

浅析直播电商的发展

毕馨予

云南省玉溪工业财贸学校 云南 大理 653100

摘要:直播电商作为新兴商业模式,通过直播形式展示商品,实现实时互动销售。当前,直播电商平台发展迅速,但存在一次性售卖思维、平台监管不足及主播素质参差不齐等问题。本文提出,要推动直播电商健康发展,需加强主播专业知识培训,明确商品定位与品牌价值,抓住跨境电商机遇,并引入实体商业增强行业活力与竞争力。通过这些措施,直播电商将能更好地满足消费者需求,实现可持续发展。

关键词:直播;电商发展

引言

随着互联网技术的飞速发展,直播电商作为一种新兴的销售模式,正在逐步改变着传统的电商格局。直播电商以其独特的互动性和直观性,为消费者带来了全新的购物体验。然而,随着市场的不断扩大和竞争的日益激烈,直播电商也面临着诸多挑战。以下通过对直播电商发展的深入分析,探讨其未来的发展趋势和优化策略。

1 直播电商平台的相关概念

1.1 电商内涵

电子商务是指在特定区域内,以计算机网络技术为基础,进行商业活动的总称。它涵盖了网上营销、网络购买以及与之相关的各类交易和服务。在经济发展的进程中,电子商务不仅促进了企业的发展,也为行业带来了资金支持。电商服务体系的发展则涉及市场经营、产品设计、支付结算、物流配送等多个关键环节^[1]。为了推动电商的持续繁荣,需要充分激发企业自身的潜力和创新能力。

1.2 电商直播

电商直播是互联网直播流程中的一个重要组成部分,主要是通过平台对信息的制作传播,对商家产品的进行推广,实现销售的目的。电子商务直播网站是通过在平台上实现直播功能,对商品和企业进行宣传推广。这种方式利用电子商务网站现有的流量基础,有效提升商品的曝光度,同时增强企业的品牌影响力和市场竞争力,进而促进经济效益的持续增长。

1.3 电商直播平台高质量内容

电商视频平台,在对优质内容进行打造的过程中,将通过商品狂欢节、产品活动、打折促销等来对自身产品信息的品质做出持续的提升。重视前期的规划,促进销售额的增加,同时,充分利用电子商务渠道的流量,加强与消费者间的交流,加强消费者黏性的培养。

2 新形势下电商直播发展的现状

2.1 发展现状

首先,电子商务需求的日益扩大,在当前的经济社会发展进程中,需要充分运用电子商务的方式促进企业的发展,实现二者之间的高效结合。在当前阶段电子商务直播已经发展到了成熟化的时期,而每年新的网店数量也在逐步的增加中,要通过各方的积极合作,借助多方面的优势,促进电商服务的迅速发展,让电子商务直播可以渗入我们的生活和工作的整个流程中。其次,电子商务经营方式多样化,在当前的电子商务开发进程中,要根据电子商务市场的实际和商品销售的特性,开发属于自身的电子商务直播方式,进而促进企业的发展壮大,将商品进行销售的同时,拥有自己的电子商务经营管理模式,可以给其他地方电子商务的开展带来参考作用,推动电子商务经营管理模式的多元化发展。最后,还能发挥行业的引导功能,在电子商务网站上进行电子商务直播,能够带动消费的提升,提高对行业的引导。尤其是现代餐饮与旅游,可以通过对人们消费习惯的引领,促进电子商务服务业的不断成长,不但促进产业结构得到了进一步的完善,而且推动了电子商务直播的发展^[2]。

2.2 存在问题

2.2.1 偏向一次性售卖

电商直播将带来规模巨大的商品交易活动,而其中绝大部分来自用户的冲动消费行为。直播带货的直播间巧妙地通过展示播放热度、点赞狂潮、礼物纷飞以及实时的交易成功提示,营造出商品热销的热烈氛围。同时,利用价格限时优惠、倒计时紧迫感、秒杀等策略,强化消费者对商品的购买冲动。低价促销和“年度最低”等字眼更是刺激消费者的捡漏心理,配合主播的热情推荐和工作人员的库存更新提示,不断推动犹豫不决

