

# 社交媒体算法在跨境电商中的应用研究

谢国华 赵力

(广州软件学院, 广东 广州 510990)

**摘要:** 跨境电商在全球范围内, 已经成为一个不可忽视的经济现象。特别是在中国, 政府出台了一系列支持跨境电商的政策, 这极大地推动了该行业的快速发展。本文旨在深入研究社交媒体算法在跨境电商中的应用, 并探讨这些算法对跨境电商发展的影响。通过对跨境电商的现状进行介绍, 结合社交媒体主流算法的原理, 分析这些算法在拓展市场、个性化推荐和用户互动等方面对跨境电商的作用。文章的研究目的在于为跨境电商企业提供更深入的理解和有效的运用社交媒体算法的方法, 以促进行业的可持续发展。

**关键词:** 社交媒体算法; 社交媒体应用; 跨境电商

随着全球经济一体化的加深, 跨境电商成为推动国际贸易发展的引擎之一。然而, 跨境电商在市场拓展、用户互动和商品推广等方面面临着诸多挑战。社交媒体, 作为信息传播和社交互动的主要平台, 拥有庞大的用户基础和深入的社交关系, 为跨境电商提供了广阔的发展空间。社交媒体算法的应用, 能够通过精准的用户定位和个性化推荐, 增强用户体验, 提高购物转化率, 从而助力跨境电商的发展。本文将通过对跨境电商和社交媒体算法的综述, 详细探讨这两者之间的互动关系及对跨境电商的影响。

## 一、跨境电商的现状

跨境电商在全球范围内, 特别是在中国, 已经成为一个不可忽视的经济现象。从 1990 年代末至今, 跨境电商经历了从大型企业和 B2B 模式的活动到包括小微企业和个人在内的多元化发展。特别是在中国, 政府出台了一系列支持跨境电商的政策, 如设立跨境电商综合试验区、税收优惠等, 这极大地推动了该行业的快速发展。近年来, 中国的跨境电商交易规模持续扩大。据海关统计, 交易额从 2017 年的 902.4 亿元增长到 2021 年的 19800 亿元。这一增长不仅体现在交易规模上, 还体现在业态和模式的多样化, 如独立站、直播等新模式、新业态的蓬勃发展。同时, RCEP (区域全面经济伙伴关系协定) 的签署为跨境电商提供了新的发展机遇, 特别是在广东省, 这一地区在跨境电商方面具有明显的优势和潜力。

中国的跨境电商目前正处于一个充满机遇和挑战并存的阶段: 一方面, 政府的政策支持、全球贸易环境的变化 (如 RCEP 协定的签署) 以及消费者需求的多样化都为其发展提供了广阔的空间; 另一方面, 该行业也面临着激烈的国际竞争、复杂的全球供应链管理、以及如何有效利用社交媒体等新型营销工具来提升品牌知名度和客户参与度等多重挑战。

在中国, 因其独特的社交媒体生态系统 (如微信、微博和抖音等) 而具有特殊性。这些生态系统都有其独特的社交媒体算法, 通过深入研究主流社交媒体平台的算法特点, 并探讨这些算法对跨境电商的影响, 以期为电商从业者提供实质性的建议和启示, 实现个性化营销, 并增强客户参与和忠诚度。

## 二、社交媒体算法概述

社交媒体算法是一种通过计算和数据分析来决定在用户社交媒体时间线上显示哪些内容的程序。这些算法的目标是提供个性化、有针对性的用户体验, 以增加用户互动, 延长停留时间, 提高广告点击率。

