

直播带货视域下的主播带货能力研究

——以东方甄选为例

袁 婷

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月6日; 录用日期: 2024年4月2日; 发布日期: 2024年5月21日

摘 要

2022年东方甄选直播间之所以能够异军突起、一夜爆红, 其主播具有不可磨灭的巨大贡献。以东方甄选的主播带货能力为研究, 总结其在专业知识储备充足、人文素养充分体现、直播话语运用得当、团队精神表现突出四个方面的突出优势, 有助于启示新时代主播培养方向、促进互联网直播带货健康发展。

关键词

直播带货, 主播能力, 东方甄选

Study on the Ability of E-Commerce Livestreamers in the Perspective of Livestreaming —Taking East Buy as an Example

Ting Yuan

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 6th, 2024; accepted: Apr. 2nd, 2024; published: May 21st, 2024

Abstract

In 2022, the reason why East Buy live commerce can rise to prominence and become popular overnight is that its anchors have indelible and great contributions. Taking the ability of e-commerce livestreamers of East Buy as a study, summarizing their outstanding advantages in four aspects, namely, sufficient professional knowledge reserves, full embodiment of humanistic qualities, proper

use of live discourse, and outstanding performance of team spirit, will help to reveal the direction of livestreamer cultivation in the new era, and to promote the healthy development of Internet livestreaming.

Keywords

Livestreaming, Livestreamer' Ability, East Buy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2023年8月28日,中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,较2022年12月增长1109万人;互联网普及率达76.4%,较2022年12月提升0.8个百分点[1]。从网络设备用户的广泛性来看,它涵盖了工人、农民、知识分子、党政干部等诸多群体。庞大的网民数量和多元的网民群体为中国的消费市场奠定了坚实的基础。以抖音、快手为主的短视频平台的迅速发展给电商行业带来了巨大的拓展空间。2022年6月一夜爆火后,东方甄选成为炙手可热的直播王牌,并在2023年成为当之无愧的直播带货翘楚,直播成绩十分亮眼的同时也收获了一批忠实粉丝。成功带货的背后离不开主播卓越的带货能力。电商主播是参与不同商业营销模式的消费意见领袖,主要通过参与以内容为中心的知识产权运作,引导受众参与内容创作并进行互动,吸引大批追随者的关注与信任,并借助由此形成的网红影响力向观众推荐商品,促使观众产生的直接消费为电商主播自身制造了有形资产,这是电商主播创造直接经济价值的全过程,也是凸显电商主播带货能力的直接结果体现[2]。通过对东方甄选主播直播带货能力及其原因的分析,有助于认清抖音直播视域下主播的能力培养重点、总结相关经验以推动直播带货的健康良性发展。

2. 东方甄选直播间主播能力分析

成功的案例值得反复琢磨与分析。从东方甄选直播间一炮而红的事件中我们看到了优秀的主播的重要性。通过总结归纳,分析出以下四点东方甄选直播间主播的杰出特质:

2.1. 专业知识储备充足

正是渊博的知识支撑起了主播们直播带货的内容,直播带货中的人围绕内容进行互动,因此内容影响人的价值释放[3]。售卖水果玉米时,不仅会全面地介绍水果玉米富含的营养成分、对身体的好处,还会溯源水果玉米的由来、将水果玉米与其他类型玉米进行横向比较。在售卖书籍时,有时还会请到作者作为嘉宾做客直播间。主播通过和作者在创作背景、创作心得、个人感想等方面进行深入的交谈,帮助观众直接真切地理解书中的真谛。等等。涉及的知识面十分广泛,一番娓娓道来的讲解使观众受益匪浅。由此可见,这些主播在前期准备方面十分认真,这样不仅使直播间的知识氛围浓厚,体现出东方甄选相比于其他直播间的清新特质,也能使直播观众了解更多的相关知识,提高认知水平和审美能力。东方甄选“知识带货”这种形式,也被认为是直播电商江湖发展大潮流下所催生的必然转型。这一转型趋势值得引发深思与研究[4]。

