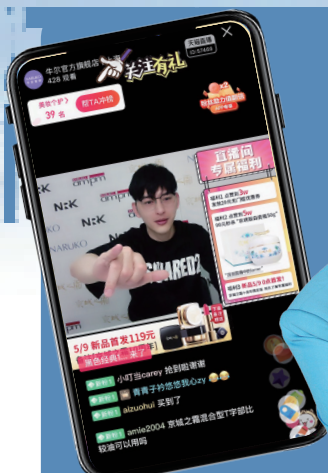


美妆网红们的6·18：爆款诞生记



惠佳俊：足球运动员变身美妆博主

绍一瓶保湿霜的使用感受，为粉丝们一一分析保湿霜的成分，以及每一种成分所对应的功效。

这场长达6个小时的直播结束后，他略带疲惫地接受了今日女报/风网记者的采访。

在问及时“战绩”时，他说，数据显示，转化率有60%，也就是说，10位观看他直播的观众，有6位点击进入商品购买页面。

惠佳俊今年33岁，是一名男性美妆达人，从业已经8年，曾多次参与湖南卫视《我是大美人》节目录制，工作平台包括淘宝直播、一直播、天猫直播、京东直播等。

今年6·18，这位行业老手白天参加新品发布会，晚上直播回答问题，再给行业媒体交稿、拍图、修图，熬夜太正常了。除了跨年和春节休息一下，他一年下来基本没有节假日。

如今，男性博主在美妆界越来越受青睐，不少大牌美妆纷纷启用男代言人，而抖音“口红一哥”李佳琪更是火到不行。

对此，惠佳俊说，直播其实并不是简单地在镜头前吆喝、试用，而此前还需要非常多的准备，比如要先开会确定价格策略、产品品相组合形式、直播流程等等。购物节期间，直播

的时间一般更长，密度也更大。

与大多数美妆博主直播化妆过程、试用测评不同，惠佳俊更多的是提供护肤的方法，以及彩妆的咨询解答等等。他坦言，男性在这个行业可能更有优势。“如果你本身颜值高，内容专业，有风格，对女性用户更具亲和力。”

让人意外的是，在进入美妆行业之前，惠佳俊曾是一名足球运动员，退役后做过健身私教，还在国企上了一段时间班。因为形象不错，也一直在兼职做模特。一个偶然的的机会，他被某品牌商看中，进入公司成为管培生。此后再从一名专柜导购做起，一步步成为了“达人”。

2015年，他被邀请在湖南卫视“我是大美人”APP上每周开展3到4天的直播课堂，讲解护肤知识，并渐渐拥有了一大批粉丝。

惠佳俊除人前、镜头前的工作，背后还要抽时间去了解最新的产品、产品成分、国外的论文资料、医美知识等。

“要不停地学，一定要跟上最新的东西。”他说，“说起来可能挺老套，但不断学习才是我作为美妆博主保持活力的法宝”。

小档案：

男，33岁，美妆达人，新浪微博粉丝40万，湖南卫视《我是大美人》嘉宾。

直播平台：淘宝直播、一直播、天猫直播、京东直播等。

2019年6·18战绩：6小时品牌直播转化率60%~70%。

6月18日下午，惠佳俊正在进行某品牌直播。视频中，他温柔亲切地介

文：今日女报/风网见习记者 张秋盈 图：受访者提供
“剁手一时爽，一直剁手一直爽！”热闹了半个多月的“6·18”网络购物节结束了，“你剁手了多少”也成为网友们热议的话题。

在各大电商平台和厂商公布自己6·18战绩的同时，还有一个群体也刚刚经历这一场没有硝烟的大战——6月18日晚，湖南卫视《我是大美人》嘉宾惠佳俊刚刚结束一场长达6小时的“6·18”美妆直播，作为一名美妆博主和直播“网红”，他对今日女报/风网记者说，这次直播的转化率达到60%。也就是说，10位观看他直播的观众，有6位点击进入商品购买页面。

微博粉丝达到103万的美妆博主“六个馒头”则早就开始制作“6·18”美妆视频，她已经连续熬了好多个夜。

随着李佳琪、薇娅、张大奕等“带货网红”的爆火，这一群体也越来越受到关注。那么，这些带货能力超过马云的网红们，在火热的电商节背后又过着怎样的生活？

六个馒头：做美妆博主常有“惊喜感”