的消费者下定决心,最终促成购买行为。但是这样用户无法形成对该产品的二次消费,当拿到货物后发现实物与描述的不符还会出现退货心理,严重影响消费者对电商直播的信任。

2.2.2 平台乱象频发,监管难度增大

随着直播电商的迅猛崛起,背后的巨大利润吸引了众多商家和主播的涌入。虽然短期内直播行业百花齐放,繁荣异常,但乱象也随之浮现,包括劣质低俗内容的泛滥、行业内的不正当竞争加剧、视频内容质量参差不齐,以及部分视频信息存在虚假宣传等问题。在这些乱象中,许多年轻观众,特别是大学生群体,受到了潜在的影响,不利于他们形成健康、正确的人生观和价值观。因此,整治直播平台的乱象,维护良好的网络环境,显得尤为重要。这就需要严格的监督制度,以规范网络主播的经营活动,来提高网络主播的入场门槛,并建立完善的互联网直播管理机制,以抵制社会竞争。目前,我国有关的监管部门已经开始关注对直播领域的监管,也已经出台了有关文件,该通知中针对在互联网秀场直播以及电商直播领域出现的特殊情况,并且给出了具体的监管规定。通告还要求互联网秀场视频平台和互联网直播视频网站,做好对主播和用户的管理工作,严格禁止未成年用户的直播打赏行为,并对用户一次、每日、月的最高直播打赏额度做出严格限定。通知还强调了平台应加强对直播内容的审核和监管,确保直播内容符合法律法规和社会道德规范。可以说,电商直播的规范化正在加速推进。

2.2.3 主播能力不足

当前,电商直播市场中的主播群体普遍缺乏专业销售背景,尽管部分热门主播拥有一定的粉丝基础,但在产品推荐时,他们往往仅关注产品的外观和价格,对于消费者所关心的产品功效、用途、材料、设计等专业问题,常常无法给出清晰明确的解答。这种能力的不足使得他们难以满足消费者对产品深入了解的需求,进而产生对质量、主播质量或者是电商直播的质疑。但是,由于网络主播的二极分化现象较为明显,收入和付出基本相符,甚至能够功名利禄的网络主播也占有了一小部分,但是却可以掌握了总收入的大多数,也就导致了大部分网络主播都仅能维持平时开支,而有大批的新人主播却因为赚不了大钱,而远离这个领域。

3 电商直播发展路径分析

3.1 增加直播电商主播专业知识培养

随着新兴媒体与5G等技术不断深入我们的工作环境和日常生活,网络已经变成了我们日常生活中重要的

组成部分,而互联网视频服务也在日益的丰富着人们的文化生活,直播电商开始成为了人们选购产品的第一选项,这就需要对直播电商的主播们进行更加系统化以及创新性的专业知识培训^[3]。目前的电商直播,其最基础的市场竞争力也开始发生了改变,人们已经不再一味的强调在外的品牌和知名度,而是开始强调在自身的专业素质上以及个人的魅力。在当下人们注意力日益分散的时代背景下,直播及电商主播需要与时俱进,不仅要注重提升个人的人格魅力,还要在专业经营水平上进行深度打磨和提升。关键目标就是要向新直播方式开始发展,在突出所经营产品特性以及适应群体方面下功夫,才是最有效地抓住用户注意力的方式,以提高用户的粘性和粉丝量。那么在直播的环节当中,主播们可以通过直播的方式来猜测出用户的偏好和对产品的意见,进行直播和用户进行交流,这样极大的增强直播气氛,将客户当成好友一般进行交流,让直播的产品能够起到更好的宣传作用,借此来了解客户的需要,直播性质的宣传手段也是十分考验网络主播的应变能力的,由于在直播现场所涉及的群体相当多,而每位受众的需求特点也是不同的,这就需要提高直播内容创造和互动性,促进商品销售利润最大化。直播产业应聚焦内容创新,以优质直播产品为核心驱动力,因此培养主播做好前期的准备工作就尤为重要,以准确的时间掌握产品性质和特征,做好和生产厂家的交流,如此可以充分发挥了直播电商的优点,让企业越来越吸引客户的视线,从而增加了销售额。在新媒体时代背景下,受众的购买理念和模式也出现了本质的改变,而主播更需要及时的去培养和受众一样的专业知识,提升素质水准,完善直播服务,这样才能为其推广的产品提高曝光率和认可度。进而推动直播电子商务平台迅速地发展壮大。

3.2 明确直播商品定位,确定品牌价值

互联网直播的实质上是企业利用网络的传播方式对相关产品进行宣传,并以此实现企业与消费者之间的电子交换形式。现今的直播产业正迅速成长,也产生出了许多新型产业,并结合多元化的服务要素加以呈现,而主播也成为了直播电商的重要岗位,需要明确自己的位置,从众多的产品里面寻找适合自己直播的产品类型。其最主要目的便是增加产品的吸引力和对受众的好感,这将会直接提高商品品牌的整体形象,从而获得理想的宣传效果,针对自身产品特性进行专业的直播设计,以此抓住观众的目光,让自己的产品优点能够体现出来。除了专业的电商主播外,现在还有不少的当红艺人以及网红主播也参与到了直播电商的领域当中,因为他们在