### (一) 社交媒体算法的一些关键特征和应用

**内容排序:** 社交媒体平台使用算法来决定用户时间线上的内

容顺序。这通常基于用户的过去行为, 如点赞、评论、分享, 以及与其他用户的互动。

**个性化推荐:** 社交媒体算法分析用户的兴趣、行为和社交网络, 以推荐可能感兴趣的内容。这包括朋友的帖子、广告、新闻文章等。

**用户互动度:** 算法会优先显示用户可能更有兴趣的内容, 以增加用户互动度。这也有助于社交媒体平台更好地理解用户喜好, 从而提供更符合期望的内容。

**时间因素:** 有些社交媒体算法考虑发布内容的时间, 确保用户看到最新和最相关的信息。这种算法有助于平衡新鲜度和内容质量。

**情感分析:** 一些平台的算法具备情感分析能力, 能够识别和理解用户的情感。这有助于提供更加个性化和符合用户情感状态的内容。

**广告投放:** 社交媒体平台通过算法确定广告的目标受众, 并确保广告被最有可能对其产生兴趣的用户看到。这提高了广告的有效性。

**用户关系:** 算法还考虑用户与其他用户的关系, 包括朋友、家人、同事等。这有助于呈现更相关、更有意义的内容。

**反馈循环:** 用户对内容的反馈 (喜欢、评论、分享) 会被算法用于调整将来的内容推荐。这形成了一个反馈循环, 使得算法能够不断优化推荐。

### (二) 主流社交媒体平台的算法

#### Facebook 算法:

Facebook 的算法是一种复杂的系统, 通过分析用户行为、互动和兴趣, 决定在用户的新闻动态中显示哪些内容。在过去, Facebook 使用了 EdgeRank 算法, 这是一种基于三个主要因素的算法, 包括亲密度、权重和时间。亲密度衡量用户与发布者之间的关系, 权重考虑发布内容的类型和用户对该类型内容的互动, 时间则考虑发布内容的新鲜程度。随着技术的发展, Facebook 逐渐引入了更复杂的机器学习和深度学习技术。这使得算法能够更精确地理解用户的兴趣和行为, 以提供更个性化的内容推荐。Facebook 算法利用用户的过去行为, 包括点赞、评论、分享和点击等, 来预测用户对不同类型内容的兴趣。这种个性化推荐有助于确保用户在其动态中看到最相关和感兴趣的内容。Facebook 的算法是不断演变和优化的, 因此其具体的工作方式可能会发生变化。同时, Facebook 也在努力提高透明度, 向用户解释算法如何工作, 以及用户如何影响其在平台上的体验。

#### Instagram 算法:

Instagram 算法是一个通过分析用户行为、兴趣和互动, 以决

定在用户首页 (Feed) 和“探索” (Explore) 部分中显示哪些内容的系统。Instagram 的算法通过考虑用户的过去互动行为, 包括点赞、评论、分享、查看故事等, 来个性化用户的首页内容。用户与某种类型的内容互动越多, 该类型的内容在其首页中的出现频率就越高。Instagram 通过分析用户的浏览历史、关注列表和点赞行为, 来预测用户对不同类型内容的兴趣。这使得算法能够提供更符合用户喜好的内容推荐。尽管算法个性化, 但 Instagram 也会考虑发布内容的时间。新发布的内容可能在用户的首页上更为突出, 以确保用户看到最新和最有趣的内容。Instagram 算法是动态的, 经常根据用户行为和平台优化进行调整。平台还在不断努力提高用户对算法的透明度, 使用户更好地理解为什么会看到特定类型的内容。

#### TikTok 算法:

TikTok 的算法是该平台成功的关键因素之一, 它以其独特的方式推荐内容给用户而闻名。TikTok 的核心推荐系统是 For You Page (FYP) 算法。这一算法通过分析用户的行为, 如观看、点赞、评论、分享等, 来理解用户的兴趣。基于这些数据, TikTok 为每个用户生成一个个性化的 FYP, 展示可能吸引用户的视频。TikTok 的算法不仅关注用户的过去行为, 还会实时分析用户的实时行为。这种实时性的反馈使得算法能够快速调整推荐内容, 确保用户看到最具吸引力的视频。TikTok 的算法不仅仅关注用户的行为, 还会通过语音识别和图像识别技术理解视频的内容。这有助于更好地理解视频的主题和用户的喜好。TikTok 一直在不断优化其算法, 以适应用户和创作者的不断变化的需求。这一算法的特点是将创作者的内容广泛传播, 为用户提供更多丰富多样的娱乐体验。

