

近日,刘涛、陈赫等知名演员带来直播带货首秀,并且业绩都很不错,尤其是化身“刘一刀”的刘涛,在淘宝直播首次开播便创下全网明星直播的新纪录。这让大众再次看到明星做直播的优势与潜力,同时也印证了直播带货成为明星工作新风口的趋势。

只是做主播带货与当明星有着很大差别,它不是演戏、不是做综艺节目,主播是一份全新的职业,有全新的要求,除了颜值和娱乐气氛,最重要的还是专业的商业能力。为此,在追逐直播带货风潮过程中,明星们以及背后的团队开始忙着打造新人设。 □新华



明星扎堆直播 卖货也卖新人设

从客串明星到直播间主人

直播带货日渐火爆,越来越多的人参与进来,直播队伍也在不断壮大,就连明星们也开始火速加入直播大军。

最初明星参与直播带货还比较浅层,更多的演员、歌手、主持人等明星只是作为特邀嘉宾出场,这时他们的身份还是明星,他们与上综艺节目一样,带着流量到直播间配合主播为直播间及产品做宣传。一般客串明星到直播间都是“定点来,快速走”,明星们就跟平时赶通告一样,不用做过多的功课。

如今,上直播间的明星越来越多,“网红主播+明星”的组合已经成为直播带货行业的普遍现象。比如到李佳琦、薇娅直播间做客的明星越来越多,刘诗诗、赵丽颖、杨幂、唐嫣、关晓彤、吴倩等女星,高晓松、胡歌、鹿晗、朱一龙、周震南等男星,就连各类火爆的综艺节目也是整个团队现身直播间助力主播带货。除了淘宝直播,快手、抖音的直播带货也不断邀请各类明星助力。

但是做客串嘉宾并不是明星在直播带货这条路上唯一扮演的角色。明星不满足于只做嘉宾,电商平台也想无限发挥明星的流量作用,现在越来越多的明星成为专业主播进驻直播平台,包括较早开始打造自己的直播间的主持人李湘、李静、朱丹,还有演员范冰冰、林允、李小璐,以及近期加入的刘涛、陈赫,湖南卫视资深主持人汪涵都开始了淘宝直播首秀。

其实在开设自己的专属直播间、真正做主播之前,很多明星都做过网红直播间的客串嘉宾,如刘涛、陈赫和汪涵。如今,他们自己做主播,这个转变很大。他们不再是坐在主播旁边被人追问体验感受的人,而要主动介绍产品的功能、价格,使出浑身解数推销商品。这些明星从客人变成了直播间的主人。

角色转变新人设登场

从客串嘉宾到直播间主人,明星的角色发生了巨大转变。作为主播,明星从演艺圈跨界到商业圈,他们要做出的变化不止是身份,就连人设都要重新打造。

转战直播带货、打造新人设较为成功的当属刘涛。5月14日晚上,正式入职阿里巴巴的刘涛,作为聚划算官方优选官在淘宝直播首秀,从

此刘涛又多了一个新人设“刘一刀”。在大众的印象中,刘涛是一位好演员、贤妻良母、知心大姐;加入阿里巴巴后,她又多了一个总裁身份;在直播间,她也在积极打造一个专业销售的角色。

记者注意到,在直播间,刘涛不再把自己当作明星,她就是为消费者搜寻好货、不够划算就砍一刀的专业主播。直播时,刘涛不仅接地气,还表现出了一定的专业性。直播整整四个小时,刘涛全程在线,对于直播间每一件商品的卖点都非常清楚,可见做足了功课。

网友对刘涛首次直播带货也是赞许有加。有微博网友表示:“刘涛好厉害,直播带货首秀就这么厉害了,每一件商品的相关都记得清清楚楚。”

明星带货能不能走远

从刘涛努力变成“刘一刀”可以看出,明星做主播带货并不是那么简单,不是凭借着自身的人气就能把货卖出去的。

明星自带流量,直播带货自然有先天优势。事实上,电商直播平台也正是看中这点,才会大力推进明星直播带货。比如,淘宝直播在去年就推出了发展明星主播的“启明星计划”。

但明星做主播只有流量并不够。有很多网友表示,最初是冲着明星去的,是冲动消费,但时间长了就会考虑明星直播间的商品要不要买、值不值得买。并且现在越来越多的明星都开始直播带货,竞争也很激烈。有网友表示,“最近我喜欢的好多网红、明星都在直播带货,导致我不知道该看谁比较好。”