之前拥有了众多的粉丝基数及强大的知名度，这也可以促进粉丝的变现，从而可以较好的扩大直播产品的曝光率，并通过人际口碑的形式宣传，进一步极大的提升商品自身的含金量，使产品的销量得到了显著的提高。品牌的培育和塑造是我国直播电商行业的一个关键点，而其发展的重点内容主要涵盖了以下两个方面，第一个，具有主播自身风格的品牌形象；第二，进行多维度营销，不同的新媒体产品是有不同的受众群体的，要针对各主播的产品特点去针对性地选用新媒体产品，这样才能提高产品的影响力。在新兴媒介迅速成长的进程当中，直播电子商务行业也处在惨烈的竞争当中，而为了从竞争对手当中脱颖而出就需要确定自身影响产品的价格定位，这样可以建立一种强势的竞争性，进而让直播电子商务平台迅速的成长^[4]。

3.3 抓住跨境电商直播的发展机遇

在当前全球跨境电商直播领域，我国的电商直播市场已经实现了飞跃式增长，引领行业潮流。与此同时，海外的发达国家，如美国，也在积极布局直播电商领域，但其市场规模在2023年预计虽有所增长，但相较于我国仍显逊色。据最新统计，美国在2023年预计的直播电商市场规模将达到约150亿美元，然而这一数字与中国市场的繁荣景象相比，仍显不足。世界知名的电子商务网站亚马逊，其电商直播服务的大部分开展方式仍然以产品介绍为主，这导致用户并没有多大的购物意愿，因此产品转化率始终无法提高收到的结果，远远不能超过期望值。与此同时，其他发达国家的互联网和电子商务模式还未能实现全面的融合，我国电商服务板块的发展规模还相对较大。从这一点上可以看到，在国外的直播电子商务行业有巨大的发展的空间，这也是我国在直播电子商务领域的巨大发展机遇，从阿里到京东，从抖音到快手，这些电子商务网站和新兴媒体网站都开始实施全球化策略，这将为我国直播电子商务卖家一种全新的销售途径，使我国的产品可以进一步地享誉世界，更能使国外优秀的产品服务于我国百姓。

3.4 引入实体商业进入直播电商行业，增加其活力与竞争力

在互联网发达的今天，我国的实物商品从业者面临

了很大的挑战，但是在直播电子商务的大幅度成长背景下，给了实物商品一个成长的新契机，实物商店本来就具备各种优点，通过其本身的特色实现线下和线上服务相结合，也是实体商务和直播电子商务的未来发展趋势^[5]。实体店铺的员工作为每天面对不同的顾客，其本身具备相当多的专业技巧，这些专业技巧运用于直播之中能够产生巨大的效应，可以聚集更多的粉丝去观看，进而进行线上成交，而从另外一个角度去说，实体店铺能够多一种导流的手段，减少了只能通过线下引流手段，这拓宽了实体店的销售途径，也为直播电商业务带来了新鲜血液。由于新兴媒介拥有其巨大的覆盖度，实体商家能够极大的拓展宣传领域，借助平台实现对企业品牌的推广和宣传，从而使更多的商家都知道了其企业的产品特点和运营理念，线上带动线下，线下促进线上，并结合两方面优势互补的方式整合发展，这就是相互克服弊端却又能够携手发展的经营理念，也由此提升了实体商家的整体实力。

结语

综上，直播电商作为新兴商业模式，在快速发展的同时，也面临着诸多挑战。然而，通过加强主播专业知识培养、明确商品定位与品牌价值、抓住跨境电商机遇以及引入实体商业等措施，我们有理由相信，直播电商将能够克服当前的困难，实现持续健康发展。未来，直播电商将继续在电商领域发挥重要作用，为消费者带来更多便利和乐趣。

参考文献

- [1] 张晓丹. 新形势下电商直播发展路径探析[J]. 时代经贸, 2020(24): 10-11.
- [2] 郭晓欣. 新形势下“直播+电商”模式的底层逻辑及发展潜力[J]. 新媒体研究, 2020(21): 90-92.
- [3] 朱宣怡. “直播带货”形势下农村电商发展现状分析与展望[J]. 现代农业研究, 2020(07): 20-21.
- [4] 朱露露, 刘艳秋, 何静. 淘宝直播电商的营销策略及发展前景研究[J]. 环球市场, 2020(005): 122-123.
- [5] 谢慧敏. 直播电商行业发展现状及优化对策分析[J]. 营销界(理论与实践), 2020(2): 0007-0007.