2.2. 人文素养充分体现

相比于其他普通的直播间里铺天盖地的呐喊声、歇斯底里的推销声、尖锐刺耳的欢呼声，引得直播观众深陷眼花缭乱、不知所云的购买套路中。东方甄选直播间另辟蹊径，不仅主播的人数精简，一般采取单人直播的方式，而且在产品介绍、观众互动方面也很稳重，给人以如沐春风的感觉。

在推销牛排时，一盘牛排摆在了董宇辉的面前，本来观众以为他会对产品进行介绍，出人意料的是他拿起笔在黑板上写下了“12 pieces of steak”，并教给观众们读音，教罢，他说：“当你背单词的时候阿拉斯加的鳕鱼正跃出水面；当你算数学的时候南太平洋的海鸥正掠过海岸；当你晚自习的时候，地球的极圈正五彩斑斓。但少年梦要你亲自实现，世界你要亲自去看。未来可期，拼尽全力！当你为未来付出踏踏实实努力的时候，那些你觉得看不见的人和遇不到的风景，都终将在你生命中出现！”一番沁人心脾的勉励让人不由得心生感动。在钻研购物者心理、想尽办法吸引购物者下单的当今网络直播大势中，能够保持充分的人文素养，给予观众人文关怀和尊重理解，可以说是东方甄选直播间的主播们一直以来为大家所喜爱的核心要义。

2.3. 直播话语运用得当

刘虹老师曾指出：在不同背景中，会话发生将受制于可能出现的会话规则[5]。也就是说，话语的内容和表达必须同所属的语境相符合才具有适用性。作为直播带货过程中的主体，带货主播作为直播带货过程中的讲解主体，其话语表达直接影响着消费者的认知与行动，在带货过程中具有极为重要的意义和作用。相比于其他主播本身具有较强的目的性，通过统一僵化的培训模式的训练才正式成为专门从事电商直播行业，东方甄选直播间的主播明显具有自身独特的话语表达方式和原则。

首先，东方甄选主播在话语表达方面具有亲和贴近的通俗性特点。鉴于直播带货具有节奏快、效率高的特点，要求主播能够在短时间内完成产品的介绍、展示、推销工作，这就对主播的话语表达质量提出了较高的要求：主播的话语必须明白易懂，便于消费者理解消化和接受。因此，顺畅准确的语言表达能力成为考核主播带货能力的硬性标准。东方甄选直播间的主播们普遍能够运用明白晓畅的语言对商品进行具体全面的描述介绍，并且能够充分调动其想象力和联想能力，帮助消费者更好地接收到主播们想要表达的真实内容。其次，东方甄选直播间的主播们的语言表达方式循循善诱，如涓涓细流。和缓顺畅的表达方式有助于消费者更认真倾听主播的讲述内容，更主动地吸收主播的传达情绪。主播细腻的话语表达引起消费者的情感共鸣后，催生了消费者的下单心理[6]。

2.4. 团队精神表现突出

直播电商并非只是屏幕前主播们的侃侃而谈，而是一个复杂系统的庞大工程。其中包括选品、与商家沟通活动机制、直播、辅播、售后、复盘等多个环节，并且可以说环环相扣。因此，在直播过程中体现出团队合作精神，注重集体团结，也是一个优秀的主播必备的特质。

由于共同经历过最黑暗的时刻，相互扶持一路从只有几个观众的直播间走到今天的光明舞台，东方甄选直播间的主播们之间的情谊非常深厚，因此东方甄选直播间一直以一个温暖的大家庭著称。这个大家庭中有调皮活泼的明明、温柔善良的顿顿、可爱知性的 YOYO、温润如玉的董宇辉等主播。在 2023 年出现董宇辉事件时，其他主播们挺身而出，担当起东方甄选直播间的直播大任，守护好他们的直播阵地，并竭力安抚情绪冲动、语气恶劣的广大网友，表现出沉着冷静的大将风范和大局意识。换句话说，东方甄选直播间的主播们具有极强的群体道德。任何违背群体道德的声音、违背群体意志的事件，都会受到群体成员坚决的反抗和抵制。这种群体道德有助于群体成员众志成城、团结一心，去做符合群体利益、维护群体道德的事情。因此，当直播间中发生恶性事件时，主播们会主动地站出来发声、维护直播

