



直播进入下半场：“风口”还是“一阵风”

信任度不是万能的。信任变现，也不是“你能卖好口红，我就要买你的锅碗瓢盆”。未来随着入局者的增多，直播在模式命门上仍需深练内功，其生态的可持续，更需要设置门槛。

□记者 | 吴雪

4月1日这天，当学子们盯着电脑上琢磨着怎么在上网课时逃开老师的监管开小差时，罗永浩因为看了证券行业报告决定转战抖音做“带货一哥”。同一天晚上，“淘宝一姐”薇娅在直播中以4000万元的价钱“秒卖”了一枚运载火箭。人们以为是愚人节的玩笑话，殊不知在建议宅

家的这70多天里，全国用户群体性投入视频类直播的份额占比，超乎以往任何一段时间。

直播行业报告数据显示，1月24日，全网用户每日使用总时长一天之内就从50亿小时飙涨到57.6亿小时。春节之后直播行业的招聘需求同比上涨132.55%，直播人才的平

上图：美妆博主在直播。

均月薪达到了9845元。上海百年老字号“杏花楼”首次试水直播，10秒即售罄13万盒“咸蛋黄肉松青团”。

没有人敢小觑直播的能量。

但随之而来，曾因盗窃入狱四次的周某，一出狱，就被直播平台追着签订两三百万元的网红合约；老罗转岗试水直播，第二场观众就