



被“寄托”的直播间：流量、梦想与改变

“新”的力量正破土而出

那些“没想到”背后

01

“两分观世间，八分观自在，让我们用一双向外看的眼睛向内看……”

在普陀山小帅的抖音视频中，这段长达8分钟的讲解视频被点赞93万次，充满禅意与哲理是他打造的独树一帜的风格，有不少粉丝评价他“不光是导游，更是在导心。”而在小帅看来，他的粉丝年龄层偏大，这样结合人生感悟的讲解方式恰好切中了他们的内心需求。虽然去年旅游业整个处于停摆状态，但依靠创作走心的作品，展示景区的文化，小帅仍然吸引了不少粉丝对普陀山的兴趣。基于这样的优质内容吸引，更多的需求也开始被激发。

去年6月普陀山景区开放后，粉丝们都给小帅留言问，怎样才能加入他的旅游团中。小帅也意识到，这或许是个机会。于是，他立马组建团队，创立第一个线上线下结合的旅游服务项目，取名“心语团”，并将90%的公司业务全部搬到了线上。“一种被需要的满足感”，谈及当时的状态，小帅感慨道，“那时候，团队每天最兴奋的事就是赶快打开抖音，看看粉丝们又留言了什么内容，我们也会根据粉丝的需求及时做出调整。”

去年年底，在抖音电商平台的帮助下，他们也顺势开创了导游户外直播的新模式，讲解普陀文化，推广旅游项目，直播频率也由最初的不固定，到后来的常态化。同期，不少地方导游也将抖音电商作为拓展资源的线上阵地。随着关注度的提升，小帅和团队发现普陀山文创纪念品有着广泛的市场需求，粉丝的呼声也很高，于是他们联系渠道，选品，销售，并在直播中进行展示。

“葫芦、香囊、醒狮，这些寓意着吉祥如意的纪念品，都是销量不错的产品。”加之不错的游客反馈，半年内小帅便收获了1400万的成交额。令他尤为印象深刻的是，在抖音电商1月5日年货节的一场直播中，几百件纪念品5秒钟就被抢购一空。“整个弹幕都在滚动‘没有抢到，没有抢到’，我们还以为是系统出现了问题。”小帅坦言，我们想象中的“饼”远比我们做得要大。

在巨大的流量曝光下，普陀山景区也迎来新的客流高峰。“我经常在普陀山遇到粉丝，很多人说是看我视频和直播才来的，每当这时候，我都觉得自己做的事情是有价值的。”如今，普陀山小帅的抖音账号已累计超过20亿次的视频播放量。从普陀“发烧友”到“超级导游”，小帅把旅游业务搬到抖音电商的一年多来，不仅推动事业更上一层楼，同时，他还和景区合作，找到了作为一名导游的职业价值。

而对于漠里姐姐而言，让青海的好

昆仑山脚，环绕在109国道上的青海格尔木荒无人烟。戈壁滩一望无际地向远处延伸，只能看到散落的农户和偶尔经过的汽车。然而，在看似荒凉的景色背后，一切正发生着改变。“一部手机，一个三脚架，记录着我青藏高原的农村生活。”抖音上，漠里姐姐坐在庄稼地里对着屏幕侃侃而谈。漠里姐姐的真名叫牛梦琳，90后，从小跟随父母从河南老家来到青海，以开荒种植枸杞为生。多年来靠天吃饭，维持着一家人的生计。2018年，在朋友偶然推荐下，牛梦琳开始尝试拍摄抖音短视频。让她没想到的是，拍了不到十条，就火了。

那条顺手拍摄收枸杞的视频，一下子涨了十四万粉丝。“粉丝数就像跳针一样上涨。”突然得到这么多人关注，牛梦琳兴奋不已，同时她也冒出了新的想法：通过抖音电商平台的推广，青海的好枸杞或许就能被更多人知道。在距离格尔木两千多公里外的普陀山上，导游小帅也有着相同的经历。正值旅游旺季，旅游团的人数明显增多了，这其中大部分游客都是被小帅的抖音内容吸引报名而来。回想一年前的行业低迷，他庆幸自己没放弃，通过户外直播的方式找到了新转机。

当普通人走进直播间，成为被巨大流量加持的网红后，他们也在适应变化，自我重建。而在抖音电商的平台上，每一种身份的转变，每一个向“新”力量的崛起，对于整个社会而言，或许有着更大的意义。



东西走出戈壁，走出大山，也是她在直播中找到的人生意义。漠里所在的青海温差大，日照长，加上干旱少雨的盐碱土地，天然适合枸杞的生长。然而受限于传统营销方式和市场需求，青海枸杞的知名度一直有限。

