

从“挣快钱”到“钱烫手”，艺人直播退潮

缺少专业素养，不谙电商运营逻辑，艺人拼不过网红很容易翻车

“直播元年”到“直播三年”，经历了什么？

仍有人记得明星带货直播元年的荣光。2020年，很多老牌明星开始了“再就业”，投身直播间带货，相当一部分做到了职业化常态开播，频次高的甚至做到了每日一播。这样的跨界，也被当时的网友们认为是打破次元壁的象征。

确实，曾经只出现在电视上、舞台上，或者大银幕上的明星，而今就在直播间中与观众亲密互动，闲话家常。他们之间也从偶像与粉丝间单向的崇拜关系，变为了推销员与买主之间的关系，甚至很多时刻，明星的姿态是低于网友的。这极新鲜，也是大批网友涌入的重要原因。

有机构做过不完全统计，2020年，至少500名艺人开启直播

带货，影响比较大的，如刘涛、陈赫、李晨、秦海璐等，均是风光无限。以直播间被称为“刘一刀”的刘涛为例，新人设的支持下，有媒体报道称其在淘宝直播带货两年，净赚2亿到3亿元。

随着热度的水涨船高，相应的争议与风波也接踵而至。明星“翻车”，屡见不鲜，甚至创造出很多网络热词，催生出一系列网络亚文化。其中最著名的梗，当有“潘嘎之交”。2021年，“嘎子”谢孟伟直播带货白酒，结果身陷贴牌酒事件而“翻车”。

在与潘长江连麦时，潘长江劝他：“听叔一句劝，你还太年轻，把握不住，这里（直播带货）水很深，网络都是虚拟的。”然而没有多长

时间，网友就发现，潘长江自己也开启了直播卖酒，并且在一阵子之后也“翻车”了。于是网上就发明了如“潘嘎之交”“既生潘何生嘎”“师嘎长技以制嘎”等梗。

明星直播带货的第三年，风光早已大不如前。一方面，各家平台抢人大战接近尾声，失去扶持的明星的直播数据开始断崖式下跌；另一方面是大量明星出于主观或是客观原因，淡出或撤离。

最有代表性的是李湘。2019年，她被称为“第一个吃螃蟹的明星”，从而顺理成章坐上“带货一姐”的位子。到了2023年8月31日，许久不见的“一姐”在个人微博发声，表示“我已退休”，像一个预兆，预示着明星带货时代的终结。

明星为何纷纷离开？原因有三点

明星带货作为一种全民讨论的社会现象，背后的成因复杂。就参与带货的明星而言，个人出于兴趣，纯“玩票”的有之；经纪公司牵头，为了开辟新业务的有之；望见风口，与MCN深度合作有之……每种类型明星离场的理由都不尽相同。

比如，“玩票”性质的明星，很多都是被动筛选掉的。现代快报记者了解到，经历了多年发展，电商平台的用户基本稳定，商家在明星选择方面也更加理性，不会唯流量论，更不会唯名气论。这部分明星，缺少基本的专业素养，或不谙电商运营的逻辑，很容易被淘汰掉。

而对于相当一部分艺人来说，摆在他们面前的难题是“风险比”。

曾在某明星团队负责过直播带货相关工作的小兰（化名）告诉记者：“明星带货目前最主流的模式，就是经纪公司和MCN合作，这样酬劳高、变现快。”

小兰表示，高收益的背后是极高的“翻车率”，特别是最近半年到一年，明星带货“翻车”几乎成了家常便饭。如果事情严重，还会面临舆情风险、形象受损，甚至结束自己的职业生涯。“两害相权取其轻，我觉得这是大量明星脱离直播带货的逻辑。”

“你看最近很火的小杨哥演唱会，带货网红出钱请明星来唱歌，网红管直播、明星管表演，各得其所。”某演艺经纪公司相关负责人嘉

嘉告诉记者，“坦率地说，在带货直播领域，艺人拼不过这些网红，我们不是没有尝试过，是真的不太行。”

