品单价不高,质量都过得去。尽管有些服饰上身效果不如直播间,她也不会退货。“四五十块钱的衣服,能穿就好了。”

唯一惨痛的教训是在2021年过年,她花了不到20元给孩子买了哆啦A梦积木。孩子兴致勃勃地拼了两三天,怎么也拼不起来。依依这才发现,积木缺失了两三个零件。看到自己的成果付诸东流,孩子委屈得哇哇大哭。无奈之下,她重新下单了一套乐高积木。此后,再也没在抖音上买过玩具。

史蒂文曾在抖音上花128元买了6斤小龙虾豪华套餐。“菜场里一斤小龙虾卖20元,我一算,多花8元,能买6斤烧好的小龙虾,太划算了!”但收到后,才发现上当了:“小龙虾加上汤汁、佐料、配菜,甚至外包装,才勉强6斤,豪华套餐全是噱头。”此外,他还买到过“袖珍”版的卫生纸,咬下去发臭的海鲜、声称能擦除衣物上污垢的清洁剂等。“买了才发现,全是‘智商税’。”

应对“货不对板”,史蒂文有自己的独门秘籍。“大部分质量还是可以的,如果不买回来看看,怎么知道质量好不好?”经过长时间的“实战研究”与相同品类商品的质量对比,如今,他已经总结出了一套商家“白

名单”。“哪家的牛排质量好,哪家的茶叶合胃口,我都清清楚楚。”

共同成长

华东师范大学经济与管理学部副教授党宁也有过抖音直播购物的经历。在他看来,抖音直播电商能够掀起热潮,与其本身的社交媒体属性密切相关,方便、快捷的特点迎合了顾客由线下逐渐转变为线上的消费习惯。“它其实是利用了社交媒体的流量优势,转化潜在的市场价值,能够在短期内完成大规模的销售量,并在价格方面作出一定的让利。”此外,在主播实时、动态的讲解下,顾客与主播、顾客与顾客间的互动交流,共创了对于商品认知的价值,潜移默化地提高了对商品的信任度。

依依对直播有了“精神依赖”。“每次买东西,感觉很解压,相比于收货,下单那一瞬间最快乐,很多东西买回来都不记得了。”她曾花50余元买了两个容量达2.1升的玻璃储物罐,快递到家两三个月后才想起来拆,最后发现用处不大又塞到了单位。

开阔眼界、丰富知识,这是依依对看直播的评价。在直播间里,她第一次接触到翡翠,产生了浓厚的兴趣。跟着主播钻研学习后,如今依依已学会了如何看翡翠的种水。前阵子,她一连在3个不同的直播间里买了3个不同款式的翡翠戒指,既做首饰,也当收藏。

史蒂文一边刷着订单记录,一边追忆抖音直播带给他生活的变化。以前,接触到的茶叶品类较少,他偏爱龙井等绿茶,后来在直播间里买茶叶,品尝过各地名茶,算得上半个茶叶“专家”。如今,他青睐福建的白茶,还买来一个车轮大小的茶饼,配以木质托盘,放在床头。

老和说,抖音直播的魅力在于精准推送,更在于它提供了一个窗口,让自己见识到中国的疆土辽阔、资源丰富,宛如一场别开生面的精神盛宴。

“许多水果以前从未见过。”腾格里沙漠边缘的果园种的民勤蜜瓜,海钓的新鲜带鱼,云南西双版纳的花玉米……一幕幕直播间里看到的画面在老和的脑海里翻涌,慢慢拼凑出了他对不同地域的认知。

如今,抖音直播不再是年轻人的天下,在老和这样的中老年发烧友不在少数。党宁分析,较多的空闲时间与低廉的价格是打动他们的主要原因。“由于开店的门槛不高,商品质量参差不齐,因价格优惠而下单的同时也要承担商品质量与预期不符的风险。”他认为,经过一段时间的发展,市场的逐渐规范,顾客对于标准的认知应该会有所好转。“有关部门应该在监管商品质量方面下功夫,保障顾客权益。”

他也强调,抖音直播热潮的背后也有“隐忧”,抖音推荐机制牵涉到的数据安全问题应引起重视,顾客的隐私信息、消费习惯、浏览记录等都需要妥善处理,为顾客妥为保存。有力的监管能够促进平台的健康发展。

在老和的悉心照料下,小叶紫檀长出了新芽。新买的狼尾蕨盆景也已经到家。老和期待着,能够在抖音直播间里接触更多新鲜事物,看见更广阔的天地。