6月16日早上8点，一看天气正好，“六个馒头”赶紧起床，她要趁着最好的日光拍摄《6·18必败推荐》美妆视频。

护肤、卷头发、找出搭配好的衣服，从存货中把粉底口红眼影准备好，调光，找到最好的拍摄角度……一个小时过去，她才按下了开机键，录制开始。

脚本早已提前写好，并和品牌商沟通确定。10点钟，拍摄结束，她开始剪辑视频。3个3分钟的视频，等到她再次抬起头来，已经是第二天凌晨4点。

眼睛完全花了，她睡了一会儿，马上又被品牌商叫醒。“视频什么时候出来？”对方催促。她只好爬起来再剪辑。

提到刚刚过去的6·18，“六个馒头”如此对今日女报/风网记者描述。

当晚，这条视频被上传到新浪微博和B站，“六个馒头”幽默、轻松地为大家试了8个口红色号，以及防晒霜、卸妆水、喷雾等美妆护肤用品，总计获得了17.8万次观看，不少粉丝在视频下评论：“已加购。”

品牌商表示对此次合作非常满意。

“六个馒头”还在读研，她今年21岁，微博粉丝103万，B站粉丝5.5万。其中，一条穿搭视频达到了10.5万的播放量。

“制作一条3分钟的美妆视频并不简单，我

至少要花6个小时。”她给记者算了一下，“要提前设计好主题妆容，搭配衣服发型，一次化妆大概拍摄一小时，然后再花四五个小时剪辑视频、做封面”。

今年6·18期间，她除了自己的店铺需要推广，还和多个品牌商有合作，连着熬了好几个晚上。

作为一名学生博主，她入行非常偶然，一年多前，她在宿舍里用小相机拍摄自己的化妆过程传到B站，没想到收获了十几万点击。于是，她开始有意地在各大社交网络上更新，慢慢积累粉丝。

一开始，她不会剪辑，就自己上网找教程学，然后看其他博主的视频。一年时间，从上传第一个视频到现在成为美妆大V，粉丝从哪来？

“六个馒头”回答，主要靠爆款，“比如我有一条边化妆边聊天的学生清纯妆容视频，就有一万点赞，涨了很多粉”。

今年是她深度参与6·18的第一年，体会了一把“网红”的忙碌之后，她告诉记者，她非常佩服李佳琪、张大奕、薇娅这些知名网红，“真的要非常努力才能达到他们那种程度，换作是我，不一定能做到。”“六个馒头”深有感触地说，尤其是提到李佳琪一次直播试380支口红的故事时，她半笑着说“简直是尊敬”。

不过，除了带货，“六个馒头”觉得，这份工作带给她最大的成就感，是偶尔在路上被认



小档案：

女，21岁，硕士研究生在读。利用课余时间拍美妆视频，微博粉丝达到103万，B站粉丝5.5万。擅长聊天式的美妆直播。

2019年6·18成绩：原创《6·18必败攻略》视频在新浪微博获得17.8万次观看。

出来的小惊喜。“他们会对我说，我好喜欢你的视频。”每当这种时候，她就觉得很开心。

六个馒头在直播间试色口红



延伸阅读 >>

直播间成为电商推广主战场

今日女报/风网记者了解到，随着内容营销的崛起，今年6·18，直播、短视频成了各电商平台、品牌商争夺销量的主战场。

据公开数据显示，6月1日天猫6·18正式开启的第一天，淘宝直播整

体成交实现了三位数增长，同比大增600%；淘宝直播一姐薇娅viya开场一个半小时销售达6200万，销售额破百万的单品有19个；李佳琪3分钟内卖出了5000单资生堂红腰子，销售额超600万。阿里巴巴相关负责人曾在公开报道中表

示“直播间成为了品牌触达下沉市场消费者的重要渠道。”另外，据6月18日，淘榜单联合淘宝直播发布的《天猫6·18淘宝直播消费者画像》显示，90后、00后最爱买的前三名分别是美容护肤、女装和彩妆香水。



扫一扫，看更多精彩内容。