

直播间里第六年，我在临沂释放梦想

面对史上最长“双十一”，主播琳琳更多了几分从容淡定

文/片 高松
实习生 康聚恺 临沂报道

“早六晚十”工作 2000多天持续不断

步入冬季后，天亮得越来越晚。早晨6点，城市还未完全苏醒，但互联网的直播间里早已热闹起来，白天与黑夜的轮转在这里没有鲜明界限。

流量从全国各地涌向临沂城西的一处直播间，镜头前，琳琳满眼笑意地与粉丝打招呼。在快手上，她是一位拥有500多万粉丝的带货主播。

“双十一”开启的时间一年比一年早，今年更被称为史上最长，10月14日便拉开序幕，持续近一个月。在这漫长的战线里，相比不少主播增加时长、场次以换取更多热度，琳琳保持着跟平常相差无几的直播节奏。

每早6点到中午12点，是琳琳的主场。但11月10日，在琳琳家“双十一”收官这天，她播到了14点20分，累计23万人次观看，每个时间段都保持千人在线，以35岁-55岁的女性居多。

“虽说超值购物已不再是‘双十一’的专属，战线拉长也让曾经的疯狂逐渐平淡，但相较往年，我们的销量还是增长了不少。”8个多小时持续高强度的直播，琳琳的嗓音十分沙哑。她笑着说，再也变不回原来的声音了。

下播后，琳琳并没有太多时间休息，匆匆扒几口饭，她还要赶着与团队选品、对接品牌方和厂家、谈福利机制，直到晚上10点，才算结束一天的工作。这样复制、粘贴般的生活，琳琳过了6年。

在临沂当主播，可以没有网红脸和一口流利的普通话，也无需费心包装人设和安排剧本。这些人大多都是当地女性，在小地方出生，早早结束学业，进入社会打拼，主动或被动走上一条充满未知的经商之路。

但直播电商让她们看见人生更多的可能性。相比从MCN机构走出的主播，她们身上多了几分亲切与真实感。直播间里的衣服、化妆品、日用百货通常不过百元，“我们就是粉丝的‘眼睛’，筛选出最实用、最具性价比的东西，送到他们身边。”琳琳说。

种下“主播梦” 百亩园区年销售额超80亿

在主城兰山区，电商直播基地与百余处批发市场紧挨着彼此，这里常年灯火通明，时间的概念被模糊而过，带货声音此起彼伏。

相关数据显示，临沂直播电商从业人员达到20.5万人，各大平台注册的直播电商商家已有9.7万，粉丝数量过千万的快手主播共7人，粉丝过五百万的主播30人。在山东省商务厅公布的2023年省级电商基地和企业中，临沂共有31家基地和企业入围。

一切看似不可思议，却又有迹可循。2018年，直播电商在这里偶然发芽，也种下了琳琳的主播梦。

微纪录



扫码看视频

“站在风口，释放你的梦想。”在临谷电商孵化园内，几乎所有人都奔着高墙上的这句话而来。这里是临沂，一座仅用6年就追上杭州、广州，跻身“直播电商之都”行列的北方城市。围绕主播的财富故事，每天都在吸引天南海北的新人入场。

今年迎来了史上最长的“双十一”，临沂主播们却多了几分从容淡定。当风口吹向新的半场，更多变化沿着直播电商产业链的上下游层层蔓延，主播们也有了新的打算。



直播时的琳琳(右)。

彼时，在华丰国际服饰城这处临沂最大的服装批发市场里，年轻的档口老板娘们开始接触天猫、淘宝、京东，做微商，发现了直播的新大陆，传统批发规则也悄然发生改变。她们通过直播间直发客户，省去中间商，令人头疼的库存一扫而光。经营实体店的销售经验与上游工厂资源叠加，让陶子、超级丹等率先搭上首班电商列车，成为临沂第一批头部主播。从小档口搬进上百平方米的出租屋，再到入驻大商场，她们的事业平地起高楼。

“原来还能这样卖货，直播间里的热闹氛围太吸引人了。”那年琳琳32岁，做大健康行业，创业多年也算小有成功。可实在挡不住这股新鲜劲，她也想挑战一番。“从线下到线上，不单是平台的改变，更代表着行业模式的跨越。”

2018年11月28日，琳琳在快手平台首次开播。两个多小时，她卖出了近200件衣服。对直播“小白”而言，这算是一份不差的成绩单，可琳琳还是大哭了一场，那时候接单后，需要一边手写记录顾客信息，一边打包发货。一番手忙脚乱，她塞完了衣服，却发现根本不知道寄往何方。崩溃过后，足足花了三天，她才理清所有包裹。

“直播电商起步没多久，大家都在摸着石头过河，没有太多成熟、可复制的经验可借鉴，只能在不断失败中摸索。”琳琳说，刚开始找货源她就走了近一年的弯路。大量时间、金钱耗在路上让她基本血亏，后来才知道可以通过当地批发商，对接外部货源与工厂。

放弃的念头也曾不断闪过。直到2020年，一条关于冬装库存的视频，将琳琳送上了热门。涨粉就像开了挂一样，一路从5万飙到了80多万，直播间也迎来了万人观看。两年后，琳琳将直播地搬到位于临沂城西的临谷电商科技创新孵化园。这里聚集了138家和她

