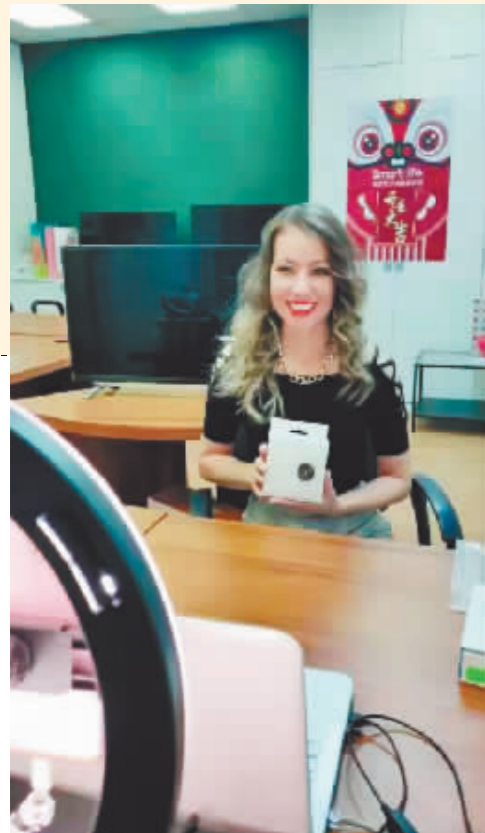


2022年“双11”电商新看点 下篇

和“彼得大叔”唠家常、一起上女版“刘畊宏”的健身课、来迪莉娅直播间看国货出圈……凭借黑土地资源和地理位置优势,他们找到了矩阵传播的流量密码——

深耕直播赛道 本土主播加速跑

本报记者 万佳文/摄



迪莉娅在俄罗斯的直播间。

在最近一期的直播海报上,迪莉娅特意挑选一件粉红色礼服,海报中央还有两个可爱的卡通动物:老虎和金鱼。“在中国文化中,红色象征喜庆,老虎代表力量,金鱼则表示财源广进。”迪莉娅说,虽然她的大部分粉丝都是俄罗斯人,但是他们同样热爱有中国元素的内容。最重要的是,赶上中国“双11”大促,许多俄罗斯粉丝喜欢的电子产品打折促销,有的甚至半价,“双11”也成了俄罗斯粉丝的购物狂欢节。每当平台或店铺打折促销时,直播间的人数会特别多,我们店铺的销售业绩也特别好。

37岁的迪莉娅是黑龙江俄通国际物流有限公司俄罗斯市场部经理。“我在公司的莫斯科办公室工作,同事既有中国人,也有俄罗斯人,我们在一起工作很愉快,这得益于我在中国期间学习的中文和中国文化知识。”迪莉娅说,12年前第一次来到中国,从那时起就爱上了中国,这也是我加入中国公司的主要原因。

“我最早一次直播是在2020年。”迪莉娅说,那时候我们在阿里海外电商平台速卖通上开了一家名叫“Smartlife(智能生活)”的网上店铺。受中国电商直播热潮影响,我们也决定开直播试试。那时候,整个公司的人对直播都知之甚少,直播中的脚本、如何介绍产品、直播时长甚至发多少优惠券都是我自己

“双11”激战夜,直播镜头前的粉丝比拼手速;主播们以最佳状态,跟着读秒器倒数3、2、1……远在俄罗斯莫斯科的直播间里,黑龙江俄通国际物流公司市场部主管迪莉娅把她精心挑选的中国畅销产品一一排开,开始了她的第98场直播;身在哈尔滨的健身女神“月儿”从早到晚车轮式健身直播回馈222万粉丝的厚爱;而在黑龙江逊克县边疆俄罗斯民族村里,“彼得洛夫董德升”一边拿着手机直播,一边和村民在黑龙江边“钓鱼摸虾”,

粉丝不断下单购买小黄车里的乡土农商品。

中国电商直播大潮始于2016年,爆发于2019年前后,如今它已从边缘走到C位。商务部数据显示,全国电商直播活跃主播人数超过40万,2021年直播市场规模逼近2万亿元。迈向万亿市场的电商直播标志是它的时代已经到来。而经过几年的实践摸索,凭借着黑土地的资源优势和比邻俄罗斯的地理位置优势,黑龙江电商主播们在电商直播大潮中崭露头角。

