

金华直播电商行业的发展现状与对策¹

李凌宇 李丛伟 阮宏梁

(金华职业技术学院 浙江 金华 321000)

【摘要】 随着我国的移动互联网的快速化发展,促使直播行业不断发展。我国的直播行业发展主要涉及到了电商、游戏、社交等多个领域,因为涉及到的内容十分丰富所以受到了广大观众的喜爱,直播行业当前发展形势也会呈现出加速的状态,加强了对各个行业的赋能多元化因素探索。为了能够更好地对直播电商行业起到有效的规范发展,引导电商直播传递出更多的正能量内容,本文主要针对于现今金华直播电商行业的发展现状展开了调查工作,并针对存在的问题提出针对性的对策,不断的完善直播平台的发展体系,并引导公众能够形成良好的直播素养,从而构建起绿色、健康的直播环境。

【关键词】 直播电商行业; 发展现状; 对策

随着信息时代的不断发展,直播模式已经成为现今社交、电商、游戏等行业发展的新机遇。我国的直播技术起源于电视直播与广播直播,在现今的发展中,热门的网络直播已经是主播人在准备独立的信号采集器,通过对网络的使用上传到相应的平台上,供所有人浏览观看。一些网络上热门的直播活动,从内容的策划、后期的编辑以及与观众之间的互动等,都需要有专门的人进行负责。自从 2018 年之后直播行业得到了快速的发展,例如李佳琪、薇娅等拼接电商直播,更是吸引了众多的观众,并取得了优异的销售额。现今的直播形式内容多种多样,包含了视频教学、才艺展示以及日常生活等,但是直播行业的发展还处在初创阶段,在一些内容的设计、市场生态等方面还有着一定的优化空间。

一、直播电商的发展现状

自从电商行业从我国开始兴起之后,对外国的商品品类起到了丰富作用,人们的购物体验特更加的便捷,并且完善了商品发展的供应链,促使人员的购物行为不再受到时间与地点的限制,人们的消费习惯也在不断的改变中,网购已经成为现今消费者消费的重要渠道。自从 2014 年发展至今,中国的网络零售额在社会消费品中的零售总额中的占比在不断的提升,2019 年中国的网络零售额更是达到了 106324 亿元,占据了社会消费品零售额的 25.8%。

随着我国直播的不断兴起,也为正在寻求变革的电商行业带来了新的发展动力。自 2016 年起,淘宝、京东以及唯品会等电商平台也在纷纷推出直播功能,并且开启了直播导购的模式。随之不久在抖音、快手以及斗鱼等短视频平台中,都纷纷开启了直播带货功能,直到现今几乎所有的平台都推出了直播电商,在电商、平台以及主播们的共同孵化下,直播带货更是成为带动直播与电商链各个领域不断发展的新动力。直播电商的发展提供出来更为直观、生动的购物体验,并且优化了产品的表现形式,相对比电视购物来句爱你,能够更好地沉淀商家与主播的私欲流量,并形成稳定的社群,锁定更好的运营消费群体,这也是网络零售业的跨界工作创新。

二、网络直播发展的原因分析

网络直播的发展主要的消费者是 90 后,截止到 2019 年的 6 月,我国有将近 4.3 亿的用户观看直播,在抖音、淘宝以及虎

¹作者简介: 李凌宇(1983-),黑龙江省哈尔滨市人,金华职业技术学院,齐齐哈尔大学硕士。研究方向:新媒体营销。

牙等行业平台中都已经纳入了直播业务，各大商家也在不断积极的探索“直播+”生态圈。

（一）雄厚的资金投入

网络直播在各大平台的播放中有着不同的种类，其中包含了秀场直播、游戏直播以及电商生活直播等，自从2106年发展至今，直播事业更是受到了资本主义市场的疯狂追捧，当花椒直播、斗鱼直播等直播平台获取到巨大的流量与利润之后，资本更是挖掘出了非常多的直播市场潜力，并且我国的网络直播行业更是呈现出了繁荣发展的趋势。

