

从去年开始,小红书电商开始涌现出买手角色。很多人也许一头雾水,这些买手和公众所熟知的往返于世界各地、时时关注最新流行趋势的国际买手有何区别。在了解到它的工作性质主要是直播带货后,大部分人也会立即将买手和带货主播画个等号。不过记者发现,擅长“种草”的买手与吆喝式的带货直播相比,多了一些润物细无声的分享。如今,已经有不少人通过当买手获得了一份新职业。近日,记者走近了这些买手,听他们口述实录自己的买手生涯。

青年报首席记者 范彦萍



博主:侯莉洁
ID号:侯小猴儿
青年报记者 范彦萍 摄



博主:曾默翰
ID号:床垫大王默翰



博主:安吉
ID号:安吉小朋友

关键词 眼光 >>>

一个昔日金融女:就像投资,要有发现潜力股的能力

我的第一份工作是在华尔街做金融风控分析,在外人看来这份工作光鲜体面,只有我自己心知肚明其中的苦楚。当时我的压力大到大把大把掉头发。这让我开始反思,这样千篇一律的工作是否适合我。

2019年,我在发布了生平第一篇笔记后便一发不可收拾。我是一个“护肤控”,市面上的热门产品我几乎都会入手,家里的护肤品、化妆品多到普通女孩几年都用不完。那时的我乐衷分享自己对产品的见解。

还没有考皮肤管理师证书前,我踩过非常多的雷,甚至会有满脸过敏的现象。在考了高级皮肤管理师执照后,我会从成分出发,避坑一些加入不适合配方的产品。在一堆去敏类产品面前,也可以游刃有余地测评了。

之后,我的粉丝越来越多,她们信任我,从我推荐的商品中受益,变得越来越美,这让我感到了莫大的成就感和满足感。

第一次进直播间时的我对带货一无所知,观看人数只有30多人,那时的直播间甚至还没有带货按钮。我和粉丝们聊聊天,分享金融小知识。这段直播初体验现在想来也挺有意思的。

如果没记错的话,约莫2020年4月份,直播间可以挂商品了。我记得第一次卖的商品单价比较低,内容也较少。之后购物车里的内容逐渐多了起来。现在在我的账号一个月销售额可以达到千万元,粉丝数也增加到了18.8万人。

虽然我已经是一名全职的护肤博主,但早年在华尔街做金融分析的这段经历还是不可多得的“财富”。比如以前的我通过做数据分析,判断一家公司是否可以投资,这与买手的逻辑是相通的。一名好的买手需要对货

盘运营有全局把控,比如要知晓美妆、防晒等产品的占比。也需要有独到的选品眼光,这有点类似于投资,你要有发现潜力股的能力。

当买手也要有较好的沟通能力。不管是我和粉丝的沟通,还有和商家谈判争取更多补贴,这与我以前的工作经历分不开。其实,当买手没有别人想象中那么简单。想要增加粉丝黏性,就要为她们争取更大的利益,让她们买到便宜又好用的产品。和商家谈判过程非常艰难。有时候实在砍不下价,只能放低身段和他们乞求“多送一支精华吧”。

当买手,前期构建脚本和拍摄过程同样比较辛苦。做买手和纯分享商品的博主不一样。你要在短短几分钟时间内,浅显易懂地告诉粉丝到底什么样肤质的人需要这种产品,视频内容需要一遍遍打磨。

在我看来,买手和普通直播间的带货主播不完全一样。我的粉丝可以跟我买3年、5年、10年……



正在试用产品的安吉(右)。

她们伴随着我成长,有的老粉刚粉我的时候还没生娃,现在孩子都上学了。我于她们而言,可能更多像是一名老朋友。

三年前,我主推的护肤品以大牌居多,这几年越来越多的国货产品开始进入我选品目录之列。我和团队成员还会到那些长期合作的国货品牌的总部实地调研。

毕业季就要来了,许多刚毕业的大学生想做博主。我对他们的建议是先理解消费者的需求。不能只分享自己喜欢的产品,自己传播的知识不是受众群体想要的,为用户解决问题的。如果只是盲目地为爱发电,估计会碰壁。

一直往前跑是我的常态,我对自己的要求是绝不能故步自封。有人说,安吉,你已经30多岁了,当博主不能当一辈子。我不以为然,你看人家也有50多岁的买手,照样活跃在直播间前。我觉得最重要的是找到自己热爱的东西,并持之以恒。

■记者手记

买手卖的是品位

因此,少了一丝功利,多了一份安心。

“床垫大王默翰”和“安吉小朋友”均属于高学历博主,一个毕业于清华,一个曾在哥大求学。两人也均有创业经历。前者做的是大家居,打造了属于自己的床垫品牌,后者在华尔街打拼过,也做过房产相关的创业项目。人生走的每一步,都像基石,为他们后来成功转型为出色的买手奠定了基础。

