

“买手时代”：是风口还是疯狂？

只是普通职业压力也不小 入行还需自身素质过硬

青年调查

2023年，网上一份买手报告宣告了“买手时代”的到来。

在刚过去的“双十一”，依托“买手时代”的该平台发出订单数比往年同期高出3.8倍。如今，个人靠做买手发家致富、实现“财富自由”的神话一波接一波：直播带货日入8000元、开播三月商品交易总额破百万元。神话虽令人动心，但真实的买手职业究竟是怎样的？做买手需要具备哪些特质？热潮之下，本报记者对此进行了调查。

青年报实习生 林千惠 记者 周胜洁

为何想做买手

“就想抓住这个风口，就决定去做这个事。”“我的初心是自己去选品，找我认为值得推荐的衣服。”

如今在网上，“买手”一词变得火爆，那买手这门职业究竟是什么？对此，华东师范大学经济与管理学院副教授党宁解释，传统意义上的买手，是在信息条件限制的情况下，针对客户的需要，跨越多地市场，依靠自己的洞察力，为目标客户筛选出让人满意的物品。

而在互联网时代，随着数字信息日益发达，对于足不出户就可接触海量信息的客户而言，买手的功能发生了一些变化。

首先更强调专业度，买手要通过自己的专业知识、筛选能力和品位审美帮助客户分析、筛选与试错；其次更强调响应性，买手能在互联网在线交流互动中快速响应；最后是移情性，买手需要换位思考，站在用户的视角做购买抉择。这代表网络买手作为链接产品和用户的桥梁纽带而存在的同时，实际上还具备了一定的服务性。

而通过日常在平台不断发布信息，买手还会逐渐建立起清晰的个人形象，并体现在他们对产品的选品和直播带货上，这就使得买手和一般以商品销售为主、并不注重打造个人形象的带货主播有了很大的区分度。

下半年，一网络平台对旗下买手做统计，头部买手直播月销售破百万件，中上层级买手直播带货月销量几十万件。而除了直播，买手们还可通过日常好物分享、短视频等向粉丝推介产品赚取广告费。多收入渠道，让粉丝量刚过万的博主也能获得不错的利益。为此，许多年轻人跃跃欲试。

“就想抓住这个风口，就决定去做这个事。”小唐原本是互联网行业员工，年初辞职后，因为一些契机了解了买手行业并产生兴趣，很快他在平台上建立了自己的账号。借助互联网行业和曾做过主播的相关经验，小唐拥有了不错的粉丝量，达到平台的买手标准，正式开启买手之路。小唐目前主要



① 买手小唐在工作中。
② 00后买手小栗正在选品。
本版均为受访者供图

压力还是很大

“我有做潮牌的朋友可以接触。但如果我花了20万元，货已经全部囤在我这里了。一旦我的账号涨不动粉了，或者货物卖不出去了，那这些钱就全赔光了。”“有时候会怀疑自己，是不是选品真的有问题。”

尽管买手前景看似大好，但做买手并不是件容易的事。“压力还是很大。”小栗坦诚道。如何在网络上运营好一个买手账号，对心怀梦想的买手来说是个问题。有经验的买手是少数，更多人仍处在苦恼和摸索的阶段。“我发我自己的选品、自己的穿搭，发现流量就是很少，有时候会怀疑自己，是不是自己的选品真的有问题，他们不是很爱看这种。”小栗坦言。

小栗的情况并非个例。有流量、有关的情况对买手来说毕竟是少数，大多数买手面临的是直播0观看量、图文0点赞量的局面。在一些头部买手庆祝直播销

量破百万件的同时，常能看到底层买手在平台上发文对自己加油打气：“挑战每天开播卖一件。”而平台令人琢磨不定的规则恶化了这一状况。小栗从零开始搭建自己的账号，前几日她因不清楚规则，无意之中触犯平台规则，被封禁限流七天。无法发言、损失流量对一个新买手而言无疑是雪上加霜，令她无所适从。

更不用说买手日常运营过程中的种种辛苦和所下的心力，比如资金流转。在购买流程上，小栗需要去批发市场挑货、选货，再在平台上挂置购来的商品，吸引客户。这代表小栗通常得先垫款，收不回成本是时有的事。“我有做潮牌的朋友可以接触。但如果我花了20万元，货已经全部囤在我这里了。一旦我的账号涨不动粉了，或者货物卖不出去了，那这些钱就全赔光了。”小唐也诚实地说，目前他选择先搁置卖货事宜，专注运营账号，通过打造独特的人设吸引粉丝，建立双方的信赖关系，在有了稳定的粉丝群体后再做下一步打算。

此外，做买手如若没有积累客源和人脉，很多基本流程会面临困难。比如一位买手就用小号抱怨：“只有几千个粉丝，就很难拿衣服。”经销商对刚起步的买手抱有怀疑的态度，不愿合作出货，甚至出言嘲讽是常有的事。小栗也告诉记者，她认识的那位做得比较成功的买手前辈，在转入线上做买手前开了十几年的实体店，本就拥有一定数量的客户，对她的成功很有帮助。对普通买手来说，想要迅速起家并不现实。

一份普通职业

“分享产品的人是否能够成为买手，其实还是有很高的标准的。”“年轻人若想要入行做买手，需要提高自身的专业素质能力。”“买手也只是一份普通的职业。在风潮面前，更需冷静一下，让‘神话’落地。”

“买手概念，本质上是平台为了丰富内容，提高专业度，激发用户主动分享关于产品的知识和信息的策略。”党宁表示，如“每一个热爱生活的人都可以成为买手”的倡导语，以极低的门槛吸引更多的

用户加入，对平台的建设有帮助。对于产品来讲是有助处的，因为有更多用户的反馈。但是分享产品的人是否能够成为买手，其实还是有很高的标准的。”买手需要具备多项专业特质，成为合格的买手并不容易。而互联网经济的马太效应加大了做买手的难度，顶层买手往往比底层买手享有更多关注。因此他建议：“年轻人若想要入行做买手，需要提高自身的专业素质能力，在前期持之以恒地积累，才能赢得粉丝的关注度。”

“推出‘买手时代’的某平台，其经济模式更像是一个策展平台，它鼓励用户分享个性化和有深度的内容，这些内容往往围绕着特定的生活方式或兴趣爱好，它作为一个社区驱动的平台，其用户互动和社区建设是其核心特点之一。”华东政法大学商学院金融教研室讲师杨光说。他认为，买手的引入，能帮助平台在商品筛选和

质量控制方面建立差异化的品牌形象，强化用户黏性和社区特色，打造区别于其他平台的商业模式。“通过买手这个商业切口，它能够吸引那些对品质有更高要求的消费者，从而在竞争激烈的电商市场中扩大自己的市场份额。”

“买手时代”这股新风反映了市场对个性化和专业化购物体验的需求。随着消费者越来越注重产品的质量和个性，买手作为一种新兴职业得到年轻人的追捧，实际上是有一定的市场基础所在的。但这种现象是否能持久，还是取决于买手能否持续提供高质量的内容和服务，以及平台能否保持其商业模式的竞争力和适应市场变化。“需要买手保持质量输出的真实、有趣。”杨光表示，“互联网上鼓吹不断，但回归至最根本，买手也只是一份普通的职业。在风潮面前，更需冷静一下，让‘神话’落地，现实、理性地去对待它。”