

11.11 迎戰雙十一

團隊工作不分晝夜 直播時間倍增 上貨多3倍

直播基地

馬不停蹄 搶攻雙11

●文/圖：香港文匯報記者 張蕊、孟冰 重慶報道



● Dora團隊的主播頭上戴着「雙11沖鴨」的髮箍，正在試鏡準備直播。

「一機在手，天下皆有，萬物可播，買遍全球！」這個流行網絡的輕段子，成為直播經濟的真實寫照。2020年開始的新冠疫情，使到網購迅速發展，風口之下，作為承載直播業務的新鮮業態，直播基地在多個城市如雨後春筍般拔地而起。一年一度的「雙11購物節」即將到來之前，香港文匯報記者走進西南最大的直播基地探訪所見，基地有如24小時不停運轉的機器，直播團隊都在開足馬力做好準備，迎接這個業內一年中最重要的日子。

從重慶兩江新區地鐵站「幸福廣場站」出站200米，就來到「海王星C座」寫字樓。寫字樓樓層超過30層，只有博拉5G視頻直播基地這一層，不分晝夜地燈火通明着。在這個西南最大的直播基地，走廊上工作人員安靜地走過，格子間內則是此起彼伏的推銷聲。

每天直播時間達12小時

「去年『雙11』，我們團隊完成了銷售額3,000萬，今年我們定的目標是實現銷售額4,000萬元(人民幣，下同)。疫情之下，這個壓力挺大，為了完成挑戰，這幾天我們都在熟悉貨品，讓粉絲們有更多選擇。」Dora對記者說，「平時，我們一天播4個小時，一般上30件貨品。大促期

間，直播時間會有8到12個小時，每天上50到100件貨品。」凌晨三點，Dora與同事們結束一天的工作，早上十點半又會再次來到直播基地，熟悉當天承接的品牌知識、上妝準備開播前事宜，下午兩點開始直播，然後凌晨回家……「凌晨的街上寒冷寂靜，我已經很久沒有體驗過重慶的喧鬧繁華了。」不過，這樣的作息時間將在11月15日戛然而止，屆時Dora和她的直播同事們將迅速回到一日4、5個小時的工作節奏中去。

開放公共區域方便客戶

「雙11這個月我們直播基地非常熱鬧，來來往往的帥哥美女主播很多，我們內部稱之為『直播橫店』。」博拉5G直播基地負責人呂女士笑稱，去年雙11直播基地剛剛建成，而公司今年才見識到電商購物節戰場的強大。「我們工作人員下午六點正常下班，有時候第二天早上七點多到公司，還能看見剛剛下播的團隊，他們非常辛苦。」為方便客戶，博拉公司將基地的公共區域免費給客戶們當做「倉庫」，靠近西門子直播間的走廊上擺放着數十台品牌冰箱，以供主播隨時搬至直播間的鏡

頭前。「90塊不要，80塊也不要，今天直播間下單只要69.9，寶貝們1號鏈接今天下單今天發貨！」「好不好用你問問直播間的鐵粉，我也想低調可是實力不允許！」雙11電商大促銷期間，這些網絡主播的推銷話術在直播基地此起彼伏地響起。順着基地內的走廊一路走去，透過落地玻璃門，記者看到賣土特產、女士服裝、AR眼鏡的主播賣力吆喝，而直播間裏不出鏡的工作人員則忙着打燈、遞送商品、溝通流程。

網絡穩定位置好 主播租直播間

小寶(化名)是一位直播團隊的負責人，三個月前他與博拉5G直播視頻基地簽訂了租賃合同，以每月不到3,000元的價格，租下一間30平米的直播間，與團隊一起在抖音直播售賣品牌服裝。「雙11購物節」對他們而言猶如一場言之必勝的戰役，房間內連呼吸的聲音都是急促的。「我們團隊看中的是直播基地的性價比，網絡穩定不卡頓、點外賣方便、女主播深夜下班安全。我們本來想租用那個最大的直播間，可惜沒搶到。」小寶略有惋惜，他的團隊在本月上旬的上班時間是從下午4:00至次日凌晨2:00。



● 女裝運營團隊負責人小寶稱，女主播深夜下班是否安全是他們考慮租用直播基地的關鍵。

帶貨新趨勢 短視頻跑贏直播

女裝直播運營小雨(化名)去年與合作了三年的淘寶直播團隊分道揚鑣，自己在抖音上開始直播帶貨，如今粉絲數達到132W。平日，小雨會穿着新款服裝在「咖啡廳場景」拍攝短視頻，再將衣服鏈接上架，每日上午固定時間段直播3至4小時。雙11臨近，她延長了直播時長，並將短視頻更新頻率從一周兩次提高到幾乎每日一更。

小雨告訴記者，運營後台分析的流量顯示，短視頻下單的客戶與直播下單的客戶量已經從去年的1:9提高到今年的4:6，

「這中間還有很多重疊數據，許多客戶是被短視頻吸引到直播間的，因此接下來我們重點會放在短視頻的運營上。」而博拉5G直播基地的負責人亦稱，雙11之前的一個月，場景房間的使用時長已被客戶訂滿，而綠幕直播間則剩餘寥寥幾間，「短視頻拍攝最終都是為了變現，我們的基地提供了這樣一站式服務」。