“洋主播”来了 国货进军俄罗斯电商平台

做的决定。记得第一次直播的时候,观看的人不到1000人,但是对我来说意义非凡。我至今还记得我第一次直播的时候,兴奋中带着颤音,担心不知如何回答粉丝的问题。很快,直播间的粉丝上涨到两万多人。看到粉丝上涨我很兴奋,虽然有了一定经验,但还是心虚。如今,这些问题我都能轻松解决。

“在这份工作中,我收获了很多快乐和幸福。”迪莉娅说,越来越多的人通过直播认识我。我很在意他们的评价,如果他们说很喜欢我们的直播,买东西很好,那就证明我们的直播是成功的。我很高兴粉丝们没有把我简单地归为那些为卖货绞尽脑汁的“售货员”,而是看成了他们的朋友,能够给他们提供有用的信息和建议,比如哪种产品更值得购买,哪种性价比更高,如何在最低折扣的时候购买,如何拿到最大的优惠,而买的产品正好是他们最需要的。每次看到粉丝分享他们使用产品的照片,有的甚至还录了一段小视频发表使用评价和感谢,我都由衷地高兴。

“在俄罗斯,中国小家电、电子类的品牌产品具有非常大的竞争优势,除此之外,智能宠物、智能健康、个人护理产品也很热销。俄罗斯用户对中国产品的品牌忠诚度在不断提升。”

迪莉娅说,以我为例,我开着中国哈弗轿车,使用小米智能手机和电视,连我们家的洗衣

机、扫地机器人都是中国制造。中国品牌的产品现在已经把俄罗斯老牌产品甩出了几条街。许多俄罗斯消费者显然也意识到了这一点,并在自己心目中重新定义中国产品。如今,中国产品已经有能力匹配日益增长的俄罗斯用户需求。

“到现在,我已经做了近百场直播代货,去年店铺年销售额4000万美元。”迪莉娅说,今年公司又开了第二个店铺——My home(我的家),主要销售家居用品。此外,公司还计划把店铺开到平台OZON上,这个平台是俄罗斯目前最大最受欢迎的电商平台。现在开播前的准备工作正在紧张进行中,工作虽然更累了,但我们乐在其中。



月儿带领粉丝直播健身。

女版“刘畊宏”开课 粉丝数量突破222万

在万物皆可播,人人是主播的时代,想要出圈,必须是精品中的精品。对于主播来说,只有专而精才能抓住机遇。

“宝贝们,直播间里领舞的这些女孩几个月前都是一二百斤重,你看这才几个月都瘦下来了,你们只要坚持也会像她们一样。”就在哈尔滨的一个健身直播间里,有着冰城女版“刘畊宏”之称的“健身女神月儿”带领粉丝挥汗如雨。6年来,她每天坚持直播健身运动,并率先在直播中带领粉丝一起锻炼。月儿的粉丝数量已达222万。

“我是国内最早一批做健身直播课的主播,见证了电商直播带货兴起的整个过程。”月儿之前并不是专业的健身教练,走上健身之路是由于体弱多病,想通过健身的方式改善体质。没想到,一下子爱上了健身,经过锻炼身体素质提高了,同时也摸索到了健身的一些心得,就想分享给别人。

“那时候,我在火山小视频上直播健身课。”月儿说,当时平台没有做健身的,我坚持得特别好,就被平台推荐为官方主播,还被平台选为热门推荐,粉丝很快就涨到40多万。那时候还没有带货的概念,我的收入也不稳定,支撑我一直坚持下去的主要动力是粉丝们的厚爱。在直播中,月儿有针对性地告诉粉丝如何健身、减脂,很快就看到了效果。大家都不知道如何感谢我,就自发地打赏送礼物。

后来,火山并入抖音,月儿又跟着转移到抖音平台上。在直播中,月儿一直积极跟粉丝互动,对于他们提出的问题,月儿是有问必答,有时还回应粉丝要求跳几段流行舞蹈。“许多粉丝健身遇到的问题,是

运动很长时间没有效果,那么我会帮助他们调整训练计划,比如器械加有氧等,甚至手把手调整动作,让他们更规范。”月儿说,经过一段时间锻炼,有的人体重减了一些,但似乎进入瓶颈期。这个时候,我会有针对性地给每个人提出解决方法,帮他们顺利渡过减肥难关。我开始并没有把做直播看成一项事业,就是热爱,就是想帮助那些在身材管理上有问题的朋友,认真认识我的人瘦下来,美起来。慢慢地,我和粉丝之间的信任感就自然而然地建立起来了。

