



网红直播集市



北下朱曾经的喧嚣已经明显散去,冷清的气氛肉眼可见

直播第一村
神话落幕之后

鲁丽萍2020年初到北下朱租下店面时,年租金高达13万元。去年,这一数字已经跌到了不足4万元:“来的人少了,房子多了,租金自然下来了。”

图为北下朱村内一处布告栏上,贴满了招租广告。
吴恺伦 摄



本报记者 于量 吴恺伦

下午2点,义乌北下朱村的主街上鲜见行人。

北下朱原是义乌市郊的一个寻常农民回迁小区,2019年前后,国内直播电商行业兴起。与义乌国际商贸城相距约2公里的北下朱,迅速吸引了大批直播电商从业者前来扎根,“直播电商第一村”的名号不胫而走。虽然始终未有确切统计数字,但公认的说法是,这里曾经一度聚集了超过3万名带货主播。

2019年,记者初次造访北下朱。当时的主街上,拉货的电动三轮车一辆接一辆穿梭在堵作一团的私家车和货车之间,货斗上堆满了快递纸箱。沿街的门店里无一例外人声鼎沸,挤满了等着拿货的主播,所有人的脸上都写满了狂热与兴奋,似乎晚一秒“上播”就有可能与泼天富贵失之交臂。

今年再访北下朱,曾经的喧嚣已经明显散去,冷清的气氛肉眼可见。“我这一整天都未必有人上门,你们是今天最早进来的。”女老板鲁丽萍一边叠着样衣,一边自顾自地说。她的店铺开在村子后排,市口并不好。纵是如此,2020年她初到北下朱租下这间店面时,年租金依然高达13万元。去年,这一数字已经跌到了不足4万元:“来的人少了,房子多了,租金自然下来了。”鲁丽萍说,到今年底,她打算再和房东讲讲价。

商务部发布的《中国直播电商发展报告(2026)》显示,2025年全国直播电商交易额达5.1万亿元,同比增长12.3%,但是较2020年128%的峰值增速大幅回落,行业从野蛮生长的增量时代进入存量竞争的成熟阶段的迹象明显。当下清冷的北下朱,亦是直播电商行业流量狂欢逐渐终结的缩影。

对于几年前曾在此地复数上演的那些致富故事,人们记忆犹新。只是,随着行业的发展和市场环境的变化,某种祛魅进程已经悄然完成。依然有人坚守在北下朱,只是他们普遍不再相信奇迹,而是选择遵从最基本的商业规律和逻辑——毕竟,生意本该如此。

神话落幕,理性回归,太阳照常在曾经的“直播第一村”上空升起。

“那些故事不会再有了”

“其实北下朱不能叫‘直播村’。”作为土生土长的北下朱人,福田街道社交电商协会党支部书记金浩敏对于北下朱有不同的定义,“就像义乌是全球小商品集散地,我们北下朱是网红产品的集散地。说我们是‘直播村’,把我们说‘窄’了。”

在某种意义上确实如此。由于背靠义乌国际商贸城且租金低廉,北下朱早年曾是国内江湖地摊的重要货



依然有人坚守在北下朱,只是他们普遍不再相信奇迹,而是选择遵从最基本的商业规律和逻辑——毕竟,生意本该如此

源地。2013年,义乌掀起电商热潮。北下朱开始向同在义乌市内的,彼时风头正劲的“淘宝村”青岩刘村学习,通过铺设光纤、减免租金等方式,吸引来了一批电商从业者。

国内电商行业风云变化,业态和玩法屡屡迭代,随风起舞的北下朱也一再变换主旋律。从团购到微商,再到此后的带货直播,始终不变的是这里的“草根”底色。至于金浩敏所说的“网红产品”,随着采访的深入,他也换了另一种表述方式:“北下朱就是做平替的。”

当各种“9块9包邮”遇上直播电商,“草根”产品与“草根”销售方式之间迅速擦出火花。凭借行业狂飙突进式发展带来的红利,幸运儿们在风口上成功“起飞”,靠一个爆款单品一夜净赚几十万元、上百万元的故事并非普遍现象,却也在北下朱真实发生过。

随着这些故事在人们的口口相传中变得愈发具有传奇色彩,北下朱“直播第一村”“草根创业圣地”的江湖地位也就此奠定,并借此吸引更多怀揣财富梦想的人们聚集到了这里。那句流传甚广的口号也在彼时诞生:来北下朱,一部手机就能创业。“没人是奔着当主播来北下朱的。”金浩敏说,“大家想的都是发财,自己当老板。”

一如廉价的“网红产品”可以通过各种渠道抵达消费者,直播也不过是来到北下朱的人们追求财富的手段。只不过,野蛮生长带来的红利爆发式释放过后,这个曾经切实为部分人带来财富的手段逐渐开始失灵。