抖音帶貨成交增近4倍

數據顯示，目前直播電商整體呈現「淘寶、抖音、快手」三足鼎立的競爭格

局——去年淘寶直播成交總額(GMV)達4,000億，抖音直播GMV為5,000億左右，快手直播GMV達3,812億。從GMV增速來看，2021年7月，抖音電商創作者帶貨GMV同比增长392%；2021年第二季度，快手電商保持100%左右高速增长；2021年8月，淘寶直播GMV增速為55%。也就是說，淘寶直播GMV增速在三家直播電商中墊底。究其原因，則是在成交量為導向的賣式直播進一步下滑，而短視頻原創+導購直播或成為今年電商營銷的標配。



●「雙11」前夕，視頻基地不分晝夜燈火通明。



●博拉5G視頻直播基地坐落在重慶兩江新區核心區。



●博拉視頻基地董事長讓出自己的辦公室，為客戶提供拍攝場景。



●視頻基地內，正在使用家居客廳場景的達人正在拍攝短視頻，該場景使用費每天人民幣300元。

數據顯示，2020年中國直播電商市場規模超1.2萬億元，年增長率為197%；預計未來三年年均複合增速為58.3%，2023年直播電商規模將超過4.9萬億元。巨大商機之下，多個城市希望抓住風口，布局直播產業發展。今年3月，廣州市率先提出打造「全國著名的直播電商之都」，具體執行計劃是「個十百千萬」工程：構建一批直播電商產業集聚區、扶持10家具有示範帶動作用的頭部直播機構、培育100家有影響力的MCN機構、孵化1,000個網紅品牌、培訓10,000名帶貨達人。

多地訂立三年計劃 此後，杭州、義烏等多個傳統電商、直播業態都較為發達的城市，均提出了類似的計劃。其他城市也紛紛提出了打造直播產業基地及三年內要實現百億直播帶貨銷售額的目標。然而，直播基地作為一個新生事物，絕大多數入局者都在摸索中步步前行。據南方都市報公布的廣州市區數據顯示，當地30家直播基地80%以上經營時間不足一年，有13家如今已經搬遷、倒閉或變為倉庫。

- ### 各地直播基地扶持計劃
- 深圳：打造10個100億級直播基地
 - 廣州：預計2022年規劃構建一批直播電商產業集聚區
 - 四川：推進實施10個特色產業直播電商網絡流量基地
 - 重慶：建20個以上直播基地
 - 濟南：打造成直播經濟總部基地
 - 義烏：2022年直播電商交易額突破1,000億元人民幣

直播基地打造專業場面

跑步機、橢圓機、瑜伽球，這不是員工的健身角，而是「健身房場景」；兩張住院病床、兩張陪護椅上放着醫生的白大褂，這是「醫院場景」；紅底綠葉黃花的被褥鋪在紅磚砌好的炕上，窗簾也是極具東北特色的藏藍色白團花紋，這是「東北人家場景」……在博拉網絡5G基地，這些場景大多數被用來拍攝短視頻，觀眾在快手、抖音看到的許多趣味小視頻都是從這裏拍攝完成的。

租用場景一小時不用100元

抖音達人Alan剛剛拍攝完一個飯店場景，「從前的短視頻都是與真正的餐廳協商，現在有了這樣的空間，不用擔心影響餐飲商家生意，價格也非常實惠。」這些場景的使用費用日均300-500元，按小時付費則80-100元。Alan團隊已很有經驗，多數時候他們只需付一小時費用就可拍完一條短視頻。

在其中一間約40平米的房間，靠牆設計了一整面的深色書櫃，購置了品牌L形書桌和舒適的老圓椅，這是公司真正的「董事長辦公

室」。但許多客戶認為這房間適合拍商業談判的短視頻，要求租用，董事長就索性搬離到別處辦公，讓這房間成為基地的80個場景之一。

博拉網絡負責人稱，直播基地做得好不好，服務商很關鍵，「我們不僅提供場地，還滿足企業客戶在短視頻電商、內容生產、信息流投放與數據監測、電商直播、場地設備、AI視覺技術等全方位需求。」

器材租用價格低於市場

除了提供場地，直播基地還可以提供拍攝設備，如攝像機、補光燈、話筒、無人機，其中價值萬餘元的鏡頭和千元的無人機日均租用價格僅80元。「我們的租用價格遠低於市場價。」另外，博拉新媒體也啟動了自營直播間計劃，利用自有主播進行帶貨。基地一期投用一年，目前的80個房間已經供不應求。

據博拉網絡董事長童毅介紹，公司目前服務國內外品牌企業超過300家，包括王老吉、

微眾銀行、長安汽車等知名企業，形成「左手服務TOB實體企業，右手做大做強C端自有品牌」的發展模式。而5G視頻直播基地，只是巨大的互聯網信息服務其中一環。

專家：直播需專業團隊

重慶直播電商行業理專長熊川表示：「直播帶貨是當下風口，但很多企業、機構、個人進入這一行業後，卻發現效果遠不到預期，這是因為直播基地拼專業度。每一位看似光鮮亮麗的主播背後，都有着龐大的運營體系支撐；每一件上播的產品，要經過多輪評判，直播鏈條上任何一環小小的失誤，都可能給長期積累的好口碑帶來巨大的不良影響。」

他說，從長遠來看，無論是何種模式的直播基地，都應結合地域特色和固有優勢來建立自身壁壘，解決貨源、培訓、變現等需求痛點，留存上游與下游的參與者，構建良性的直播產業生態，而不是零門檻無意義的同質化模仿秀，或者新瓶裝老酒的濫竽充數。