

1元秒杀重回抖音：为引流，有人单场烧150万元补贴

产品名称	1元秒杀重回抖音：为引流，有人单场烧150万元补贴
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

去年同时段，抖音对平台“一元秒杀”、“零元包邮”进行过一轮整治。但近期，1元秒杀重回抖音，一些直播间甚至还有0.1元的秒杀单品。不同于去年的是，这些商品不存在支付高额邮费的套路，都是由主播自己掏腰包补贴，有主播甚至一场的补贴要150万起步——高昂的补贴没有阻挡入局者的步伐，许多人在朋友圈求1元秒杀商品，称是自己要掏钱来做。实际上，目前头部主播们正在热捧的“一元秒杀”，是为了加强用户在直播间的留存。据悉，采用这种玩法的直播间场均人数能达10万以上，很好地解决了流量的问题。而这样的玩法，获取到粉丝是否精准？对平台生态影响如何？最后是否会影响账号标签呢？

一元秒杀重回抖音“谁有一元秒杀的品？”“有没有1元秒杀的品，开播有6000-7000人”近期，多位电商机构的老板在朋友圈“求”起了1元秒杀的商品。也有不少老板告诉小红，“1元秒杀”引流的玩法，如今又在抖音上复苏了。说复苏，是因为在去年抖音电商刚刚起步的时候，很多直播间里都设置有1元秒杀、9.9抢购这样的福利商品，以吸引原本在抖音上没有消费习惯的用户，完成第一单的转化。彼时，在2020年6月前后，抖音电商生态里还出现了一波“免费送”、“1元秒杀”的福利直播间。这些直播间设置的福利产品，还都是以手表、项链这类在大众心目中以高客单价出现的产品为主。“现在有实力的带货主播，都在玩这个。”一位抖音头部带货主播的运营表示，最近包括他们家主播在内，抖音上很多头部主播都在玩“1元秒杀”。这位运营所说的现象，小红在近段时间也观察到了——主播岳老板、陈三废、衣哥近期的直播间里，都有着0.1元、1元的包邮商品；甚至在罗永浩的直播间里，9.9元包邮的商品比例也在增加，同时也出现了1元包邮商品。头部主播的引流利器“1元（商品）可以做流量，很棒的！”一位在朋友圈找1元福利商品的电商机构老板，也向小红肯定了1元秒杀在直播间做流量的效果。另一位机构的运营总监，则直接用数据印证了这一点：“上个月有一场，5万单1元秒杀，送了1000多台手机，人气拉的贼高。”他表示，“（这样做）直播间一般都能到5万以上的在线，好的时候可以破10万。”小红查询到的抖音电商主播们的数据，也印证了运营总监的说法。以衣哥为例，他在6月14日-6月25日的15场直播中，直播间场均人数峰值达到了13.2万；在6月25日-7月5日的11场直播中，场均人数峰值为10.1万。在小红查询的这两段时间里，衣哥的直播间里有着大量0.1元、1元秒杀商品。衣哥在直播带货中，卖上几款产品后，就会补充1元秒杀商品的库存，或者发放价值不菲的福袋，采用的是和董先生一样的组合拳打法。这样的玩法，也让衣哥整个数据表现相当亮眼。据飞瓜数据显示：衣哥近30天直播带货23场，总销售额达1.2亿元。此外，陈三废近30天总GMV1.9亿元、董先生近30天总GMV3.7亿元，都有着不错的带货数据表现。虽然1元秒杀商品的引流效果显著，但目前还只是大量出现在头部主播的直播间，一些中腰部电商主播的直播间里，少有1元秒杀的商品。“直播间来个几万单的1元秒杀、半个小时一轮的手机福袋，费用加起来差不多150万起步。”据一位机构负责人透露，抖音早前做1元秒杀，是品牌方出钱补

贴，现在大多是头部主播们自己掏腰包做补贴，“一元秒杀快成了土豪们的战争”。而当问及，机构是不是把流量投放的钱都拿来一元秒杀补贴了，该负责人称：“流量投放肯定还是要做，但补贴一元秒杀的费用也是在直播间引流预算内的。”大主播的流量困局那么，1元秒杀效果这么香，是不是就代表着“一劳永逸”？只能说，虽然1元秒杀是目前抖音头部电商主播比较认可的玩法，但它并不能成为直播间销量神话的保证。对于1元秒杀的作用，业内看法也不一致。首先，从1元秒杀的流量来说，1元秒杀所吸引到的流量会是许多消费能力不足的用户，甚至是羊毛党。这些用户并不是精准的消费粉丝，仅仅只能作用用户留存，增加直播间流量权重。“但（用户）质量也不是那么重要，有了流量，系统会推大波新流量过来。”一位运营就十分清楚其中的逻辑，他表达大家也是这样在做，用1元秒杀玩法搏系统流量推荐。但也有人认为，这样的做法，完全可以通过“憋单”来实现。所谓“憋单”，就是在直播间放出一个超级优惠的福利款商品，然后引导用户在直播间、评论互动，让用户做留存，触发平台的流量机制。用作憋单的商品，除了有1元秒杀这类商品，还完全可以设置一些折扣力度比较大、但客单价不低的商品。此外，小红认为1元秒杀并不是一个长久的玩法，它会影响账号粉丝属性外，也可能对平台造成一定的影响。目前，1元秒杀虽然没有套路式的欺骗关注，但对于要做品牌、营造良好电商氛围的抖音，这样低价竞争获客的模式，很大程度上不太符合官方的调性。另外，目前头部主播的剧烈竞争中，补贴背后的质量等问题百出，平台肯定会出面叫停。而到时候，采用这样玩法的账号多半会面对流量下跌的窘境。话虽然如此，但1元秒杀的背后，其实也反映了头部主播之间的流量竞争确实越来越严峻。以直播间福袋为例，最开始主播们的福袋还是抖币，如今却都换成了手机、金条等价值越来越高的商品。“今年618手机销量的增长，多半是搞电商为了发福袋去囤的（手机）。”某位行业人士跟小红讲了这么个段子，来说明此事。不仅如此，许多主播还在直播间，告诉用户要停留10分钟才有中福袋的资格，目的就是为了让用户产生停留。而1元秒杀，和价值越来越高的福袋有异曲同工之妙，都是头部主播们在流量竞争上做出的无奈之举。只能说，无论是投放还是一元秒杀、福袋，一切都是为了流量