

直播告别寡头时代

直播行业正持续降温。4月27日,北京商报记者从多位直播从业人士处了解到,2023年一季度以来,主播岗位迎来降薪潮,收入同比下滑约30%。与此同时,部分直播间内付费流量占比由30%上升至80%。眼下,随着超级头部主播逐渐离场,流量费用水涨船高,越来越多的直播机构开始设法深入产业端,以深耕供应链的方式寻求稳定发展。

收入下滑三成 降薪潮席卷带货主播

“不太敢招新了。”杭州海云仓网络科技有限公司企划中心总监岑洁直言,在杭州,包括自家公司在内的许多电商直播企业在招聘主播这件事上都谨慎了许多。“以往来说,主播跳槽基本上工资都会有50%-100%的提升,但今年很多主播都是降薪跳槽,薪资比普遍下滑20%-40%左右。”岑洁说道。

主播们的集体降薪已经成为了趋势。根据艾媒咨询公布的2023年一季度数据,从全国范围来看,带货主播的月薪范围在3000-30000元左右不等,大部分主播的月薪集中在6000-8000元左右。

艾媒咨询还提及,在北京、杭州等直播业态发达城市,主播的月薪则略微向上浮动,到达10000-15000元左右。但难以忽视的是,根据与去年同期的薪资对比,2023年开年,主播薪资水平已经同比下滑了30%左右,运营、直播中控等直播间幕后工作人员的工资也出现了约20%的下降。

一位直播机构资深从业人士向北京商报记者透露,直播行业的集体降薪,从去年“双11”就有端倪。“随着品牌直播逐渐发展

成熟,平台流量越来越贵,我们不得不在人力上缩减预算。”据他回忆,过去,直播带货的自然流量相当充裕,一个百万粉丝量级的账号,直播带货中自然流量的占比可以到70%。从业者也非常舍得在“起号”上投钱,为了吸粉,视频单条“抖+”的投放费用能达到50万元左右。

但到了今年,这样的情况几乎不可能再发生。“平台的推流机制发生变化,不增大投流比例的话,直播间根本无人问津。”他告诉北京商报记者,相比从前“70%自然流量+30%付费流量”的组合,今年直播间的自然流量占比不足20%,80%的商品都需要付费购买流量。

当MCN机构向平台购买流量越来越多,费用又与日俱增时,与之对应的,便是机构在主播薪酬上缩减开支。“毕竟,当一个直播间中,流量比主播更重要的时候,给主播少花钱也就不足为奇了。”上述从业人士表示。

去个人化加速 头部主播排位重塑

回望过去近几年,商家捧着钱为进入直播间挤破头,主播们轻松拿着动辄数万每月的薪资,直播行业在疫情刺激下飞速

膨胀,吸引着无数人投身于此。2021年,主播李永利刚来杭州,看着直播带货动辄上亿的销售额,很难不对职业未来发展空间抱着有遐想。“总觉得下一个薇娅、李佳琦就是自己。”他对北京商报记者感慨称。

细数2022年之前的“双11”,都是超级主播们展现自己商业变现实力的风光舞台。据过往媒体报道,在2021年“双11”,李佳琦和薇娅仅预售开启当天销售额就分别高达106.53亿元和82.52亿元。2020年“双11”,辛巴带领着辛选创造出88亿元的销售额。

然而,2021年底,行业遭遇剧烈变动。薇娅因偷税漏税一事被罚后,便不再在直播间公开露面。超级主播的顶流地位被撼动,流量进入重新分配阶段。2022年,曾被人们冠以直播“四大天王”的薇娅、李佳琦、辛选、罗永浩,要么退居幕后,要么宣告退网创业,如今只剩李佳琦还在一线直播奋战。2022年6月,李佳琦直播间直播突然中断,时隔109天才重新回归。同时,李佳琦露脸的时长也在缩短。

“寡头时代的落幕让行业告别集中化。”电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营坦言,由于过去几年,直播行业过于依赖头部光环,在头部主播隐退之后,势必需要对主播结构进行调整,“去个人

化”不得不被提上日程。

事实上,早在2021年,“快手一哥”辛巴就曾放言,该年度的主要任务就是“去辛巴化”,这似乎也打响了头部主播向下放权的第一枪,为了避免过于依赖头部主播所带来的风险,“去个人化”成为了各个头部主播及其所属直播机构的共识。