一样拥有同样梦想的电商企业，每天都有30多万件快递发往全国，百亩园区每年能创下超80亿元的GMV(直播带货销售额)。

网络主播“入编” 要用真诚打动人心

外界都曾疑惑，临沂为何能被直播电商选中。它不像杭州，有阿里支撑起雄厚的电商基因；也不是广州，遍布规模庞大的商品生产基地。可就是这样一座北方内陆城市，短短6年间，将直播电商深度融入发展轨迹里。

“互联网经济时代，临沂人民敢闯敢试，紧紧抓住直播风口，依托商贸名城、物流之都的优势，积极发展直播电商。”临沂市委副书记、市长张宝亮曾在一次采访中提及，临沂有百余处专业批发市场，涵盖600万种商品。3000余条国内配载线路覆盖全国所有县级以上城市，通达全国所有港口和口岸，物流价格比全国平均低30%左右。前不久，临沂诞生了2024年第20亿件快递，成为北方第3个年内业务量突破20亿件的城市。“这些都为直播电商业态提供了强力支点。”

2023年，临沂实现网络零售额738.8亿元，居全省第三。主播们的财富故事引燃市场，热情传递到直播电商上下游的更多环节，越来越多的人想进来分一杯羹。

在直播行业尚未成熟的时期，琳琳靠着在大主播直播间内打榜、刷榜，收获了第一批粉丝。“随着行业建立起更完善的运行机制，拍视频成了引流的主要方式。”

但流量变幻莫测。“口子也在收紧，现在平台流量费比较高，即使有粉丝基础，开播后粉丝也不一定看得见，增加了运营成本。”临谷电商科技创新孵化园副总经理王春开说，培养新人主播的压

力也更大，费用、技能都是之前不能比的。

琳琳也曾想过培养新人，她遇到过很多对这一行满怀期待的年轻人，但有些甚至坚持不了半天。光鲜亮丽的直播间背后，是难以透过小窗传递的辛苦与负累。“每天16个小时高强度的工作，需要主播有强大的抗压力，体质也要好。”琳琳希望有想法的年轻人不要盲目，人行前做好充分的心理准备。

中国计量科学研究院技术创新研究院直播电商研究中心主任武彤曾表示，我国直播电商行业呈现稳步向上发展态势，在消费者和品牌方之间架起了一座崭新的桥梁，并在增加就业、扩大内需、促进数字经济发展等方面发挥积极作用。今年7月，人力资源和社会保障部向社会发布19个新职业，网络主播成功“入编”。

“行业竞争虽越发激烈，但也更加规范，这是一种好的喻示，我们也能得到更多保障。”琳琳认为，这也意味着好好选品、把控质量被提到了更加重要的位置，团队的力量与赋能同样不可或缺。

多年来，临沂市也先后出台了《临沂市电商发展三年行动计划》《关于支持直播电商人才发展的十条措施》等一系列指导性文件，支持电商人才培养，做大做强快递快运企业，推广“统仓统配、仓配一体”模式，破解电商人才制约瓶颈，提升快递仓储发展水平，提振电商行业发展信心，营造电商发展的浓厚氛围，有效激发了电商领域创新创业的积极性。

六年如一日，琳琳享受着与粉丝的温暖互动和挑战自己的成就感。尽管每天很早开播，但粉丝总会准时现身，那些带着10级以上灯牌的粉丝基本都陪伴她走过三五年的时光。“都说网络是冰冷的，我始终相信真诚可以打动人心。”琳琳说。

■相关新闻

陶春燕 聊城报道

11月7日，下午1点半，聊城市邮政分公司火车站投递部一派忙碌景象，满载着快递的车辆有序驶入、定点停靠，车门一打开，快件分拣线就机器轰鸣、马力全开。

在分拣线的终端，投递员李娟手握扫描设备，在快件外包装的面单上快速一扫，看清信息后麻利地将其归置，全程不过一两秒。多次亲历“双十一”购物节，李娟觉得，今年的“双十一”快递量上涨来得比往年更早一些。

“双十一”提前打响，运送量突然增加。当前，该投递部的快递件日处理量已经达到1万件以上，还有逐渐增加的趋势。“正常情况下没有加车，只来一辆大快递车还装不满，但现在加车都是满的。”李娟手里的活不停，刚刚卸下的这一车快递有2600余件。

“这是送去香江的，一天要派送两车。”在投揽部的场地上，一辆辆绿色的快递派送车灵活穿梭，现场虽然堆满快递，看上去杂乱无序，但十余名快递员各负其责、迅速分拣，不一会儿，快递就被分拣完毕。快递员们丝毫不耽搁，迅速驾车出发，前往各个点位进行配送。

由于“双十一”来临，配送压力明显增大，快递人员的上下班时间都有了一定的调整。“平常上班是早上七点，现在是六点半。”李娟称，在“双十一”当天的购物“狂欢”结束后，各个投揽部还会持续忙碌半个月到20天左右。

“双十一”电商大促，“战火”最先烧到快递配送。为了做好应对，聊城邮政全力做好运营组织、安全保障、服务支撑等各项工作，统筹规划、集中调度人员、场地等资源，确保业务高峰期快递生产配送工作依旧能够有序进行，全天候、不间断进行邮件处理。

此外，“派送再忙、安全不忘”，李娟称，在业务量激增的情况下，公司对于安全问题也十分重视，车辆要求日日检查。近期，聊城交警特意前来给大家进行了宣传培训，耐心细致地对有关二轮、三轮摩托配送车的交通安全知识进行了详细讲解，提醒他们时刻将道路交通安全放在首要位置。

加班车满载，快递员提前半小时上班

本报记者实探聊城邮政迎战『双三』