

# 每天,他们趴在电脑前,以星探的视觉,寻觅那些有潜质的主播——走近全民直播时代的主播经纪人

□记者 程鑫 樊卓婧



环城西路南段的一幢别墅里,狭长的办公桌上,8台电脑排成两排,屏幕上显示的,全是游戏、唱歌、脱口秀等各式各样的直播画面。

这里是李小明的“星暴动传媒”工作室,虽然今年4月初才涉足网络直播,可至今已有签约主播100多人。全民直播时代的到来,催生了小李这样的主播经纪公司。每天,李小明和另外3名小伙子轮番趴在电脑前,以星探的视觉,在轮番登场的网络主播中,寻觅那些有潜质的主播。小李关注的并非网络直播,而是直播背后的主播以及将其包装成网红后的粉丝经济。



团队内经常要开会商量一些事情。记者 王鹏 摄

## 一次偶然 他从看客到经纪人

虽然才28岁,李小明可也是他们团队的“老人级”人物,整个团队10多名员工,只有他这一个“80后”,其他都是“90后”。

计算机专业毕业的他曾一直在互联网行业浸淫,开淘宝、做电子商务……2014年网络直播兴起,他很好奇,无聊时常常登陆一个直播平台,就那么傻傻地看着,打发着无聊。

有时候他也觉得不可思议,主播就那么唱几首歌,摆摆Pose,说说闲话,甚至看起来无干枯燥的吃饭逛街,都有成千上万的看客在围观,而且还有不少人买了虚拟礼品,赠送打赏。

李小明开始关注这种奇怪的现象,虽然很多看客都说,看直播只是用一种无聊打发另一种无聊,但他感觉到,这种互联网娱乐消费的时代已经到来,由此而衍生的粉丝经济开始渗入日常生活。

其实,早在10多年前的博客微博时代,这种粉丝经济就已初现端倪:博主的文章写得好,人家看了很喜欢,也会打赏,这应该就是粉丝经济的雏形。如今发展到视频时代,网络直播更加形象直观,粉丝经济的繁荣也就不足为怪了。

短短几年间,国内网络直播平台如雨后春笋涌现,互联网各大巨头也相继进入网络

直播市场,抢食蛋糕,比如百度秀场、腾讯QT等等。李小明今年年初做过市场调研,之前半年时间,大大小小的100多家直播平台又上线运行,他们的启动资金都在500万元以上,每家平台的背后,都有资本热钱的身影。

李小明知道,他没有能力同那些资金大鳄抢食网络直播,但直播背后的主播市场也是块巨大的蛋糕。今年4月初,经过市场调研,以网络直播为服务对象的星暴动传媒工作室开始运行,从事网络主播的培训和包装,至此,他从以前的直播看客,转型成为指挥别人直播表演的主播经纪人。

## 一份事业 天天寻觅潜力主播

“只有进入这个圈子,你才知道网络直播有多火”。短短两个多月,小李团队的签约主播就有100多人。

只需一台电脑,一个摄像头,连上耳机,用麦克风通过网络对着看不到的观众聊天唱歌就会有钱入账。曾几何时,这一切是那么的不可思议,如今,这可是活生生的现实。对于很多人来说,网络直播不仅可以挣钱,而且还是成为网红,通往明星之路的一个平台,抱着这种想法,一批批年轻的俊男靓女站到了网络直播的前台,其中脱颖而出者往往被经纪公司相中,成为他们旗下的签约主播。

小美就是这样被李小明团队相中的签约主播,她至今也说不清自己怎么就成了网红。短短几个月时间,她在映客直播平台的粉丝就达到45万多,每次直播都有数万人到场围观,月收入因此飙升到好几万元。

很多人羡慕她幸运,其实她的网红之路也很简单。小美目前还只是宁波高教园区一名大三学生,她兴趣广泛,平时就喜欢玩cosplay(一种利用服装、饰品、道具以及化妆来扮演动漫作品、游戏中的角色),并经常应邀参加一些动漫展和品牌发布会。偶然的,她爱上了网络直播,围观的很多年轻人也都喜欢Cosplay,便成了她的粉丝,加之她开朗的性格,青春阳光的形象,还有画画、唱歌等爱好,很快就引起了网络星探的关注,最终,她成为小李团队的签约主播。

寻找小美这样的潜质主播,是小李他们每天不间断的工作,几个人泡在网上,关注映客等各大直播平台,在成千上万的网络主播中寻觅。有唱功的、能说会道的、会武术跆拳道、能打游戏的等等,都是他们的候选目标。