去年以来,头部直播间“去个人化”的趋势更加明显。在罗永浩在宣布淡出直播间前,就选择了将个人IP转化为公司IP,罗永浩直播间也更名为“交个朋友”。后起之秀东方甄选也试图与董宇辉“保持距离”,不仅在东方甄选自营产品上取消了董宇辉的个人动画形象,还降低了其在东方甄选直播间的开播频次。2023年,李佳琦所属机构美ONE也宣布拍摄综艺《所有女生的主播》,寻找更多新主播。

现象级销售额难再 直播行业进入“维稳期”

当直播机构有意淡化与头部主播的强绑定时,直播电商行业的现象级直播销售额也在逐渐减少。2022年的“6·18”,根据天风证券研报市场研报,前五名直播带货销售额的占比从去年的30%下降到3%,锐减90%。带货销售额第一名的主播为辛巴旗下的蛋蛋,销售额为16亿元。

越来越多的主播和MCN机构意识到不能把鸡蛋放在一个篮子里。“最简单的思路,就是延长单个直播间的直播时间,或者是布局矩阵化直播间。”赵振营表示,打造“日不落商超”已经成为了成熟的直播机构转型的必经之路,也是电商进入“维稳期”的显著标志。

北京商报记者梳理发现,2022年走红的东方甄选直播间,日均直播时长维持在15个小时以上,并衍生出了图书、文旅等多个垂类直播间;交个朋友当前在抖音的垂类直播间布局已经涵盖了百货、生鲜食品、运动户外等多个热门品类,直播时长超过20个小时;薇娅助播团也通过包括蜜蜂心愿社、蜜蜂欢乐社、蜜蜂惊喜社在内的“蜜蜂三社”搭建了全品类的“日不落”直播矩阵。

而另一边,对于已经在业内建立起知名度的直播机构,“维稳”成了当务之急。2022年开始,谦寻、东方甄选、小杨哥、辛巴等主播及MCN机构开始越来越重视回溯产业链上游,大力开发自营商品的同时,试图用“重投资”砸出供应链壁垒。2023年1月,东方甄选宣布投资1752万元,用于东方甄选自营烤肠的工厂扩建,并表示将会持续深耕自有品牌供应链。而小杨哥和谦寻也分别投入1亿元、2200万元来买地,打造新的电商项目。

另一方面,李佳琦也正在借助MCN的品牌化运作,开发与之有关的“奈娃家族”系列IP,除此之外,美ONE也依托了李佳琦个人的影响力,孵化出了“所有女生”“所有女生的衣橱”直播间,并且成功打造了《所有女生的offer》系列综艺,进一步吸聚流量。

“如何让现金流稳定,转换效率稳定,并且借助现有资源撬动更多的流量,成为了各家直播机构在当下的选择。”赵振营解释道,这也是为什么越来越多的成熟主播和其所属直播机构正在以产业链两端为抓手,寻找流量与供应链的发展,“让商业模式更多元,盈利才更稳当”。

北京商报记者 何倩 乔心怡

依法保护得物正品认证服务

打击假冒“得物包装”案入选全国十大商标行政保护案例



央视报道假冒“得物包装”案件

近日,“90后夫妻假造30万得物防伪扣被判刑3年”话题冲上热搜,不法分子通过制售假冒得物防伪扣,欺骗消费者牟利。为了打击这种现象,得物App联合多地警方在全国抓获多个制售假冒得物,司法机关公开审理并作出判决,让侵权行为受到了法律制裁。除了司法机关,国家行政执法部门也出手了。由北京市东城区市场监督管理局查处的一起假冒“得物防伪包装”案,于今年4·26知识产权日入选了“全国商标行政保护十大案例”。这也是在品质消费升级的大背景下,国家对民营企业产权保护的一次集中体现。

得物“防伪包装” 承载品质信任

在传统的网购服务基础上,得物App独有一套“正品认证”的交付标准——包括极光蓝包装盒、黑色Logo胶带、防伪扣、鉴别证书在内的“得物防伪包装”。在得物App购物后,商品会通过“得物防伪套件”打包,发送给消费者,消费者收到得物的“防伪包装”,代表着商品已经过严格的查验鉴别,被认证为正品。正因如此,“得物防伪包装”成为了消费者心目中的正品认证标识,也因此被不法分子盯上了。

2021年,北京市东城区市场监督管理局接到举报,称某商城内一摊位销售涉嫌侵犯“NIKE”注册商标专用权的运动鞋。在检查中,执法人员发现该商家所售带有“NIKE”商标的运动鞋鞋盒内附有“得物”鉴别证书,该鉴别证书印有“经鉴别师鉴别为全新正品”,且鉴别证书下方印有带有“得物”二维码,经得物鉴定,该商家所售运动鞋中的鉴别证书,非得物出具,得物也未授权他人出具。带有“得物”文字商标的

