

MCN起伏跌宕2020:从“一坑难求”到一地鸡毛

2020年什么风口最热?相信很多人都会脱口而出:直播电商。在2020年疫情“黑天鹅”的影响下,大量的实体商家、生产厂商纷纷转战直播电商,寄望于直播带货去库存、提销量,以弥补业绩出现的下滑。

那么,直播电商又带火了哪个职业?相信很多人会脱口而出:带货主播。随着一些头部主播开启疯狂带货模式,各路明星艺人/作家/企业家也纷纷下场。除了大家耳熟能详的李佳琦和薇娅们,诸如董明珠、梁建章、李彦宏、张朝阳等企业家,外加“真还传”的罗永浩等都陆续做起直播,铆足劲为自家或者别家的品牌产品代言。

各行各业涌入直播电商大潮,不分圈内圈外,新人旧人,可谓2020年直播电商领域的真实写照。除此之外,还有一个圈子从2020年初至今,经历了大起大落的“过山车式”发展,这就是MCN机构。

从野蛮、疯狂的生长、吸金,到如今经历全行业打假、纯佣终结、销售额分账及市场低迷,MCN行业只花了一年时间。

根据艾媒咨询发布的数据报告显示,2020年MCN机构数量预计将达到28000家,虽增长率达到93.1%,但已经呈现同比增速逐年递减的趋势。更有部分MCN赶在行业巅峰期,以“大撤退”的方式见好就收。

面对即将过去的2020年,转眼到来的2021年,MCN变化几何,前景如何?

需求井喷,“一坑”难求

人物:小月 职业:直播选品 地点:杭州·余杭

“去年初(2019年)还在求企业做直播,今年年初则是一窝蜂找上门来,而现在……”

2020年的三月份,是从事直播选品工作一年多的小月,入行以来最忙碌的一个月。她告诉懂懂笔记,各行业陆续复工后因疫情防控的原因,大量线下、实体商业门店仍旧停业,因此许多传统商家以及厂家开始转战线上渠道。

当时很多商家注册的电店铺普遍缺乏流量,短时间内难以转化销量,因此,这些客户开始寻求与坐拥巨大流量、主播的MCN合作,涉足直播带货。

“之前有不少传统企业并不看好直播带货,觉得拥有强大的经销商渠道和网络,完全不用担心商品销不掉。可面对实体消费停滞时,这些企业才开始认识到大难临头。”小月表示,当时有一部分曾经拒绝与他们公司合作的企业主,因为拉不下脸,只好让助理联系她,希望能在直播间里帮忙安排。

可她此时已经应接不暇了。因为瞬间井喷的直播合作需求,让她和公司的主播们异常忙碌。一般而言,一场时长为两小时的直播可以安排推介十款商品,但3月份开始由于投放合作的企业众多,两小时内主播往往需要推介三十款甚至更多的商品,每款商品的讲解时间甚至不足四分钟。“那时候主播讲解方式只能是照本宣科,拼命地念流水账。”

这时杭州的众多MCN机构已经开始供不应求,“有的企业为了产品能在直播间出现那么两三分钟,都是不签合同直接给公司账号转上架费,占好了‘坑位’之后,再开始与选品聊产品卖点,沟通直播细节。他们以为只要钱到账公司就不能拒绝了,而我们财务经常会收到毫无头绪的转账,之后才有合作企业陆续过来认领。”

小月介绍,由于企业直播需求激增,MCN签约主播只能增加直播时长,以往是晚上7点以后才会开播,可是从三月中旬开始,几乎都是从午后一直开播直至深夜十一、二点。每场直播期间,主播的休息时间也从以往的半小时缩短为十分钟。

“全都累疯了,一整天下来,一位主播往往要在直播间推荐三、四百款商品,完全是累瘫了,都不知道自己念的台词是什么。”即便如此,这家MCN旗下签约的近三十位主播还是连轴转,否则难以消化井喷的客户需求,“头部主播的‘坑位费’也从2019年底的8万元涨到了10万元,后来还在涨。”

据小月介绍,即便是“初出茅庐”的小网红、小主播,直播“坑位”也遭到哄抢,原本小几千元的“坑位费”愣是涨到万元水平,还有外贸企业一开口就说要投入几十万元,“买下”公司新签约小网红的周末整场直播。