在直播中,3名健身学员带领镜头前的粉丝一起跳操。“把粉丝带到镜头前,一起跟着跳,亲眼见证健身的效果,这个模式最早是从我的直播间开始的。”月儿说,那时候许多粉丝慕名找到我,希望跟着我一起健身。他们来自全国各地,最远的有山西来的,还有省内的。他们一跟最少3个月,最长半年多。最关键的是,那些线下找过来的粉丝,我一分钱不收。这么多年,我先后带了三四十个粉丝,这些粉丝几乎全部减肥成功,有一个哈尔滨宝妈10个月减了140多斤,减个四五十斤的在我的直播间都是很普通的事。平均来说,只要坚持跳,一个月会减重十斤左右。总看我直播间的粉丝会发现,跟着我跳操的粉丝隔一段时间就会换一批,因为之前的粉丝减重成功回家,下一波粉丝又跟上。

每天8时30分到23时,中间除了吃饭休息,月儿基本都在直播。“我要做的就是用镜头记录他们瘦下来的过程,我把它叫做生活化的直播间。”月儿说,坚持做健身直播6年,支持我坚持下来的主要动力是给别人带来积极的改变,健身不光是身体素质的改善和提升,它还给人带来了自信,打开了生活新方式。我特别享受这种快乐和成就感,这种精神上的愉悦是超越金钱等一切物质的。也正是因为我真的帮助了别人,她们都发自肺腑地想要感谢我。许多粉丝为了支持我,甚至把我小黄车上的东西从头拍到尾,一个不落。

在哈尔滨,像月儿这样专注某一种领域的账号很多,专门做各种欧式花样面包的“美食折叠world”,每一个短视频制作都用心,看后让人赏心悦目;只卖东北黏玉米相关农产品的“大碗严选”,短视频发布的内容都是普及各种玉米新品种和吃法……他们在一个垂直直播赛道把内容做深做透,有的粉丝虽然不多,但变现能力却胜过许多大号。

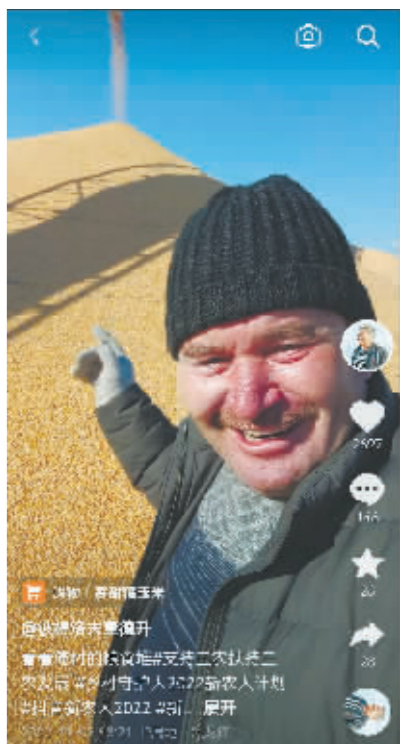
“彼得大叔”走现场 直播农产品生产加工

“双11”当天,黑龙江逊克县董德升来到县城参加培训学习。趁着午休时间,董德升跑到县里自己的直播间“彼得洛夫董德升”上直播。这个从小到大大一直生活在黑河边境的农民,却长着标准的俄罗斯大叔脸。也正因此反差,自他在2019年正月十五发布第一个视频后迅速走红,粉丝数量超过240万。

“你看外边,我们这儿下雪了。”董德升一抬头,看见窗外正在飘着雪花。这时粉丝在屏幕上纷纷打出看雪的字幕,于是,董德升拿起手机,走到户外直播下雪。从雪聊到家乡变化,再聊到自己的生活和爱好。“我生活的小村子对面就是俄罗斯,1920年,爷爷奶奶赶着马爬犁从符拉迪沃斯托克逃难到这里。当时,来中国的俄国人在附近的村子里很多。后来我们村更名为边疆俄罗斯民族村,它是中国第一个以俄罗斯族命名的村庄。”董德升说,我和姐姐都出生在中国,我们是迁徙后的第四代后裔,从小爷爷就告诫我们是中国人,家里禁止说俄语。