间的清静和平。

3. 东方甄选直播间主播能力形成原因分析

东方甄选直播间主播带货能力的形成原因既有自身特殊的教育文化背景，又有良好的企业文化的熏陶。是内外部双重作用的结果。

3.1. 主播受过良好高等教育，自身学习能力较强

当前的抖音直播带货主播主要可以分为三类：第一类，明星主播。知名明星进行带货具有号召力强、带货量大的优点。但这种优势并不能掩盖明星本人对带货产品的知之甚少。因此，直播间往往只能借助助播、展板等辅助来进行讲解，给观众的体验效果往往大打折扣；第二类，专业主播。这一类主播基本由 MCN (Multi-Channel Network) 公司专门培养，表达能力、控场能力等十分优秀。但统一的培养模式、千篇一律的直播氛围往往给观众审美疲劳的感觉；第三类，素人直播。这一类的主播的粉丝粘性小、产品的折扣力度相对较小，且不具有较强的专业知识能力。与以上三类主播相比，东方甄选的主播在知识背景、学习能力方面显然“技高一筹”。

不论是东方甄选的核心管理层、头部主播，还是东方甄选的助播、运营团队，大多数毕业于国内外知名高校，有良好的教育文化背景、充足的知识储备和强大的学习能力。例如，东方甄选的创始人俞敏洪毕业于北京大学。东方甄选的主播 YOYO 毕业于香港大学，主播明明毕业于西安交通大学，主播顿顿毕业于中南财经政法大学。外语学习背景下的新东方主播们原来是新东方教育的在线教师，一直处于与知识密切接触的状态，从而在接受新鲜事物、快速掌握新事物原理等方面具有优势。

3.2. 东方甄选企业品牌文化正面积极，对主播具有较强的价值导向

近年来国家一直强调推动乡村振兴、实现农业现代化。顺应时代潮流的农业数字化一直作为高频词语出现在中央一号文件中。助农与互联网信息技术相结合成为社必然趋势。许多电商公司响应国家政策的号召，推动直播助农的发展。在这一时代背景下，东方甄选一开始的定位便是“以农产品筛选和销售为中心的电商平台”，东方甄选的内容属性符合抖音未来的电商模式，独特的品牌内涵等方面是东方甄选出圈的原因；农产品直播电商的可持续发展是难题；教培业转型要结合擅长之处[7]。积极向上、爱农护农的企业文化情怀在无形之中可以熏陶着每一位员工，提醒员工应为了帮助销售困难，甚至生存困难的农民而竭尽全力。

使命感的驱使下，电商主播们在前期准备方面会更认真地了解相关知识。而且东方甄选直播十分注重场景经营，会在合适的直播场次走进原产地进行户外直播，这就了主播们直接接触农民厂家的机会。如走进北京平谷的桃园，亲访山西的窑洞。在前往当地直播，介绍当地产品的同时，东方甄选还会带领广大线上的观众共同欣赏当地的特色文化，展现当地的厚重历史。人总是会自觉或不自觉地受到环境的影响。正向积极的企业文化会潜移默化地引导主播主动提高适合工作需要的能力。

4. 直播带货主播能力培养的启示与思考

为了促进直播带货行业的良性健康发展，培养符合时代发展需要的直播带货主播，需要以东方甄选直播间带货主播为标本，推动形成科学的主播培养方向和培养模式。

4.1. 强调主播的文化知识水平，提升主播的学习能力

东方甄选走红的背后是商业性与知识性相结合的直播模式的兴起，知识能力将会成为新一代主播能力考察的核心因素。强调直播带货主播的文化知识水平和提升主播的学习能力非常重要，因为它们对广

大观众，主播本身和直播行业的发展具有深远的影响。对于观众来说，拥有高水平的文化知识和学习能力的主播更有吸引力。他们能够向观众提供更多有价值的信息和内容，因此可以增强观众的体验和满意度，进一步提升观众的消费意愿。对于主播职业来说，直播带货主播作为一种新兴职业，需要不断提高自己的专业素养和职业形象。高水平的文化知识和学习能力可以提升主播的职业形象和社会地位。对于直播行业来说，随着直播带货行业的迅速发展，主播需要不断提高自己的知识水平和技能，以适应行业的变化和竞争。高水平的文化知识和学习能力可以促进直播带货行业的发展和 innovation。因此，可以有针对性地开设一些培训课程，包括演讲技巧、产品知识和文化知识等方面的培训。