这股热潮让国内很多MCN管理层始料不及,小月所在机构为了应对2019年中的行业洗牌,基于压缩经营成本的考虑,在

2019年第四季度“劝退”了十几位流量“吊车尾”的小网红。结果面对突如其来需求,公司又急忙四处“抓人”,“如果没有劝退这么多人,说不定今年三、四月份还能大赚一笔坑位费呢。”

实际上,国内很多MCN启动新一轮的招兵买马,正是从今年二季度开始的。

无度疯长,人才稀缺

人物:CINDY 职业:HR兼行政 地点:广州·天河

“我原本以在MCN从事人资工作,是不需要摆摊设点做校招的,谁成想那段时间天天泡校园。”

2019年底,由于不喜欢面对“眼高手低”的应届毕业生,让菜鸟应聘者“搅坏”心态的Cindy辞去原单位工作,应聘成为广州天河区一家MCN机构的人资专员。尽管机构规模小,人资专员还需兼任行政工作,但只要无需像以前公司那样要频频与应届生打交道,她就感觉ok。

可事与愿违的是,2020年初,厂家、企业的直播电商合作需求井喷,MCN签约主播连轴转依旧无法满足与日俱增的需求,公司管理层决定大量孵化新晋网红、招聘主播,为了降低成本进行集中招聘,公司的领导又要求她开展校招工作了。

“说是刚毕业的学生好管理,也听话,加上网红无需特定专业、工作经验,年轻漂亮就行。”Cindy表示校招直播的确比社招容易,尽管应届毕业生涉世未深,但都认定一个死理,那便是网红主播工作简单且收入颇丰,是实现“财务自由”的最佳途径。

为了满足这种“眼高手低”的心态,顺应毕业生“钱多活少”的诉求,公司更是调高了新人网红的起步底薪,只要录取,学员在实习、培训期间的底薪达到了4000元,之后直播上架费以及佣金分成还另算,一时间碾压了不少金融、技术类岗位的待遇。

“五月份开始连续做了十几场校招、网招,即便很多学校因为疫情管控不能进校区,但是在操场或者校外也几乎每天都有大量学生来报名应聘。”Cindy告诉懂懂笔记,由于公司急于扩大主播数量,公司对于校招的要求极低,只要长相姣好,举止、谈吐得当即可顺利录取,纳入培训孵化体系。

短短两个月时间,公司通过校招、网招录取的网红培训生,便已高达100余位,为了容纳下如此庞大的网红主播团队,公司还从7月初开始租下了更大的办公区域,改造了十几间直播间,供新人实习直播使用。

“那阵子天天就是招聘、入职、培训……累死人了。但是业务需求还在增加,原本计划培训三周之后再上岗的新人,结果全都以工代训了。”Cindy回忆,为了消化激增的企业直播订单,一个个刚刚入职、满脸腆腆的新人,都被公司推进了直播间,开始了懵懂的直播带货之路。

由于经验尚浅,流量有限,很多新人直播时频频“翻车”,因此只有小企业的产品才会交给新人“练手”实践,即便这样,很多合作企业也没有在意或者投诉,“有得直播就不错了,大主播的排位都是一两个月后了,而且新人‘坑位费’也便宜,企业不好撕破脸的。”

至于新人缺乏流量、影响力的问题,Cindy透露了MCN的一套“速成”办法,那便是刷量。其实在今年初开始,很多面向直播带货的刷量机构还没有出现,因为当时的市场是供不应求。但是部分MCN机构为了给“新人和菜鸟”烘托气氛,也在逐渐接触刷量机构。

殊不知,一场轰轰烈烈的刷量“造星”浪潮由此拉开序幕,更是在一众明星大腕上阵时达到了高潮。

刷量造假,疯狂“吸金”

人物:陈金标 职业:某“社群”管理员 地点:深圳·宝安

“直播刷量(的行为)其实一直存在,可今年(2020年)要的是互动、是订单、是成交量。”

已经从深圳某营销机构离职的陈金标,曾任机构旗下的“社群”管理员。这位98年的年轻人管理着公司旗下一百余个满员微信群,他告诉懂懂笔记,无论短视频还是直播,如果想要快速上量,最简单的办法就是刷量、刷数据。

