

用直播打造网红,借网红拉动购物

社交成电商新战场 快乐购发力网红直播经济

当“网红”成为热词,背后所能带动的经济力,也就随之显露无遗。总有一些嗅觉灵敏的商家,能够在第一时间抓住机遇并迅速“出招”。

4月28日,在快乐购旗下新平台——大美时尚启幕发布会上,快乐购总裁唐靓表示,网红经济已经进入2.0时代,希望三年后大美时尚能够为快乐购贡献至少1/3的营收。

■记者 黄利飞

快乐购 打造新利润增长点

快乐购正在停牌,有传闻说公司要重启与芒果TV的重组,目前为止这一说法并未得到公司的官方回应。不过,有一点可以确认的是,当传统的电视购物业务进入稳定期后,快乐购对于寻找下一个利润增长点,显得尤为迫切。

4月28日,快乐购控股子公司大美时尚在杭州正式启幕,并举办行业首届大美红人节。

快乐购总裁唐靓称,网红经济已经进入2.0时代,希望三年后大美时尚能够为快乐购贡献至少1/3的营收。“公司目前正在经历转型,大美时尚刚好推动了内容杠杆撬动电视购物等业务差异化,挖掘新的利润增长点,打造多屏互动的内容生态圈。”唐靓说。

资料显示,大美时尚由快乐购全资子公司上海快乐讯与新三板挂牌公司如涵控股旗下全资子公司、何炅三方共同出资,其中快乐讯出资490万元,持有大美时尚49%的股权;如涵控股旗下全资子公司出资410万元,持有41%的股权;何炅出资100万元,持股10%。

按照大美时尚的规划,这是一个引领时尚内容生产和时尚美妆红人运营的整合营销平台,要完成红人电商最重要的一环——KOL(关

键意见领袖)的重点打造。

从美妆流量 变现中分成

淘宝女装店单日销售额破亿第一人张大奕、欧美彩妆第一人钱佳儒、博士美辣妈余琛、高衣O的朔公子……这些在网络上“粉丝百万、流量百万、能完成的销售额也能成千上万”的“网红”,正是大美时尚目前重点打造或者已经签署的“网红”。

“大美时尚的切入点是聚集能打造内容的人,填补美妆新零售领域对内容需求的空缺。”大美时尚董事长贾芳说,今年的计划是重点打造2~3个明星艺人,并甄选5~6个在发型、彩妆等领域的达人进行合作,帮助他们打通内容供应链甚至产品供应链,大美时尚将从美妆流量变现中提取分成实现创收。

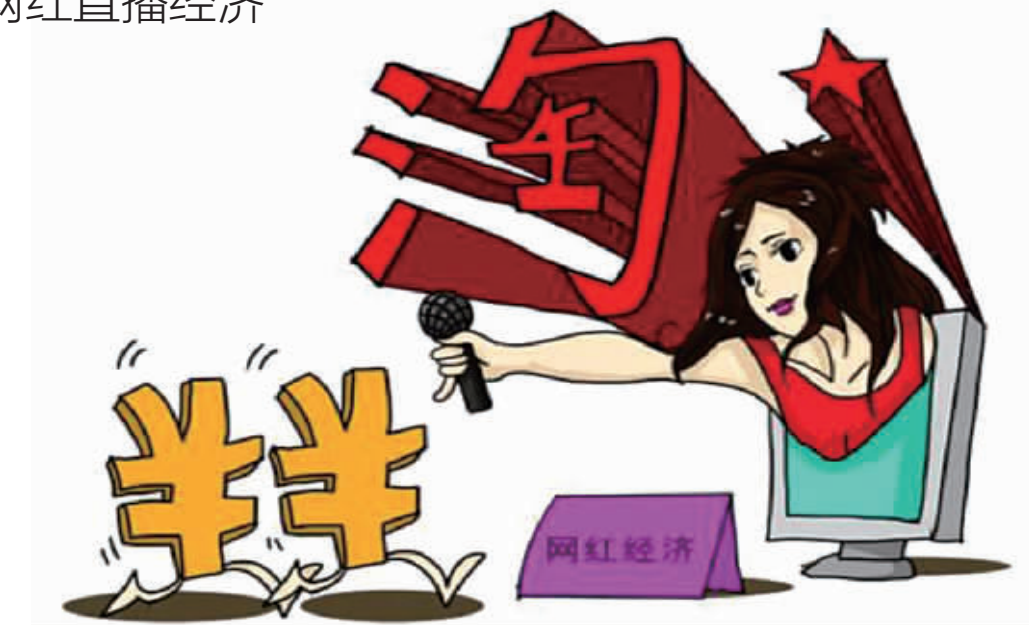
对于这种模式,快乐购并不是首次尝试。

早在去年,上海快乐讯就与天猫、淘宝直播对接,成功推出《我是大美人LIVE》PGC专栏;随后,快乐购、湖南卫视也与相关方合作推出PGC《美人杀》,这都为公司带来了可观的流量和收入。

据了解,快乐购今年将进一步把内容营销能力输出到大流量电商平台,并积极推进短视频业务。打造美妆MCN矩阵(多频道网络播放平台),进一步完成关键意见领袖、内容、商品之间的商业闭环。

红的标准。

直播电商的时代,红人、商品、内容,三要素缺一不可。在网红做内容直播时,有“红人”做意见领袖甚至亲身示范,有节目愉悦身心甚至参考,最后才是可供选择的商品。如今假冒伪劣商品已经成为电商发展的“瓶颈”,红人视频直播的手段,或将很好地解决传统网上购物“看不见摸不着”的问题。