明星直播带货看似门槛不高,但事实上,要做好也要付出很多努力。社会大众很关注明星直播带货的现象,对此也产生很多讨论。有网友认为,明星还是很吸引人,忠实粉丝很多,有些人就是奔着明星去的。也有一些网友认为,直播带货的核心不在明星,在商品折扣优惠,直播用户不是冲明星去的,是冲商品和优惠价格。

其实,明星直播带货离不开明星光环,也离不开商品折扣力度。明星只有同时拥有这两种优势,才可以获得长远发展。业内人士认为,明星在带货上比网红更容易获得成功,因为他们本身具有吸引力,有一定的粉丝聚集效应,还有更好的黏着度。当明星够努力、够专业后,带货这条路会比网红走得更坚定和有力。

皖籍球员钟纪宇 随队“冲超”成功

星报讯(记者 江锐) 去年,石家庄永昌以中甲第二名的身份成功冲超,这也是球队时隔1102天后重返中超。虽然只是球队中的U23球员,但安徽籍小将钟纪宇功不可没。

钟纪宇籍贯安徽淮北,出生于1997年1月5日。他出自北京国安青训,2016赛季租借至北理工队,之后又辗转来到石家庄永昌,与其他一些打上比赛的年轻球员不同,他经历了中乙和中甲的锻炼。对于这种经历,钟纪宇坦言,“年轻球员在低级别联赛能成长得很快,自信心能有很大的提高,能让自己独当一面。”

其实去年联赛开始阶段,钟纪宇并不是主帅首选的U23首发,但当机会到来时他抓住了。而且在联赛结束后,他还入围了赛季最佳新秀的评选。钟纪宇最欣赏的球员是哈维,“因为他真的是中场大师,思路清晰,传球组织能力很强,作为个子矮小的中场球员,(哈维)是个非常好的学习榜样。”钟纪宇报名身高1米70,从外形上看也不属于十分强壮的类型,这样的球员在目前的中国足坛称得上是“非主流”,能够在球队和联赛中占有一席之地,如果没有自己的特点是很难立足的。

钟纪宇自然是人们常说的那种“用脑子踢球”的球员。作为一名职业球员,钟纪宇自己又如何理解这种类型的球员呢?“用脑子踢球,我的理解是合理地接球带球,合理地跑位,做好提前观察,把平时训练的技战术,在比赛场上能熟悉地运用。”

的确,这样的球员不仅会让球迷眼前一亮,也会让队友踢得更舒服。据了解,球队外援攻击手就曾反馈,和钟纪宇踢球的感觉很不错,能踢到一起。本赛季在中超赛场,他仍然是球队U23首发球员的首选。

黄霄雲单曲《爆款来了》上线 “买它买它”魔性歌词洗脑网友



星报讯(记者 吴笑文) 日前,鬼马精灵的超能音乐少女黄霄雲以商社社长的身份加盟了国内首档电商带货真人秀《爆款来了》第二季。虽说这档节目并非黄霄雲熟悉的音乐节目,但她还是在节目主题曲这一环节上再度一展惊艳歌喉。这首和《爆款来了》节目同名的主题曲充满了魔性、洗脑的电商带货元素,有趣的歌词在黄霄雲的演绎之下既有少女的快乐、活力,也极具号召力。

作为四位商社社长中年龄最小的一位,1998年出生的黄霄雲是学生党消费族群的典型代表。在她的消费理念中,除了性价比等关键因素,“年轻就要大胆尝试”也是她的重要消费主张。在《爆款来了》这首歌里,“把烦恼抛到脑后,这感觉好自由”的歌词正是她消费主张的精准表达。

《爆款来了》的副歌部分集合了今年最热的诸多带货相关词汇“买它买它”“欧买尬”“剁手”等。不少网友感叹:歌词很魔性。或许对于黄霄雲来说,大胆尝试的精神已经深入到了她生活的每一个部分。据了解,在即将上线的《爆款来了》第二季中,黄霄雲将会展现不同于以往歌手身份的生活化一面,实力演绎一个超能音乐少女的日常。