一般而言,直播间若只是为了用流量“撑场面”,选择的通常都是“非真人”的群控流量。群控可以做到大批量的刷量,而且价格便宜,无论直播、短视频的浏览量,一千播

放量仅仅十几元。这也是很多直播带货初期,小型MCN最常用的方式,“只需要花上几千元,即可让短视频、直播的量冲上前端。”

而“社群”的营销则复杂一些,一般只应用在需要真人操作、真实互动的场景,例如商品评价、群发言、电商优惠券“薅羊毛”等,一般很少会用在直播带货、短视频内容当中。

“可这半年来找我们做刷量刷数据的,大都是MCN机构,尤其是需要在直播间中发言互动。”陈金标告诉懂懂笔记,大概从2020年年中开始,便有许多MCN找到公司业务员,商讨互动刷量的合作事宜。对方具体的要求是,由他将需要互动、发言的直播间链接,发到公司所运营的微信群组里,发动群里的成员到直播间发言,参与直播商品讨论。

这样做的目的是烘托直播间的互动氛围,让金主看到热闹的场面。收费方面,一则互动、发言收费一元左右,发言者得六成分佣,每场的活动需求从几千到上万条不等。

“一开始很多MCN只要刷量,我就暗示群控刷量不好用了,只有观看没有互动,会显得很假。”的确如此,从年初开始,MCN想让合作直播的企业掏“坑位费”,只需展示直播间流量、观看的数据即可,但自从直播带货刷量的新闻被曝光之后,很多企业不吃这一套了。

有的企业在掏“坑位费”之前,都表示一定要先观摩MCN直播过程,看到有真实互动(内容)之后,才会考虑投钱合作。因此,MCN也明白直播间里的互动量、氛围热闹与否,决定了企业是否能投钱、合作。

“下半年以来,MCN想要的互动真实、内容契合,就需要真人来操作,这只能发动社群的资源才能够做到。”陈金标透露,今年以来公司拿到的互动刷量任务中,有将近九成以上都来自直播MCN。尤其是近半年,直播间“开播”之后,MCN都会要求群控灰产先刷流量,再请社群、思量流域的掌控者开始刷互动。

但是,这样的热闹也没有能够长久。由于只有流量和互动,直播间缺乏实际商品成交,久而久之让很多合作企业识破了MCN刷量骗“坑位费”的猫腻。因此,MCN刷量的要求也开始“升级”,“现在都是先刷互动再刷订单,就是发动群成员拍下商品,之后再另行退货。”

刷成交量,需要营销团队、灰产机构先行垫付货款,所以相关支出费用也比较高,一单基本收费十元甚至更高,一般要求是一千单起刷,并在规定的无条件退货期内退货,这就不是一般MCN机构和营销机构能操作的了,需要大量资金和人力,“刚开始企业一看不但有观众,而且销量不错,肯定会投钱合作的。至于合作之后,会不会发现大量退货的猫腻我们就不管了。”

曾经何时,一场直播之后MCN赚走合作企业几万、十几万甚至几十万的“坑位费”,而且无须有任何心理压力。随着刷量刷成交订单兴起,很多企业依然要付出大额成交分账和主播佣金,与此同时还要面对退货运费、人力成本,可谓是赔了夫人又折兵。至于刷量灰产,则是这一轮变化中的“躺赚”一方。

互联网世界里不乏劣币驱逐良币的现象。认认真真孵化网红,实实在在在推介好货的MCN机构,可能很多时候比不上会刷数据、刷订单的聪明玩家。短期利益压倒一切,而肆无忌惮的刷量、造假,也让越来越多的企业开始对MCN圈子失去信任。

MCN行业,兴于直播带货,毁于刷量造假。

乱象丛生,泥沙俱下

人物:周晓群(化名) 职业:MCN负责人 地点:广州·白云

MCN起伏跌宕2020:从“一坑难求”到一地鸡毛

“你说这些传统企业(主)是不是一群很矛盾的人,活的很纠结呀!”