2020年,邵鹏睿在北下朱租下一处店面,主营各类灯具、支架等直播设备。在他看来,北下朱的变化显而易见:现在主播的数量明显少了,即便还留在这里的主播,大多委身于公司或供应链,每月领取固定工资和提成。相应的,过去那种“楼下供应链门店拿样品,上楼回出租屋就开播”的“单干”方式在当下的北下朱几乎已经绝迹,这也解释了为何街头的店铺大多门可罗雀。

时至今日,各电商平台的算法依旧深锁于黑箱,不过有些变化不必参透个中玄机,依然切实可感。比如,流量越来越不好拿了。

虽然眼下的生意不咸不淡,但是对于行业,邵鹏睿还是愿意花点精力琢磨琢磨。他认为,当国内电商行业整体转入存量竞争阶段,峰起的平台对流量的分配便不再慷慨,流量获取的成本随之变得愈发高昂。对于小体量个人主播,这样的变化堪称致命,

为直播带货这一曾经的“草根”创业方式在事实上筑起了门槛。

“那种一夜暴富的故事不会再有了。想明白了这一点,北下朱这个地方自然就不会像当初那样疯狂了。至于那些还在坚持做直播的,成了的,没必要再留在这里打滚了;没成的,该回哪儿就回哪儿去了。”邵鹏睿滔滔不绝,仿佛一个冷静的旁观者。

“就当找个班上嘛”

北下朱现在还有多少主播?今时今日,依然没有确切数字。

金浩敏反问记者:“怎么才算主播呢?直播销售不过是一项技能,主播也不过是掌握了这项技能的线上销售人员。在北下朱,人人都可以是主播。”金浩敏告诉记者,目前北下朱有市场主体1万余个,背后则是近3万名创业者。若是依照“人人都能当主播”的逻辑计算,那么北下朱的主播数量似乎与数年前并无差距。

然而这样的统计方式显然过于模糊,甚至略显滑头。在记者的追问下,金浩敏表示,北下朱目前通常认为专职主播的数量大约3000人,相较当年,确实有不少缩水。

来自贵州的李淼便是“三千分之一”。2023年,学习陶瓷设计的李淼淼大学毕业后,在小妹妹的介绍下到了北下朱。在此之前,李淼淼对于北下朱和直播电商一无所知。而小妹妹的介绍则颇为简单粗暴:来这里,能赚钱。

谈及自己当初的决策过程,这个00后女孩同样十分直率:“虽然一切都是未知数,但是我清楚地知道,靠我自己当初学的这个专业根本就吃不饱饭,所以没有丝毫犹豫我就来了。”

彼时,北下朱直播电商的神话已然接近落幕,个人主播开始成建制撤退。但是身为“小白”,李淼淼对此全无知感。落脚后的一个星期,她就顺利找到了自己在义乌的第一份工作:在一个直播团队当“开卡主播”,月薪6000元,没有提成。

“当时觉得这里的工作机会的确挺多,也挺好找的,就是工作内容有点无聊。”李淼淼向记者解释,所谓“开卡主播”就是在镜头前一包接一包地拆时下流行的收藏类卡牌包装,并对着镜头逐一展示卡包中的物品。由于缺乏直播经验,整个直播过程中李淼淼并不露脸,只有双手出镜,话也说得很少。

在北下朱,日复一日的高强度直播,能让一个“小白”迅速成长为一

至少符合北下朱标准的“专业主播”。于是,在日常工作之余,李淼淼也开始做一些兼职:义乌当地的商家或是供应链,甚至是国际商贸城里的商户,有时也会临时招募一些主播为自家产品带货,甚至直接跑路的商家也时有耳闻。至于北下朱“神话时代”初期那种“单干”的模式,李淼淼更是压根没有考虑过:“哪里来那个实力呀?虽然北下朱的供应链都可以一件代发,主播不需要自己备货,但是如果一直卖不出去,那不是等着喝西北风?”

在北下朱的这些年,李淼淼辗转换了好几个直播间。她的高光时刻,是在3个小时的直播里完成了10万元的成交额。不过,短暂的兴奋过后,便是连日的焦虑与恐慌:“不知道下一个10万元什么时候出现,或者会不会出现。”李淼淼告诉记者,有一阵子,她开始频繁失眠,偶尔睡过去,梦里的自己竟也还在直播。“那段时间我看到抖音的图标都犯恶心。”李淼淼说。

不过,李淼淼自从还算幸运,待过的直播间背后都有比较靠谱的供应链,没有经历过老板提桶跑路的悲剧。至于业务,虽然“大爆”的经历不多,但是也曾“小爆”过几次。李淼淼说,在北下朱的这些年,自己的心态也在变化:“当初来义乌是想赚钱,现在想的是有份稳定的工作就行了。”