满足粉丝的需求,严控选品关,分享自己觉得靠谱的产品。只有诚意满满和互相信任,方是一名长期主义买手能将职业做得长久的秘诀。

出色的买手之所以屡屡种草成功,是因为他们的审美和粉丝高度契合。没有激情澎湃的吆

松弛、真诚与眼光

——一个成功买手的生存法则

关键词 真诚 >>>

一个清华工科男:不推荐贵的,只推荐合适的



在镜头前侃侃而谈的“床垫大王”曾默翰。

本版除署名外均为受访者供图

我是一名工科生,从清华大学自动化专业毕业后,2015年我和大学同学创业,做线下全品类装修建材零售。

我创业的那几年也是互联网腾飞的几年。在大家居行业沉浮好几年,我深知在装修时绝大部分家庭都对选品存在很多困惑。那时的我开始思考是否能做出一款高性价比的爆款。

清华的求学经历让我成长为一个理性和感性兼备的工科男。多方评估了市场规模、竞争、渠道、媒体传播等多个因素后,我锁定了床垫这个品类。理由是:目前这个品类的商品存在不少虚假宣传,成本不到千元的商品可以叫卖到万元。很多商家实际的用料和自己宣传的天差地别。而消费者作为门外汉往往偏听偏信,并不知道自己花了许多冤枉钱。

多年的创业训练,让我不会刻意拒绝风险,愿意始终突破自我。也因此,2020年年底到2021年初,我尝试研发自主床垫品牌。

要知道,虽然我可以侃侃而谈市场情况、产品对比、论述业内专家的最新观点,但亲手把一个品牌从0做到1,还是充满诸多挑战。

我原以为自己在建材家居行业打拼多年,积淀了良好的行业资源,可以轻松找到最顶级的代工厂,轻松联系到销售渠道,这次创业会轻装上阵。但知易行难,仅在研发阶段,我就吃了许多闷亏。

去年3月份我自封为“床垫大王”,那段时间我坚持日更,好多天修改视频到凌晨三四点,整整努力了一个月,一看粉

工作,当买手是生活的一部分。没有专业的剪辑,只是随手记录,心态就很放松。我没有租工作室,家里的茶室就是我的直播间。对我而言只是从这扇门到另外一扇门的问题,省时又省力。

现在我的账号一年可以有几千万的销售额。有时候碰到一些售后问题,我宁可自己吃亏,也会自掏腰包贴一点钱协助处理售后问题。我每天抱着感恩的心,很多人比你努力,但收获远远不如你。我也相对比较佛系,通常买手如果给粉丝的直播价较低,自己的佣金相应就少了,有时候我宁可价低一点。

每个人都有自己所擅长的东西,不是别人带货带得好的产品,你也能带得好。换句话说,未必每个人都认可你的审美,我只求一小撮粉丝的认同。

律师这一行,你会见到人性的复杂,你的职业就是帮别人解围。但我认为,生活中不该只有这些,所以我分享生活,与粉丝们产生精神共鸣。而且我会一直视买手这个身份为副业,因为如果将它当成工作,会形成无形的压力,渐渐地不再纯粹。

去年夏天,我做了一场直播后,没过多久就收到很多粉丝发来的用在直播间买的花瓶插花的



面对直播镜头,侯莉洁非常乐于分享自己的生活。青年报记者 范彦萍 摄

照片。你看,一个热爱生活的人吸引了同样一群热爱生活的粉丝,这就是吸引力法则的魅力。

而在其他平台,可能主播有几十万粉丝,但直播销量却不太好。这就要看粉丝为何关注买手了。出挑的买手,之所以能吸引粉丝入手,是出自大家对其人设的高度信任。

一个好的买手不会随大流选品。我上架的也许是小众国货品牌,这些品牌往往没有做大张旗鼓的宣传。比如有一款小众香薰品牌曾联系我并寄来产品,这款香薰采用了古法的调香技艺,注重东方美学,我体验后感觉很好,被他们的匠心所打动。我希望越来越多国货品牌被大众知道。这些品牌比知名度高的名牌便宜,但物超所值。这也许就是我开播的意义:让更多人了解小众国货品牌。

也许有人觉得兼职当买手很累。其实还好,目前就我和先生两个人,我选品,他负责售后,我直播,他当小助理。两个人配合无间。

很多人会问你是什么时候管理的。很简单,我把律师当做

和大部分全职博主不同,我的主业是民事诉讼律师,擅长打离婚官司。很多人也许对女律师有刻板印象,觉得是一个严肃的咄咄逼人的。但看我的直播就知道,我爱笑爱生活爱分享,也很随和。