聊及当下MCN刷量、数据造假的乱象,作为一家老牌MCN机构的负责人,周晓群坦承,刷量行为在行业内普遍存在。

包括他所在公司旗下的签约网红,直播时没有一场是不刷量的。但同时,他将刷量的原因,归咎于传统企业金主的“难伺候”上面。

周晓群告诉懂懂笔记,常规情况下,一

家MCN认真孵化、培训网红,收获流量和影响力需要很长时间,但这样做可以确保主播流量,影响力真实存在,直播带货也有真实的销量转化,“唯一的问题就是初期观看量、互动量看着不是很优异。”

“只要拿着真实流量展示在企业客户面前,人家都会嫌流量低,认为不值几万元上架费用,甚至转头就走,说别家的数据都是几十万上百万人观看。这样我们根本谈不成直播合作,可那些刷上去的流量、互动量,企业现在又说得不真实,说MCN玩套路,所以现在刷量的成绩也难以让他们不合作了,你说这该怎么办?”

周晓群坦言,因为绝大部分传统企业都不懂互联网,觉得做直播带货,销量理应立竿见影。而真实的主播流量低、影响力小,企业看不起、觉得不值;而流量大、影响力大的头部网红,企业又缺少预算;机构唯有高刷量低报价才能让企业看到所谓“性价比”并买单,赚得一笔是一笔。

“但是现在苦果出现了。大家都刷流量做数据,企业也开始明白了,不敢乱投钱了。”从2020年七月份开始,周晓群明显感觉到与很多企业谈直播合作变得异常困难,对方动不动列举一些新闻报道,质疑MCN的数据、销量是在造假,成交额分佣的模式也很难推动。

由于近两个月来直播合作的订单锐减,为了维持公司运营和经营,以往那些“挑客”的中小MCN开始变得来者不拒。原先MCN在选品时通常会考虑企业品牌的影响力以及商品生产资质,如今的情况是只要企业给得起钱,便照单全收。

“合作门槛降低,造成的后果是大量的三无厂家、伪劣产品开始通过直播进行销售。”周晓群坦言,降低直播选品标准之后,MCN通常会以一纸“保障产品质量的协议书”约束厂家,可三无、伪劣商品的作坊、小厂本身毫无契约、诚信可言,真的就成了一纸空文。

这些三无商品的生产制造者并不在乎MCN直播刷量与否,且本身产品价格相当低,直播刷评论、刷成交,只会引发围观群众跟风购买的欲望,而机构刷数据的量越大,小厂、作坊的销量越高,越有可趁之机。

但是一旦出事,消费者去找MCN维权,MCN去找小厂家追责就“人去楼空”了。MCN往往需要背责,甚至还会对主播造成无法挽回的声誉受损。尤其是一些“伪劣”商品,如果遇上职业打假人通过权威机关检测审核,给出真实的检测/评测结果,事态会进一步发酵,MCN机构和所谓网红达人或许就需要关门大吉了。

“辛巴不就是最好的例子了吗?王海的证据摆在那,一开始他还嘴硬,最后不是被平台暂停直播了?如今MCN比2020年初难做太多,不管你是行业大V还是头部MCN。”

正因为直播行业“刷量”倒逼传统企业回归理智,导致很多MCN开始与三无小厂、伪劣商家合作才能赚钱,背后隐藏的风险也逐渐爆发。随着年关将至,一部分“聪明”的MCN机构已经开始见好就收,决定趁机离场了。

但是,他们的离场可不是永远离开,而是伺机而动……

“金蝉脱壳”,冬眠蛰伏

人物:焱焱 职业:直播助理 地点:上海·静安

“我估计是快要失业了,新年后应该就要去找工作了,我认识的好几个选品、助力都在找退路。”

随着王海“打假”辛巴、罗永浩自我“打假”的浪潮愈演愈烈,焱焱所在的MCN也开始发动选品专员、直播助理自查,检查审验近两年内合作直播的商品;翻查是否存在三无伪劣假冒商品存在,并要及时汇报公司高层。

行业“打假”的涌现,倒逼MCN自查直播商品,乍一看似乎是一件好事,可谓负责任态度的表现。但是,为何会导致小小的直播助理纷纷失业呢?

焱焱告诉懂懂笔记,其实早在2020年10月份,公司便开始为后路做“打算”了。“我们公司直播的业务量还行,但前一阵有个特别要好的姐们儿提醒我,公司可能有大大变动,法人也换了。”她在企信系统查询到,公司在10月份已经变更了法人,目前公司的法人是一位新人网红,股东的名字也变更为几个她不认识的陌生名字。

(下转第55版)