行业

网红产业规模 或达千亿

在大美时尚发布会现场身着的网红张大奕,如今微博粉丝量有509万,其淘宝店铺开业一年成为五颗皇冠,收入甚至超过很多一线明星。

2016年,艾瑞联合微博数据中心对微博上3.6万个典型网红账号进行的统计指出,截至去年上半年,这些账号累计覆盖粉丝3.85亿,庞大的粉丝规模使网红发布的内容获得了更好的传播。

而网红的变现途径,包括颜值资本化、智力资本化、价值观资本化,其中单靠颜值和单一的某种技能展现和搞怪是很难持久的,可持续的内容输出才是吸引粉丝的利器。

比如在网络大数据分析机构发布的“2016中国网红商业价值榜”榜单中,位居榜首的高晓松,其节目的制作水准比较粗糙;随便哪个地方拿一把椅子坐着就敢拍;没有嘉宾,机位就两三个,更不讲究镜头切换,毛病可以挑出一大堆。然而,恰恰是这档卖相很简陋的节目,因为内容的魅力,吸引了大批互联网中最精华的人群,也让他持续红到今天。

对于这点,在大美时尚发布会现场,包括张大奕等知名网红主播都非常认同。

从他们身上,记者了解到,网红常常选择团队化的运营、包装、策划。有数据显示,60%的主播都有签约的组织,其中,除了直播平台之外,36%签约了经纪公司。

根据易观发布的最新网红产业研究报告显示,中国网红产业规模或将达千亿元,2015年到2018年复合增长率将高达59.4%。

而网红变现方式中,直播成为主要变现来源之一,数据显示,2016年“电商+直播”占整体网红产业收入的86.4%。

集装箱

长沙楼市5月预计33个项目开盘

本报5月2日讯 经过了几个月的冷清,长沙楼市终于有望“开仓放粮”。据湖南中原地产数据显示,5月供应量增加,预计开盘项目33个,较4月15个实际开盘项目显著增加。与此同时,新房成交量也逐渐攀升,上周内五区一手住宅网签成交1306套,环比上涨12%。

数据显示,4月23日-29日,长沙内五区一手住宅网签成交1306套,成交面积14.46万方,环比上涨7%。在认购方面,本周将

有9个项目开盘,成交率为80%,较前期普遍开盘即售罄、认购率在90%以上的现象,已有一定冷却,买卖节奏不再紧凑。

5月,预计上市的房源中物业类型较为丰富,涵盖了普通住宅、公寓、洋房、写字楼以及别墅。从长沙各区域来看,岳麓区稳居热点区域,5月又有多个项目推新,依然占“大头”,其次是雨花区、望城区,老城区越来越少有新房源推出。

■记者 卜岚

二手车:多元化经营或是趋势

本报5月2日讯 日前,中南汽车世界2017年二手车经销商大会召开,在当下二手车“限迁”政策解禁,各路资本纷纷杀入引得竞争加剧以及新车市场日趋饱和的背景之下,与会人士认为多元化经营或将成为二手车经销商发展趋势。

中南汽车世界二手车交易市场是我省规模最大的二手车有形市场。“去年,市场共交易二手车5.9万多台,年交易金额超40亿元。”中南汽车世界二手车商会会长王献文介绍,当年我省二手车市场实现了375万辆的历史最高交易量。

“与此同时,二手车利润率正逐渐下降。”中南汽车世界二手车商会秘书长蒋智群表示,随

着二手车市场规模的不断增大,市场竞争也越来越激烈,尤其是近年电商的涌现,二手车“限迁”的解禁,各路资本的纷纷杀入等。“二手车经销商再单纯地靠卖车赚钱将越来越难了。”

在湖南二手车流通协会副秘书长刘志强看来,未来二手车经销商的发展趋势将是多元化经营。发达国家的二手车企业早已经形成了品牌专卖、大型超市、连锁经营、旧车专营、旧车拍卖等并存的多元化经营模式;交易模式也有直接销售、代销、实物和融资租赁、拍卖、置换等多样化形式。“这样企业的利润才不会太单一,也更具有客户黏性。”

■记者 胡锐

千金药业一季度净利同比增长32.28%

本报5月2日讯 记者今天从千金药业获悉,在中药行业增速放缓,毛利率下行趋势明显的大趋势下,千金药业逆势而上:今年1-3月实现营业收入6.58亿元,同比增长26.33%;归属于上市公司股东的净利润2773.75万元,同比增长32.28%。其中一季度报告期内,公司西药生产营业

收入同比上年增加66.04%,卫生用品营业收入同比上年增长幅度为92.54%。

千金药业负责人表示,今年公司取得如此上佳表现,得益于公司“创新经营形制、确立利润导向、运用市场方式、实行利益共享”,这是千金的经营方式,也是公司的秘诀。 ■记者 李永亮

观察

网红有内容才有生命力

互联网时代,最不缺的就是网红。然而,现状很残酷,大多数的网红在直播平台上的生命周期火的时间不超过7天。

相比颜值网红,有内容、才华型网红更能直击人们痛点,更具有生命力,而内容的可持续性直接影响到网红的生命周期,于是,“除了颜值外,还要具备持续的内容生产力”,便成为大美时尚“网