（二）从众心理

我国的网络直播行业之所以能够盛行，主要与观众的从众心理之间有着密切的关系。根据马斯洛所提出的理论，人们最为常见的心理状态就是窥私心理，人们在日常生活中往往会对某一种事物产生强烈的兴趣与好奇心。网络直播中的窥私性就是将个人的隐私进行展示，从而满足观众的窥私快感，并且，在直播中对主播进行打赏也能够获得到主播的认可与尊重，让观众比较容易沉溺如此。自从直播产生至今，已经慢慢地渗透在我国的日常生活中，展示出的更多是日常化的特征，更加容易激发起观众的归属感与认可感。

三、电商直播的商业模式

（一）直播电商产业链

所谓的直播电商产业链指的是由消费者、供应端、平台端之间所构成的，通俗的解释可以将其解读为“人”“货”“场”。其中“人”指的是直播内容创作方、主播以及MCN机构，主播就包含了人、KOL和明星，MCN机构指的则是MCN与电商MCNO“货”则指的是品牌方、厂商以及供应链。“场”指的就是直播电商平台，其中就包含了电商平台、直播平台以及短视频平台等，这里需要人们注意的是，现今已经很少有纯电商平台与纯直播平台，每个平台都有着非常丰富的集成功能，从而实现消费者在平台内的需求。

（二）产业链角色职能

1. 人对于直播电商的发展起到了非常重要的作用

主播在经营过程中有着自己的人设，能够快速地拉近与消费者之间的距离，并且主播能够为消费者提供更多专业客观地分析与推荐，从而减少消费者对于商品的陌生感，在主播对商品所展开的专业分析之下，促使消费者能够更快地锁定适合自己的产品。主播自身有着一定的亲和力，能够在直播过程中及时地回答消费者的问题，减少消费者对于选购商品的比货与犹豫的时间，最大限度上提升了留存提高了转化。

2. 主播行业的发展，离不开MCN机构的推动

在现今的电商直播中，MCN正在寻求着优质的内容创作者，针对不同类型的直播定制出了专业技能培训工作，并为主播提供出商业化的服务，能够具有针对性地加以引流并增加曝光的机会，从而打造出更为优质的头部主播。

3. 货是直播电商的基础

不管是哪种销售模式的出现，最终的目的就是将物品销售出去，直播电商平台在没有出现的时候，品牌商与厂商都纷纷的

入驻了电商平遥，主要是依靠平台发展中带来的流量，并没有自身直接的流量。直播带货的出现将这一问题进行有效的解决，网红直播与品牌商之间可以建立起直接的联系，从而提升了竞争力之间的价格，在主播自身的带货能力之下，能够快速地提升销售额。该方法与终端零售业相比较，直播电商所涉及到的供应链层级比较少，能够直接的对接品牌与经销商，商家往往在薄利的情况下也能够实现获利。对于主播来讲，价格优势的提升变现速度，供货渠道的出现则是体现出主播的能力，能够更好的沉淀粉丝并增强彼此之间的黏性。对于消费者来讲，则是使用低价购买到了优质的货品，促使核心需求得到了实现。

四、直播电商存在的问题

(一)线上销售不规范，用户交易存在风险

在开展线上销售的过程中，还存在着比较多的不规范行为，主要是商家与主播之间可能会夸大对物品的宣传效果，并且部分的主播有着不负责任、虚假宣传以及私下交易等行为。主播在直播的过程中，也会出现消费者加群领消费券，之后在群中展开各种线下交易，直接地绕过了平台方的监管，当商品一旦出现质量问题是，消费者自身很难维护权益。

(二)主播与MCN机构虚假交易，造成商家损失

商家需要在发展中找寻主播带货，尤其是一些头部的KOL，当货品在其直播间上架时，就需要缴纳一定金额的费用，也将其称之为“坑位费”。有的MCN机构则与主播联合，通过粉丝的造假制造出直播间的人气火爆现象，促使商家愿意在直播间上架，并在直播间使用多个小号，用商家之前支付的坑位费购买商家的产品，在直播结束之后在通过各种方式进行退货，从而获取到商家的坑位费与佣金分成，对于商家的合法利益造成了侵害。