4.2. 积极提升主播的人文素养，加强企业道德文化建设

提升主播的人文素养至关重要。主播是直播带货行业的代表和明星，他们的形象和 behavior 直接影响着行业的声誉。提高主播的人文素养能够增强他们的专业形象和吸引力，从而为行业建立良好的公众形象。直播带货行业发展迅速，但也面临着一些负面舆论和误导行为。通过提高主播的道德水平和建立道德文化，可以避免一些不道德的行为，减少负面舆论的发生。企业道德文化建设对于建立良好的行业氛围至关重要。良好的行业氛围有助于吸引更多的人才和资本，促进行业的发展和 innovation。因此，企业应制定明确的道德规范和行为准则，引导主播遵守道德规范，提高自身素质。还可以组织主播参加各种文化交流活动，如参观博物馆、艺术馆、参加研讨会等，以提高主播的文化素养。此外，企业应加强对主播的管理监督，及时发现和纠正不良行为，确保主播的言论和行为符合道德规范。

4.3. 突出主播的特质，积极打造个人 IP

在东方甄选直播间中，以董宇辉为核心的头部主播吸引力广大粉丝，每一个人都有自己独特的标签和不可替代的特别之处。直播带货平台上的主播众多，突出主播特质和打造个人 IP 能够让主播与众不同，更容易被观众记住和接受。因为观众更愿意观看与众不同、具有个性的主播直播。与此同时，打造个人 IP 能够为主播建立独特的个人形象，观众更容易产生信任感和忠诚度，长期追随和支持这些主播。但是，必须把握好个人 IP 的打造程度，切勿为了打造而打造，以免产生“人设崩塌”的反噬事件。特别需要注意，在突出主播个人特质的同时，不应忘掉团队合作的重要性，积极维护和谐友爱的主播团队精神，争取实现个人与集体的有机结合。

5. 结语

互联网语境下，直播带货平台发展势头越来越盛，为我国经济注入新的力量。不可否认，近年来我国直播带货屡生事端，卖假货、辱骂消费者等恶性事件频频发生，不仅降低了直播带货市场的信誉度，而且严重影响电商行业的可持续发展。但囿于相关法律法规并不完善，目前我国直播带货领域还没有确立完善的管理模式。在这样的环境下，东方甄选直播间厚积而薄发，犹如一股清流走进大众视野，获得了广泛关注和认可，成功出圈。东方甄选直播间的成功离不开其主播的辛勤付出和卓越表现。主播们不仅专业知识储备丰厚、人文素养十分深厚，展现出独特的形象气质。而且直播话语运用得当、团队精神表现突出，能够协力维护好和谐有序的直播间的运行，具有相当专业的职业素养。以东方甄选直播间主播的优秀品质为培养核心，立足于自身特色，寻求新的突破点，有助于新一代直播带货主播的综合素养的提升。以此为基础，进一步深入探究网络直播带货发展的健康模式，有助于促进互联网直播带货的长远发展。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].

<https://cnmic.cn/n4/2023/0828/c199-10830.html>, 2023-08-28.

- [2] 武慧慧. 基于抖音直播数据的电商带货主播能力影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2023.
- [3] 吴飞. 新闻传播研究的未来面向:人的主体性与技术的自主性[J]. 社会科学战线, 2017(1): 148-158.
- [4] 刘青青, 石丹. 俞老师的逆袭:“知识带货”能有多长生命力[J]. 商学院, 2022(8): 35-39.
- [5] 刘虹. 会话结构分析[M]. 北京: 北京大学出版社, 2004: 198.
- [6] 佚名. 直播火爆因何如此受关注[J]. 中国经济周刊, 2022(12): 11.
- [7] 李洋. 双语带货出圈 教培业拥抱直播[J]. 中国高新技术产业导报, 2022(13): 2.