

“淘宝村”迎战“双十一”：

# 家家搞电商 户户开直播

□牡丹晚报全媒体记者 武 露

一年一度的“双十一”如期而至。当网民们在屏幕前买买买的时候,成千上万品牌和电商早已枕戈待旦。作为一年中最大的促销节点,“双十一”不仅是拉升年终业绩的助推器,也是一年中最大的行业大考。各大平台纷纷推出优惠措施,各路商家也是使出浑身解数,携手网红主播进行直播带货,全力迎战“双十一”消费潮。

在“双十一”前夕,牡丹晚报全媒体记者实地探访了菏泽高新区马岭岗镇万乾集村。作为我市较早一批的淘宝村,该村超过三分之一的人都在从事电商行业,销售床上四件套,几乎家家都有网店、户户都能直播。



主播与粉丝互动



主播在抖音平台直播带货



主播介绍产品

## 转战直播带货,村民有了新玩法

11月9日,牡丹晚报全媒体记者来到马岭岗镇万乾集村,没有想象中的车水马龙,也没有货物装卸的繁忙,似乎与一般村子无二。

“现在咱们村经营模式改变了,不再往村里带货了,所有的床上四件套都指定了生产厂家,所有的生意都在网上进行,产品成交后厂家直接发货,这样就避免了产品的积压,现在村民们都在直播间里带货呢。”万乾集村支部书记焦凯说。

焦凯告诉牡丹晚报全媒体记者,前几年,村民们开设网店,都是将客户下单的产品在家里集中打包、发送快递,费时费力,

还极易压货。近两年直播带货兴起后,村民们不断尝试新玩法,采取与江苏南通的代加工厂商合作的模式,由他们生产指定的四件套产品,直接给买家发货,时间和精力得到解放后的村民,就专心搞起直播来提高销售。

“为了提高带货质量,村民们纷纷抱团,三五人或者十几个人组合在一起成立公司,聘请网红,在城里开设多个直播间,双十一前夕,正是他们最忙碌的时候。”焦凯说。

跟随焦凯的脚步,牡丹晚报全媒体记者来到毅德城电商园区,在这里,有万乾集村批量的直播间。不起眼的门头,窄窄的街巷,很

难想象这样的门店里潜藏着千万级销售额的电商企业。

推开一扇普通的玻璃门,果然是别有洞天。原本窄仄、阴暗的走廊,豁然开朗。家居样式的布局,层层叠叠的四件套产品,在多重灯光映射下,十分亮眼。

两部手机、一个大的显示屏,三位工作人员正在搭建好的场景内“直播”。面对着手机,主播在一款四件套前详细介绍着它的特点和价格,另一位女主播也随时出镜互动,辅助她介绍一些爆款产品。虽然正式“开抢”尚未开始,但在直播平台上观看、留言、询问的“剁手党”已经“目不暇接”。

## 直播带货,一年销售近三千万元

“眼前的这间是我们公司其中的一个直播间,楼上还有。”万乾集村村民、该电商企业负责人焦广华说。

眼前的焦广华穿着朴实、其貌不扬,很难与年销售额几千万元的电商老板联系在一起。但这位村民着实有过人之处,从淘宝到拼多多,再到抖音,他顺势而动,不断根据电商平台的发展转型,干出了不小的成绩。

焦凯告诉牡丹晚报全媒体记者,2012年村民焦广振在外打工,经朋友推荐无意间接触了淘宝,学会了上网购物,并于同年开了第一间淘宝店。在他的带动下,村里不少年轻人都开始尝试电商,焦广华就是最早的一批。

“从2014年开始,我们就不断摸索,淘宝、拼多多、抖音,几乎全都涉猎,从最初的开设网店‘人找货’,后来的直播推送‘货找人’,都要一点

点尝试。而且我们要经常到杭州去培训,学习一线最前沿的技术和经验。”焦广华说,“如今抖音平台最是火爆,我们也主要靠抖音直播带货。”

焦广华告诉牡丹晚报全媒体记者,在抖音带货的摸索学习中,他们也遇到很多困难。“直播带货全靠流量,对于一般的电商企业来说,请不起李佳琦、薇娅这样的头部主播,纵然是小众的网红,成本也是极高,他

们的佣金抽取都接近40%。为了减少这方面的成本开支,我们培训自己的员工,自己做主播。”焦广华说。

如今,焦广华的公司名下有八个抖音店铺、四个抖音账号、十个主播,每个抖音账号粉丝都在二三十万左右,去年一年的销售额达到三千万元。“双十一临近,我们提前部署,对接厂家,协调货源,同时安排主播轮流上岗,策划活动,希望打一场漂亮仗。”焦广华说。

## 传统店主化身出镜主播,一月工资一万五

“家人们,这是我们最新款的床单,花色新颖、材质丝滑,手感特别棒,有兴趣的可以看看,不要划走。”直播间里,33岁的主播邓燕竹正在与网友们互动,介绍产品。她语言流畅、风格幽默、动作娴熟,很难看出这是一个刚刚干主播两个月的“新人”。

据邓燕竹介绍,她之前是一位实体店主,在市区康庄市场有一家服装店,受电商冲击,她的店铺生意每况愈下,不得不另谋出路。“2019年的时候我自己也尝试开了一家网店,但是经验不足,技术也不行,一个人单打独斗没有坚持下来。前不

久经朋友介绍,到这里做起了主播。”邓燕竹说,“我们三人一组,轮流开播,一天播出四个小时左右,主要就是介绍产品,与网友互动。现在收入还挺可观,一个月的工资在一万五千元左右。”

四个小时的开播时间看似不长,但一直高语速、高频

率的互动和讲解,依然十分辛苦。一场下来,邓燕竹的嗓子就有些嘶哑了。“累了就换人,泡杯茶,歇一会继续开播。”邓燕竹说。

焦广华告诉牡丹晚报全媒体记者,在直播行业里,薇娅、李佳琦这样的头部主播终究是少数,大多数都是类

似邓燕竹这样的“底部主播”,他们每天忙活着熟悉产品、练话术、磨嘴皮子,把直播带货的各个流程烂熟于心。“带货主播入行门槛虽然不高,但发展到今天,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。”焦广华说。