



半年间直播间粉丝数涨百倍,近期却出现了品控不好、价格偏高等问题

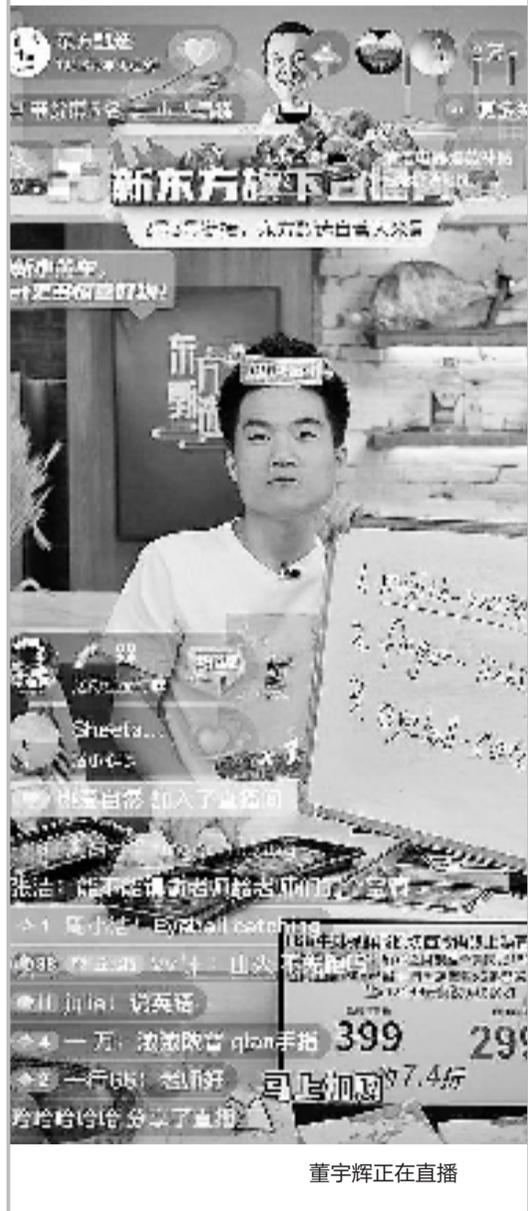
直播带货进入下半场

“东方甄选”能够火多久

本报记者 楼纯

“有朋友说,命运给了董宇辉颗粒无收的脸,知识却给了他五谷丰登的灵魂。”这是最近爆火的“东方甄选”直播间的主播董宇辉在带货时调侃自己颜值时提的一句话。幽默风趣,且在直播时滔滔不绝、干货不断的一段时间圈粉无数。

2021年的教培改革,给课外培训行业带来了一定的冲击,新东方也难以幸免。2021年,新东方一共裁掉了4万多人,11月成立“东方甄选”,入局农产品带货,进行助农直播。董宇辉是新东方老师大军中的一员,在进入直播间之前,他专门给高中生辅导英语。在最困难的2021年下半年,董宇辉收到了来自集团的邀请函:新东方要面向全员招募主播,董宇辉报了名。董宇辉曾经说过,自己当时一度想要离开(新东方),辞职报告都准备好了,但那天去的时候处理报告的人不在。最后,还是CEO孙东旭说服了他留下。



董宇辉正在直播

半年时间 “东方甄选”粉丝数暴涨百倍

因为没有直播带货方面的经验,更没有农产品方面知识,被选中后的董宇辉埋头苦学,花时间练习,和其他选中的老师们一起努力。董宇辉曾在自己的抖音号发文:“就连太阳光到地球都需要8分钟,所以你也需时间,耐心一些,持续修炼。”

起初,“东方甄选”的成绩并不理想,12月28日当天,“俞敏洪”和“东方甄选”账号同时开播,“东方甄选”也迎来首秀,不过那一天,“东方甄选”只收获了47万元的销售额。关注抖音直播的网友可能知道,刚刚“退网”的罗永浩,此前在抖音的首秀直播销售额就超过了一亿元。2022年1月份,也就是“东方甄选”开播没几天之后,俞敏洪在个人微信公众号发文:“东方甄选才刚刚开始。”

今年618,各大电商平台持续发力直播带货,“东方甄选”赶上了这波快车。618期间,“东方甄选”抖音号的粉丝数创纪录地暴涨百倍,截至记者发稿,“东方甄选”直播间的粉丝数量已经突破了1800万,另外仅《美得窒息的唐诗宋词诗经三册》一书,在618期间的销售额就已接近千万元。

据统计,6月15日晚,“东方甄选”18小时45分钟的累计直播,创造了近5700万的GMV,较6月8日的212万GMV,增幅达到了2563%。6月16日,俞敏洪在个人微信公众号“老俞闲话”发文表示,“东方甄选”并不是什么战略,最多是在摸索一条出路。“从情怀来说,我们坚持做为社会带来好处的事情,做一件对的事情。”