鉴别证书为侵犯得物注册商标专用权的物品。防伪证明材料是得物App提供鉴别服务的标志,也是网络用户以识别“得物”平台服务的标志。经东城区市场监督管理局认定,当事人的行为违反了《中华人民共和国商标法》第五十七条第一款第(三)项。2022年1月5日,东城区市场监督管理局对售假卖家作出行政处罚。

从保护商品商标到服务商标 严厉打击假冒侵权行为

制假产业链上,从制造假冒伪劣商品,到对服务商标的仿冒,根本原因在于当代社会消费观的变化。“以前是品牌被仿冒,现在平台被仿冒。”上海杨浦区检察院检察官罗宾表示,“正是因为得物平台的‘先鉴别,后发货’,保障消费者安心买到正品,与消费者之间建立了信任关系。制造、销售注册商标标识是制假、售假产业链的重要环节,不仅严重扰乱了国家对商标的管理秩序,还侵犯了得物App对注册商标的专用权。”

此次打击假冒得物“防伪包装”案入选全国十大行政商标保护案例,意味着新型购物平台的服务价值和“服务商标”受到国家司法和行政执法部门的重视和肯定。浙江省数字法治研究会副会长高艳东认为:“消费者基于信任选择可证明商品来源与品质的服务平台购买商品,商品与服务商标已密不可分。本案针对得物等新兴的提供创新服务的在线市场服务平台,通过肯定其服务商标权益,保护了企业的核心竞争力,不仅有利于服务行业的发展,也有利于商品市场的繁荣。”

近年来,国家司法机关、行政执法部门合力持续打击“仿冒得物包装”。2021年3月,得物App协同上海警方查获仿冒的“得物包装”130余万件,16名被告人因构成非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪,被判有期徒刑一年至三年六个月不等;2023年,一团伙因仿冒并对外销售30万个“得物防伪扣”,被杨浦区人民法院判处有期徒刑三年。

上海杨浦区法院法官黄莺表示,“诚信的市场经济需要法治来保障,面对制假售假的新业态新挑战,一方面需要相关监管部门加大打击力度,净化市场环境;另一方面,从业者应引以为戒,不可抱有侥幸心理,需知违法必惩”。 图片来源:企业供图



大戏看北京

4月29日-5月5日

演出资讯

北京广播电视台·开心麻花 音乐剧《觉醒年代》
时间:4月29日-5月4日 地点:世纪剧院

优秀剧目推荐

《咏生》2023韩红演唱会	凯迪拉克中心	4月29日
国家大剧院 歌剧《青春之歌》	国家大剧院	4月29日-5月1日
摩登天空 (2023北京草莓音乐节)	北京世园公园飞行营地	4月29日-5月1日
大道文化 话剧《惊梦》	北京天桥艺术中心	4月29日-5月5日
繁星戏剧村 儿童剧《拖拖DRAG-E》中文版	繁星戏剧村	4月29日-5月3日
抓马艾克斯 沉浸式戏剧《大真探赵赶鹅》	77剧场	4月29日-5月3日
中国国家话剧院 话剧《大宅门》	国家话剧院剧场	4月29日-5月4日
北京儿童艺术剧院 话剧《侦察》	南锣鼓剧场	4月29日-5月5日
《斯拉夫之夜》余隆、王健与中国爱乐乐团音乐会	国家大剧院	4月30日
北京京剧院《三娘教子》	长安大戏院	5月1日
国家京剧院《京剧名剧唱段演唱会》	梅兰芳大剧院	5月1日
《弓弦盛宴III》特别策划开幕音乐会	国家大剧院	5月1日-2日
广西壮族自治区戏剧院 彩调剧《木匠哥的钢琴梦》	中央歌剧院剧场	5月1日-2日
中国歌剧舞剧院 舞剧《李白》	北京展览馆剧场	5月1日-2日
北京市曲剧院 儿童剧《大运河漂流记》	天通苑文化艺术中心	5月1日-3日
北京人民艺术剧院 话剧《海鸥》	北京国际戏剧中心	5月1日-5日
《谭利华与北京交响乐团音乐会》	国家大剧院	5月3日
江苏省演艺集团昆剧院《墨秋白》	北京天桥艺术中心	5月3日
北方昆曲剧院《玉簪记》	长安大戏院	5月5日
北京曲艺团《中轴魂》曲艺专场	繁星戏剧村	5月5日

注:部分剧目可能存在休演时间,请以现场信息为准