主播签约成功,接下来就

是培训和包装。小李团队有专人负责艺人培训:直播时穿什么衣服,怎么化妆,同看客之间如何互动,怎样应对不良看客的语言骚扰等等。达到入门级别后,他们就通过向直播平台推荐等途径,为主播创造更多露脸的机会,提高其人气。

除了线上推荐,他们还有专人为主播寻找线下资源。根据每个主播的特点爱好,推荐她们到美甲店、美发店、美食街、商场等做现场直播,从线上到线下,随着场景的多样化,直播效果明显增强,粉丝量会很快上升。

小美的先天优势,加上经纪公司的包装,短短4个多月时间,她在映客直播平台上的粉丝数就达到45万之多。有时候她自己都有点惊讶,一场连她自己都觉得有点无聊的画画直播,竟然也有5万多人在线观看,期间,还有很多人给她送来礼物,业内称之为打赏。

## 三类看客 豪掷千金的粉丝屡见不鲜

小美口中的打赏,正是目前国内直播平台最主要的盈利模式。据小李介绍,在各大直播平台上,一定数量的签约主播形成了一个组织,业内也称为公会,实际上就是像他那样的经纪公司。公会主要维护旗下主播艺人的直播现场、粉丝互动和发展。目前,网络秀场直播主要收入就是来自观众的打赏。用户通过网络平台充值,购买虚拟礼物送给心仪主播,产生的收益由平台、主播、公会三方按不同比例进行分成。

这就是所谓的粉丝经济。近两年来,网络粉丝为他们的心仪主播豪掷千金的事件屡见不鲜,令圈外之人难以理解。

在李小明看来,这其实也是一种娱乐消费行为。

小李说,两个多月来,他们也在研究网络看客的心理,大致有三类群体。有的人为了寻找一种存在感,这是绝大多数。他们的交际圈较小,身边能说得上的知心朋友则更少,到了直播空间,拿出区区几元钱就能换取主播的感谢,还会跟他们打招呼,这种被承认的感觉,是很多人在现实生活中难以找到的。

有的人则是欣赏心理。他们以为,主播那样对着镜头不

停地表演、唱歌、跳舞,也是很辛苦的,应该有回报,所以打赏几十元甚至几百元起钱的礼物也是应该的。小美一个忠实粉丝,每天观看她的直播已经成为一种习惯,粉丝告诉她,工作压力大,每天晚上听她唱唱歌,逗逗乐挺放松的,买点礼物送她很正常。

最后就是炫富心理。这个群体在现实生活中习惯了前呼后拥,到了虚拟世界,仍然追求那样的掌声和奉迎,一夜豪掷数万元的礼物屡见不鲜。

其实,平台也在推波助澜,刺激网友的消费。据介绍,有的平台根据观众购买量换成积分,再按积分给消费用户划分等级,分为守护者、男爵、伯爵、侯爵、公爵、国王等级别。最高玩家为国王,仅开通就需首付10多万元,后每个月需续费3万元左右,这样一年就需要40多万元。即便如此,此类玩家也不在少数。

粉丝们的慷慨打赏,成就了直播平台和网络主播。如今,凭着45万的映客粉丝,小美每个月除了数千元的保底薪酬外,每天4个小时直播拿到的打赏收入,除去平台和公司提成就有四五万元。

## ●●● 相关提醒

### 直播行业也有“规矩”

记者了解到,像小美这样幸运的毕竟是少数,小李团队目前签约的100多名主播,不少人月收入也还只有保底薪酬,有的人直播了几个月,粉丝却始终还停留在二、三万,直播行业的竞争也很激烈。

随着直播产业的扩大,越来越多的视频直播网站相继诞生,加入主播行业的人也越来越多,为了成名,有的主播开始动歪脑筋,不惜触碰直播守则,在穿衣打扮上“大打出手”,在直播内容上“剑走偏锋”。

在小李的印象中,那时候,黑色丝袜、吊袜、露脐装、蕾丝吊带、三角形超短裤等等,一切可想象到的,可凸显女性身姿的衣物,充斥着大大小小的直播网站,吸引到海量观众。一时间,网络直播

成为低俗、色情的代名词而广受诟病。

不过,随着网络环境监管力度的加大,现在的网络直播已经大为改善。直播平台和经纪公司都对网络直播负有监管之责,平台上的直播内容,24小时有人实时监控,相关规定也非常细致,比如直播时有抽烟、酗酒等负面形象和不正当言论的封号;针对女主播的规定更多,不能有色情、低俗的言语和肢体语言,衣着不能暴露等等。

事实上,随着直播内容的多元化,以主打美女经济为主的秀场模式正在发生变化,内容为王逐渐成为视频直播的主流,单一的聊天模式已经很难引起观众的注意。

显然,作为主播经纪人,小李的星探视觉也得随着这个趋势的变化而改变。