她还表示：“明星固然有天然的优势，比如知名度高，有天然的熟悉感，但是比起专业的网红，他们的劣势更多。比如，不管话说得多漂亮，他们的推荐始终缺乏公信力，到头来还是像代言一样，只不过从电视里走到了手机中。”

“主播能否成功，需要多方面的素质，可能跟艺人们的演技、才能完全无关。这个行业终究头部效应极强，明星一旦摸到了业务能力的天花板，自然而然会想着往后退，再加上网红的竞争如此激烈，败下阵来，是迟早的事。”嘉嘉说。

明星带货真的凉了吗？未必！

明星带货真的凉了吗？虽然热度正在降低，但是整个产业却还未见颓势。比如，2023年双11，贾乃亮是成绩最耀眼的艺人主播，“贾乃亮双11总销售额超13.6亿”话题冲上热搜。

与此同时，贾乃亮也被吐槽高价销售，深陷“割韭菜”的质疑。11月12日晚，贾乃亮仍在视频中坚称：“今年双11有争议，网友质疑冤光、羽绒服比线下卖得贵，但我对我的机制有着绝对的信心。”

这恰恰与他2月份时的讲话上下互文。彼时，贾乃亮在公开场合参加节目时谈及热门行业直播，并分享了自己的看法。他说：“直播带货不是‘玩票’，要先想明白再下场，这是一份截然不同的工作，要

是想不明白，就别做直播。”

贾乃亮此言非虚，MCN的从业者项乐（化名）也持类似观点。“带货和拍戏不一样，这种转型是一个考验，需要艺人持续投入精力，提升销售的专业度。”

项乐所在的公司主要做艺人带货，主播有的是演员，有的是综艺主持人。他介绍，由于头部艺人成本高昂，公司利润其实有限。而公司签约腰部艺人则是一种更务实的策略，虽然单场GMV（商品交易总额）不会太高，但这类艺人群体庞大，人数众多，用更低的佣金就能请到。公司同时可以运作多个腰部艺人的IP，总量做起来，反而能获取更高的利润。

现代快报记者观察发现，此前

头部艺人的退出潮，似乎并未影响腰部艺人的入局，尤其是一些不温不火的新晋演员，或是面临“过气”风险的老演员。

比如，童星出身的郝邵文直播频次很高，据统计，他的场均销售额保持在50万元到75万元左右。老牌歌星林依轮，在双11期间几乎每天都有直播。“石榴姐”苑琼丹最近宣布息影专注直播带货，她表示，直播带货酬劳比当演员吸引人，可以摆脱此前那种当演员的不安全感。

因此，在项乐看来，“艺人直播退潮”的说法并不准确，更像是一种行业内生的转变或升级。“其实很多腰部艺人加入进来，总数量只会更多。”

给
……
予
……
得
舍予
方为「予」

中宣部宣教局 中国文明网

从万众瞩目到大厦将倾，历时三年，明星带货的光环似乎早已不存。11月23日，国家一级演员杜旭东直播带货只卖出一包木耳登上热搜。合作公司称，此前自己已缴纳3.3万元坑位费，销售额却仅有64.9元，要求退款后还被拉黑。

取而代之的是大批明星停止带货，纷纷“逃离”直播间。从2022年开始，曾在直播平台上红极一时的刘涛、秦海璐、景甜等明星主播，相继离队或彻底停播。

明星直播，这个曾经被视为实现“跨界盈利”的朝阳产业，何以从香饽饽变成烫手山芋？三年积累，为何这个产业仍是乱象频生，屡屡闹出争议、笑话成为网友谈资？潮水退去，还有谁在坚持游泳，他们还能游到山重水复时吗？

现代快报+记者 是钟寅 王子扬



刘涛带货截图



贾乃亮带货截图



主播李湘

23-8-31 11:36 来自 iPhone 14 Pro ...
发布于 英国

很多朋友问我在忙啥？哈哈…我已退休了!!!❤️未来的日子！带好孩子！照顾好父母！锻炼好身体！嘻嘻😁好像比工作还事多呀！😁好好享受退休美好的生活！谢谢大家一直以来的关心和支持！祝福大家一切顺利！❤️

“带货一姐”李湘在个人微博发声，表示“我已退休” 网页截图

公益广告