董德升身上有八分之七的俄罗斯族血统和八分之一的汉族血统。他的五官很立体,高高的鼻子、蓝色的眼睛,一眼看上去就是俄罗斯大叔,粉丝亲切地称他为“彼得大叔”。在直播中,面对粉丝的各种问题,董德升耐心地解答。“我在直播的时候也没有什么顺序,粉丝问到哪,我就介绍到哪。”董德升说,我玩抖音是从2019年开始的,当时就是好玩,没想到很多人关注我,后来许多人找到我,又拍了纪录片,到2021年之后粉丝超过100万。许多人当时就让我带货赚钱,我说不带就自己玩玩。到2022年,粉丝超过200万。家乡领导说你宣传宣传家乡农产品,我一想也是,就开始卖我们家乡的蘑菇、木耳、蜂蜜等农产品。

在1700多条短视频中,到黑龙江打鱼摸虾、上大兴安岭采山货、下地掰苞米、老妈亲手做俄罗斯酸黄瓜、在山上遇到黑瞎子和野猪的趣事……董德升把黑龙江边境农民的日常生活真实地展现出来。“我们这两面是山,蘑菇、木耳、蕨菜、蜂蜜特别好,每年8月下旬到9月上旬,是大兴安岭出蘑菇的时候,我和媳妇上山采山货,一天能卖一千块钱。”董德升说,我们前后采了将近30天,采回来的蘑菇晒干了大约有十来斤,除了自己留二三斤,董德升还把全村的蘑菇都收上来,分拣后包装卖到全国各地。



“彼得洛夫董德升”直播大豆加工。

直播的时候,正巧有分拣蘑菇的工人工作。于是,董德升开始进行现场直播。“来给你们看看,蘑菇是咋分拣的。”董德升说,就是把蘑菇的根、树叶、石头都挑出来。大的放一起,小的放一起,碎的也可以吃。干活的妇女都是周边邻居,在家闲着也是闲着,我给她们10块钱一小时,干一天至少能挣80元,有的已经干五六年了。

“我们村是少数民族边疆村,政府扶持我们发展,花七八十万元给村里买了一台凯斯4077,大家谁都能用,给村里交点钱就行,可方便了。”董德升说,2019年我家15垧地的苞米卖了18万元,我又加了点钱,买了一台车。这几年政策好,只要你好好种地,一年十几万元二十几万元都能拿到手。

媳妇是客服,姑娘是技术,董德升的直播总是欢声笑语。“现在,全国人民都认识我,喜欢我,我真的特别开心。”下播时,董德升再用上他的经典台词:挺好挺好挺好,再见再见再见。

田间地头农产品直播,呈现了农产品最初的样子,还原了农村真实生活。这种直播形式在近几年呈直线增长趋势,尤其兴起在广袤的黑土地上,向东方甄选董宇辉喊话的五常老那,在渤海种石板大米的“大康宁”,记录山区农民生活点滴、粉丝70万的“一百变秀农村”……

深耕分类直播赛道,抓住核心用户

正如中国“双11”电商购物节漂洋过海,点燃全球消费者的消费热情一样,电商直播也迅速席卷世界各个角落。和迪莉娅一样,许多“洋主播”在海外直播时,为中国好产品代言。俄罗斯姑娘Elena(伊莲娜)在哈尔滨直播间向粉丝推荐黑龙江齐齐哈尔生产的老牌冰雪装备——“黑龙江冰刀”,除此之外,身在海外的中国主播们也在世界上的各个国家用直播的形式推介中国好产品。京东全球销售数据显示,今年“双11”预售期间,除了电子类国货持续热卖外,布鞋、绣花鞋等国潮好物受到海外消费者追捧,订单额同比增长4倍。

与往年不同的是,今年“双11”销售业绩并没有

成倍增长。“今年‘双11’会比平时订单多,但也只是多一些,不像往年那么高,粉丝购买商品的单价也不高。”月儿说,这主要原因是消费者更加理性,不会购买那些价高又不实用的东西。我很庆幸,赶上了全民健身的热潮。如果未来有精力,我可能会多做个健身类的直播间,让我带出来的粉丝也做直播,形成更好的传播矩阵。

黑龙江电商专家管安强说,从产品最前端到产品销售末端,直播电商的足迹遍布全球各个角落。“现在的用户不会分享你的产品,是分享积极向上健康的生活方式,针对这种需求,就要适时调整,把产品做到用户的生活当中,才能真正抓住核心用户。”