“总有人会赚到钱的”

北下朱依然有主播,但是主播渐渐不再头顶主角光环。今年初,李淼淼投到了金浩敏门下。开年后,金浩敏的电商公司主推一款乳胶女士内衣。为此,他说自己面试了不下80个女主播,最后优中选优,挑出了4个,李淼淼便是其中之一。金浩敏认为,当初那个年代,各家平台需要通过塑造神话来争夺流量,而北下朱也确实诞生出了不少神话。眼下,直播已成为电商标配,不必单列,因此平台更希望“头部”以外的中小直播间均衡发展。用他的话说,未来国内的带货直播间不会再有大小之分,只有优质与否的区别。

“现在的趋势已经很明确了。直播间要做内容,尤其是优质内容,所以对主播的要求也会越来越高。”坐在自家公司的办公室里,金浩敏呷了一口茶,转而对坐在对面的李淼淼说:“我觉得你是值得培养的,只要好好干,以后

月入三四万元肯定不成问题。”女孩狡黠一笑:“那我就先谢谢老板了。”顺带一提,李淼淼目前的月薪是1万元,提成另计。

草根直播,全民直播的浪潮退去,在北下朱做“供应链”生意的人们似乎也接受了“版本回滚”,和活跃在义乌这个“世界超市”各处的批发商、销售商、源头工厂之间的区别变得愈发模糊。鲁丽萍偶尔也会缅怀当初“神话时代”的盛况。那时,北下朱街头只有两种人:对着镜头手舞足蹈、口若悬河,正在直播的主播;拎着巨大的黑塑料袋四处找货、准备开始直播的主播。各家供应链门店前,不时会有卡车停靠。当工人们开始装箱或往卡车上装货,所有人心里都有数:这家今天又有爆款了。那些年,卡车也曾几度出现在她的店门口。不过,义乌的生意人们更习惯向前看。

虽然一直在向记者抱怨女装行业利润低,还有退换货和售后的麻烦,但是眼下,鲁丽萍的生意依然照常运转。她手头的客户都是合作多年的老朋友,既有网店,也有大型直播间,还有外地的二级批发市场——在义乌,这算是最为“老派”的一类客户了。对于鲁丽萍,恰恰是这些“老生意”做起来最顺手。北下朱的成本优势尚在,鲁丽萍还是打算坚守。

与此同时,也有后来者入局。2024年底,卖瑜伽服的杨万平退掉了国际商贸城四区的店铺,转投北下朱。相比商贸城十多万元的租金,杨万平在北下朱花了不到3万元就租下了一个门面。不仅如此,今年初,房东又给他降了点租金。

“在义乌,哪里都可以做生意。”杨万平说,他之所以选择来北下朱,并非冲着“直播村”的名号,低廉的经营成本和高效便捷的物流服务才是吸引他来这里落脚的关键。他认为,生意终究要回归到产品本身。只要产品品类有热度、品质有保证,就不愁生意做不起来。而近年来大热的瑜伽服,就是他心目中的“一门好生意”。

至于北下朱的直播神话,老练的生意人不会以为:“往事不可追,风口过去了就是过去了。没赶上,那也没啥值得遗憾的。”更何况,一些令人感到惊喜的新变化也在发生。按照杨万平的理解,如今义乌也在“去中心化”,除了国际商贸城,越来越多的生意从市场外溢到了包括北下朱在内的社区乡镇。北下朱正在成为传统市场的补充,甚至有外商慕名而来。

“前两天就有个‘厄尔多瓜’的客户带着翻译来我店里看货。我问了AI,是个南美洲国家,1600多万人口,是个大市场。”杨万平兴奋地说。

记者纠正杨万平,告诉他地球另一端的那个国家名叫厄瓜多尔。杨万平笑了:“我想说的是,只要有市场,总有人会赚到钱的。”

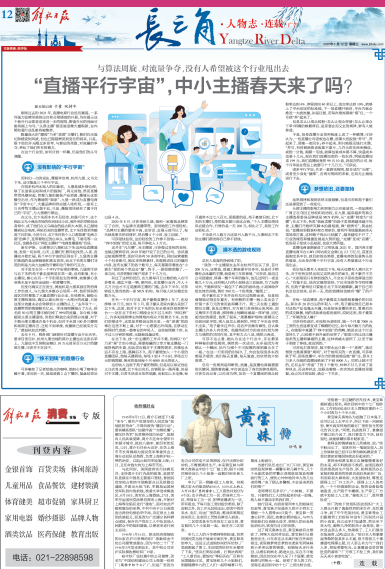
(应受访者要求,鲁丽萍、杨万平均为化名)



本报2019年5月15日9版



本报2020年10月28日16版



本报2022年1月12日12版

北下朱往事