我当买手纯属机缘巧合。一开始只是因为自己喜欢插花,便在平台上分享家居美学的经验之谈,晒晒照片,日积月累,粉丝便多起来了。我用手机拍摄,不像其他博主一样很专业,就当在朋友圈分享美图,并不是很费时费力。可能早上插花觉得很好看便分享了,真的属于无心插柳。

我很喜欢买东西,好看的花瓶,好看的花都让人感到愉悦。渐渐地有粉丝在笔记下方求链接,求同款。做了一段时间博主,也有品牌方找到我希望露出。我便从中筛选自己喜欢的产品做分享。

去年我转型成为买手,重心放在了直播上。我们直播间的粉丝黏性很高,而平台的用户许多都是女性。她们首先是关注博主的账号,被博主的笔记所吸引,认可他们的审美,再被其娓娓道来的讲述打动,入手适合自己的产品。以我的粉丝而言,她们往往是知性的,不排斥小众产品的。我不支持她们冲动消费,也不做刻意引导,直播间的人可能并不多,但留下来的确实是喜欢我推荐的产品。

我推荐的产品属于很多在市面很难买到的紧俏货,诸如欧洲进口的餐具等。即便原价也很难买到,更何况我给出的价格还占有优势。

我带货的商品,粉丝们可能在笔记里早就看到过,“呀,这个锅博主平时用过。”可以说,这样的带货更像种草,并非为了带货而带货。

去年夏天,我做了一场直播后,没过多久就收到很多粉丝发来的用在直播间买的花瓶插花的

关键词 松弛 >>>

一个民事诉讼律师:爱笑爱生活爱分享

和大部分全职博主不同,我的主业是民事诉讼律师,擅长打离婚官司。很多人也许对女律师有刻板印象,觉得是一个严肃的咄咄逼人的。但看我的直播就知道,我爱笑爱生活爱分享,也很随和。

我当买手纯属机缘巧合。一开始只是因为自己喜欢插花,便在平台上分享家居美学的经验之谈,晒晒照片,日积月累,粉丝便多起来了。我用手机拍摄,不像其他博主一样很专业,就当在朋友圈分享美图,并不是很费时费力。可能早上插花觉得很好看便分享了,真的属于无心插柳。

我很喜欢买东西,好看的花瓶,好看的花都让人感到愉悦。渐渐地有粉丝在笔记下方求链接,求同款。做了一段时间博主,也有品牌方找到我希望露出。我便从中筛选自己喜欢的产品做分享。

去年我转型成为买手,重心放在了直播上。我们直播间的粉丝黏性很高,而平台的用户许多都是女性。她们首先是关注博主的账号,被博主的笔记所吸引,认可他们的审美,再被其娓娓道来的讲述打动,入手适合自己的产品。以我的粉丝而言,她们往往是知性的,不排斥小众产品的。我不支持她们冲动消费,也不做刻意引导,直播间的人可能并不多,但留下来的确实是喜欢我推荐的产品。

我推荐的产品属于很多在市面很难买到的紧俏货,诸如欧洲进口的餐具等。即便原价也很难买到,更何况我给出的价格还占有优势。

我带货的商品,粉丝们可能在笔记里早就看到过,“呀,这个锅博主平时用过。”可以说,这样的带货更像种草,并非为了带货而带货。

去年夏天,我做了一场直播后,没过多久就收到很多粉丝发来的用在直播间买的花瓶插花的

和大部分全职博主不同,我的主业是民事诉讼律师,擅长打离婚官司。很多人也许对女律师有刻板印象,觉得是一个严肃的咄咄逼人的。但看我的直播就知道,我爱笑爱生活爱分享,也很随和。

我当买手纯属机缘巧合。一开始只是因为自己喜欢插花,便在平台上分享家居美学的经验之谈,晒晒照片,日积月累,粉丝便多起来了。我用手机拍摄,不像其他博主一样很专业,就当在朋友圈分享美图,并不是很费时费力。可能早上插花觉得很好看便分享了,真的属于无心插柳。

我很喜欢买东西,好看的花瓶,好看的花都让人感到愉悦。渐渐地有粉丝在笔记下方求链接,求同款。做了一段时间博主,也有品牌方找到我希望露出。我便从中筛选自己喜欢的产品做分享。

去年我转型成为买手,重心放在了直播上。我们直播间的粉丝黏性很高,而平台的用户许多都是女性。她们首先是关注博主的账号,被博主的笔记所吸引,认可他们的审美,再被其娓娓道来的讲述打动,入手适合自己的产品。以我的粉丝而言,她们往往是知性的,不排斥小众产品的。我不支持她们冲动消费,也不做刻意引导,直播间的人可能并不多,但留下来的确实是喜欢我推荐的产品。

我推荐的产品属于很多在市面很难买到的紧俏货,诸如欧洲进口的餐具等。即便原价也很难买到,更何况我给出的价格还占有优势。