(三)平台流量分配失衡

在许多的平台中，流量与收入都倾向于头部主播集中，促使马太效应变得更加明显，平台的头部KOL与其背后的运用MCN就能够得到迅速的发展，促使各种流量都向平台的头部集中，这样的一种现象对于腰部与尾部的主播发展来讲形成了极其不利的影响。头部主播与小主播之间因为流量的差距，会形成一种“八二”分化，头部主播的手中掌握了80%的平台流量支撑，继而就形成了马太效应。尤其是在顶级流量主播的费用越来越高，商家对于商品销售的资金压力越来越大，导致商家与KOL之间的双向选择受到限制，严重地制约了行业的发展，而流量的失衡更是打破了直播电商行业的生态发展系统。

五、规范网络电商直播行业的对策分析

(一)加强直播电商行业的法律规范建立

对于直播电商平台的强化需要加强对主播播放内容的审核，尤其是需要增加一些游戏等娱乐类别的直播内容监控与审核，并向主播提供播放内容协议，避免在直播过程中出现不合规的内容。随着现今电商直播的不断发展，线上销售不规范的行为也在逐渐加强，会存在销售商品与内容不符的情况，对于消费者的服务有待提升，尤其是消费者的售后维权问题，更需要生活中多加关注。直播电商的发展，将推动其进入到法制管理的范畴之内，明确店家、平台以及商家在销售过程中的法律责任，切实的保护消费者的权益，并建立起畅通的投诉渠道，简化对问题的处理流程，提升消费者的满意程度。

(二)改进监管技术

因为现今的网络直播技术受到技术发展的限制，网络直播的内容仍然需要人工实施来进行审核，不仅提货所能了企业的经营成本，无法彻底地解决网络直播监管中存在的滞后性问题。我国现今网络直播平台内容的监测大多使用的是分级管理、黑白

名单过滤机制等，这些技术的使用对于一些突发的情况处理明显的存在无力。所以需要不断的完善网络直播实施监测技术的使用，保障在技术层面上加强对网络直播内容的实时监测。

(三)提升直播内容的文化内涵

在现今网络技术的不断发展中，人们的审美也在不断的发生变化，随着各种机制体制的健全，直播内容逐渐被有文化底蕴的内容所替代。在现今的网络直播市场中，内容存在着千篇一律形式单一。对于电商网络直播平台的发展,想要更好地实现长久发展，就要提升主播的入门门槛，从而为受众提供出更为高质量的导购服务，并在直播中形成自己一种直播风格，增加粉丝与平台之间的黏性，促进我国的电商网络直播工作向着更好的方向发展，促进我国的经济实现快速化的发展，并打造出更多的国货品牌。

结束语：

直播电商的出现与发展改变了许多行业的传统经营模式，并且为大众提供出了新的娱乐方式。但是，对于直播内容的规范，并且扶持优秀的主持人，都是促进直播行业实现可持续化发展的重要方式。本文主要通过对现今直播电商行业中存在的问题展开分析，并提出不断的规范直播内容，完善直播行业的制度，能够提升公众的直播素养，从而促进我国直播电商行业的绿色、健康发展。

参考文献：

- [1]姚洪珊.直播电商行业现状、问题与未来发展策略探讨[J].现代营销(信息版),2020,(05):63-65.
- [2]刘娟娟.网络直播发展现状及规范对策分析[J].传播力研究,2020,4(10):187+189.
- [3]李倩,李雨萱.我国网络直播的现状与发展对策[J].湖南大众传媒职业技术学院学报,2019,19(03):27-29+33.
- [4]文韬.腾讯体育 NBA 网络直播付费发展现状以及未来发展对策分析[J].新闻研究导刊,2018,9(07):214-215+217.
- [5]周珂,段铭娟,周梦,褚妮,侯静雨.网络直播的问题及对策[J].视听,2017,(10):109-110.
- [6]吕月萱.新媒体环境下网红发展现状及治理对策[J].新闻研究导刊,2017,8(06):263-264.
- [7]赵风华.略论网络直播发展的路径及对策[J].河北企业,2017,(02):86-87.