直播间有千千万 观众需要“新花样”

能够火遍全网,主要原因或许是“东方甄选”主打优质内容带货。从知识科普到双语教学,再到风趣幽默的段子,各种在新东方课堂上才能听到的内容,从线下搬上了直播间。

“等会,有朋友在问榴莲的单词怎么说,有问题怎么能下课,哦不对,有问题怎么能下播呢?”在直播间,这是董宇辉在一场直播尾声中的一次“口误”。但是,就是这样一场除了买东西,还可以听老师“讲课”的直播,引来了无数网友的点赞。

浙江传媒学院教授朱永祥在接受钱报记者采访时表示:“‘东方甄选’的主播们本质上是创立了一种新的场景,观众会与董老师直播时讲的故事产生共鸣,也会对俞敏洪个人经历、他所做过的事情,比如捐赠桌椅等产生共鸣。像有些直播片段中,他们会用故事来激励观众,特别是一些年轻人。这种为深层次的共鸣买单的行为,在原来那些带货直播中是很少见的。”

“东方甄选”生动有趣的直播互动形式,和干货满满的知识讲述,与这些主播们背后的常年积累有着很大的关系。“水瘦山寒的深秋,树叶飘落

的院子,不紧不慢洗干净的菜叶,和认认真真的母亲,那一缸菜曾是家人过冬的希望。”董宇辉在一次直播中讲述了一段自己与妈妈之间的温情故事,有网友在直播间留言:“我第一次看直播带货给我看得热泪盈眶。”就是这种与“123上链接”那些直播完全不同的讲述形式,让观众耳目一新,成为了“东方甄选”最大的特色。

“直播电商应该是百花齐放的,这个生态池需要有不同的直播间和主播,风格调性适合主播本身的特性,又能受到粉丝喜爱的,就是好的。我们签约的主播也是个性特点都不同,我们不会有一模一样的直播间和主播,每个直播间都需要定制策划,希望传递更多正能量的、有趣的内容给粉丝,让他们在买到好货的同时,也感受到快乐。”杭州遥望网络科技有限公司负责人告诉记者,“眼下消费者对于内容的需求和对商品的需求是一样的,直播带货,‘货’是第一位的,但是大家对内容的要求也越来越高。”5月31日举行的抖音电商生态大会上,抖音发布了一些数据,其中,优质内容驱动下的用户购物行为在快速增长。

电商直播的下半场 是否属于“东方甄选”们

“东方甄选”爆红之后,“东方甄选能火多久?”“直播间的门槛又被提高了?”“这会不会给许多现在还在用传统喊话方式带货的主播带来压力?”之类的话题频频出现在互联网上。的确,靠才华吃饭的主播,如果有一天才华输出完了怎么办?观众看腻了怎么办?港交所公告显示,腾讯在6月15~16日减持了港股新东方在线7460.39万股,持股比例从原本的9.04%下降至1.58%,接近清仓。这一度被外界看作是对新东方长期潜力的质疑。

对于“东方甄选”这波浪潮对带货趋势的影响,朱永祥教授觉得比较有限。“首先‘东方甄选’的确提供了一个新场景,它也有别于吆喝叫卖式带货,让人耳目一新。但因为它带货的底层逻辑还在,人们对于这样的内容最终还是审美疲劳的,最后也会影响带货的转化。而且说到学知识,这些碎片的知识,有时候只是治愈了网民的情绪,更多时候并没有做到真正传达知识的效果。”

对于“东方甄选”这个现象级的直播间,抖音电商相关负责人表示,抖音电商始终重视内容生态建设,自去年起就陆续推出相关规范和扶持计

划,明确内容质量标准,鼓励和引导创作者生产优质内容,提升长期经营效率,并对优质电商内容给予流量倾斜。平台希望看到能有更多类似的优质电商作者涌现,为用户带来丰富多元的体验。

“抖音是一个媒体平台,它的直播更偏向于内容本身,通过内容去引流再去卖货是抖音很重要的一个特征。”艾媒高级分析师张毅对钱报记者说,“这次‘东方甄选’突然爆火,还和近期许多头部主播停播有关,从消费者角度来看,其实看直播带货主要是为了商家的承诺和优惠。”

总之,“东方甄选”这一波流量,有偶然,也有必然。最近,水蜜桃长毛、饥饿玉米价格高等负面话题也找上了“东方甄选”。所以,想要在直播带货领域生存下去,摆在俞敏洪和“东方甄选”面前的,还有强化品控、售后、供应链等一系列任务。“直播带货一定是基于信任,这个信任并不只能来自于你的文化知识,还要来自你的品控,你的售后,你的物流组成的一整个体系。”朱永祥教授说,“现在上课的场景火了,以后会出现新的场景,来源可以是新的创意,也可以是一场技术革新。”