自从去年漠里入驻了抖音电商平台后，这里的情况便大为改观。在漠里看来，“让农户与消费者直接对话，可以满足他们对安全健康的食品品质需求。”而市场上“货卖一张皮”的增色枸杞，在农户眼里，恰恰是最不健康的。

最初推广不增色的枸杞，也曾遭到粉丝的质疑。但漠里表示，“我会跟粉丝们说，这里的果子颜色暗，但并不是陈货，因为没有增色，反而对

健康好，粉丝们就会认同这种说法。”渐渐地，青海的高品质枸杞逐渐打开市场，良好的反馈让她也赢得了粉丝的信任，随之而来的，便是更多人走进漠里的直播间，直播销售额也屡屡创下纪录。

而原来只卖自家枸杞的漠里，也开始尝试帮助乡里乡亲进行不同种类的农产品推广。蜂蜜、虫草、黑枸杞……这些青海当地的优质特产，借助漠里的直播间不断走向全国各地，农户们也因此脱贫创收。在他们看来，只要有漠里在，青海的好东西就不愁卖不出去。她觉得，作为青藏高原上的一个小小网红，把青海的好东西、好风光传播出去，让更多的人知道是她的义务所在。

是生意，也是责任

02

如果说，普陀山小帅和漠里姐姐靠直播带货推动了地方经济。那么来自杭州的魏老爸，则是利用自己的专业评测成为国民消费安全的守护者。魏老爸曾是专业检测机构的一名检测员，早在2015年，他的一则有毒书皮的检测视频就曾在网上引起轩然大波，并促使厂商做出改变，运用更环保健康的包装材质。2018年，彼时的抖音正加速崛起，并开始试水电商领域。而这一年，魏老爸也创立了抖音账号，取名老爸评测，延续专业严谨的测评风格，发布的第一支评测洗面奶视频，便一下涨粉30万。

自那以后，以科普和检测为主的老爸评测账号粉丝量也成倍攀升，从30万、1000万，再到如今的2200万，评测的产品范围也从日用百货，拓展到衣食住行的方方面面。有一次，一个重庆的粉丝寄来一个床垫让魏老爸检测。结果显示：甲醛浓度超标严重。那条视频一出，棕床垫的危害立刻引发大众对家装建材的广泛关注。

尽管得到不少“铁杆粉丝”的支持，但魏老爸坦言，这个过程却并非一帆风顺，早期团队面临着资金短缺和被无良厂商威胁的双重压力。“所以我们把经过专业检测、符合安全标准的产品在店铺和直播间中直接销售。”2019年，老爸评测在抖音粉丝1000万的时候，成为抖音电商直播的首批达人。而这样的经营方式，一方面缓解了团队每年几百万的检测费压力，在更大程度上，也让消费者买到真正放心可靠的产品。

如今，魏老爸的直播间也变成科普生活常识、推荐优质好物，为粉丝答疑解惑的“小课堂”。他的想法很简单，“通过直播，提高消费者的辨别能力，就能够倒逼一些厂家、行业做出改变。”回顾2015年辞掉工作，到转型做抖音电商，魏老爸直言，这六年是他人生中最幸福和最开心的时光。他觉得，“被粉丝认可，被社会认可，是多少物质都无法取代的。”

“新”力量，创造新价值

03

在人人都能成为主播的时代，新的商机，新的事业，新的增长正破土而出。据抖音官方数据统计，自2020年1月至2021年5月，抖音电商新增开店商家数量增长32倍，抖店GMV增长75倍，越来越多的商家、机构、达人、服务商在抖音电商平台实现新成长，迎来新改变。无论是让优质农产品走出大山，创造新的销路，抑或是将个人爱好延伸至社会责任，颠覆产业的革新……当这些曾经的普通人成为“流量网红”后，他们借助抖音电商平台优势，透过一个个直播间释放真诚、大胆创新，找到了一群志趣相投的伙伴，也最终实现了自我价值。而这种影响力对整个社会来说，也有着不可忽视的推动作用。

这正是抖音兴趣电商的初心所在。在以兴趣为核心的良性循环中，商家触达广泛的客户群体，让美好的事物走出角落，消费者也能够享受真正优质的商品和服务。这样的电商模式，在助力商家获得可观的生意增量的同时，对带动地方经济、打破传统模式、塑造新理念、推动产业繁荣等方面也做出了积极的贡献。

一年四季的时令水果堆满了魏老爸的实验室，大别山的红石榴、山东的苹果……看着粉丝从全国各地寄来的礼物，如此真诚的回馈让他更加坚定，守护百姓美好生活的使命不会动摇。

来源：中国新闻周刊 雨航/文