#### (三) 社交媒体算法在跨境电商中的应用

**个性化推荐:** 社交媒体算法通过分析用户的行为、兴趣和互动, 可以为用户提供个性化的商品推荐。在跨境电商中, 这有助于消除语言和文化差异, 确保用户看到最符合其兴趣的商品, 提高购买意愿。

**社交化购物体验:** 社交媒体算法通过促进用户之间的社交互动, 使得购物变得更加社交化。用户可以分享购物心得、评价商品, 甚至直接在社交媒体上购物。这种社交互动有助于增强用户对产品的信任感, 并促进购买决策。

**广告精准投放:** 社交媒体平台通过算法分析用户的行为和兴趣, 使广告主能够更精准地投放广告。在跨境电商中, 这意味着可以将广告针对性地展示给潜在国际客户, 提高广告效果和转化率。

**社交媒体营销:** 利用社交媒体算法, 电商平台可以更好地执行社交媒体营销策略。这包括制定有针对性的内容营销计划, 利用趋势和挑战吸引用户, 提高品牌曝光度。

**用户生成内容 (UGC) 的推广:** 社交媒体算法有助于推广用户生成的内容, 例如用户的购物分享、评论和照片。这样的内容能够通过社交媒体平台快速传播, 为电商平台创造更多的口碑和品牌忠诚度。

**社交广告购物:** 一些社交媒体平台提供了直接在平台上购物的功能。通过社交广告购物, 用户可以在不离开社交媒体的情况下直接购买产品。这简化了购物流程, 提高了购物的便利性。

**用户行为分析:** 社交媒体算法可以对用户的行为进行深入分

析, 了解用户的购物习惯、偏好和趋势。这为电商提供了宝贵的市场洞察, 有助于制定更精准的营销战略。

#### (四) 社交媒体算法对跨境电商的影响

社交媒体算法对跨境电商产生了多方面的影响, 这些影响涉及用户体验、市场拓展、广告效果等多个层面。以下是社交媒体算法对跨境电商的一些主要影响:

**个性化用户体验:** 社交媒体算法通过分析用户的行为和兴趣, 为用户提供个性化的内容推荐。在跨境电商中, 这意味着用户能够看到更符合其喜好和购物历史的商品, 从而提高购物体验。

**拓展国际市场:** 社交媒体算法有助于电商平台更精准地推广和营销产品, 通过定位目标受众, 提高国际市场的曝光度。通过社交媒体的全球化传播, 电商可以吸引更多的国际用户。

**社交化购物体验:** 社交媒体算法通过促进用户之间的社交互动, 使得购物变得更具社交性。用户可以分享购物心得、评价商品, 这些社交元素有助于建立信任, 影响其他用户的购买决策。

**精准广告投放:** 社交媒体平台的广告算法可以更准确地识别和定位潜在客户, 提高广告的点击率和转化率。在跨境电商中, 这可以帮助企业有效地推广产品, 吸引国际受众。

**用户生成内容 (UGC) 的推广:** 社交媒体算法有助于推广用户生成的内容, 如用户分享的购物照片、评论和体验。这种用户生成内容通过社交媒体传播, 成为一种有力的口碑营销工具。

**实时趋势和挑战的敏感性:** 社交媒体算法可以快速识别和响应实时的社交趋势和挑战。跨境电商平台可以借助这些趋势和挑战, 通过相关内容和营销活动吸引更多用户。

**社交广告购物:** 一些社交媒体平台提供了直接在平台上购物的功能, 使得用户可以在社交媒体上直接购买产品。这简化了购物过程, 提高了购物的便捷性。

**数据分析和洞察:** 社交媒体算法的数据分析功能有助于电商平台更好地理解国际用户的行为、偏好和购物习惯。这为制定精准的国际市场策略提供了数据支持。

总体而言, 社交媒体算法的应用使得跨境电商能够更加智能、精准地运营。然而, 算法也面临着用户隐私保护、信息安全等问题, 跨境电商需要在运用算法的过程中平衡个性化服务和用户隐私的关系。

#### 三、结论

社交媒体算法在跨境电商中的应用为行业带来了新的机遇和挑战。通过市场拓展、个性化推荐和用户互动, 社交媒体算法助力跨境电商提高运营效率、拓宽市场渠道。然而, 企业在运用算法时需谨慎处理用户隐私问题, 努力找到个性化服务与用户隐私保护之间的平衡点。未来, 随着技术的不断进步和社交媒体的发展, 社交媒体算法将在跨境电商领域发挥更加重要的作用。

#### 参考文献:

- [1] 王森. 运用社交媒体进行跨境电商营销的策略 [J]. 中国场, 2022, No.1126 (27): 125-127.
- [2] 梁美玲. 跨境电商中社交媒体营销的挑战与优化策略 [J]. 中国商论, 2023 (23): 053-056.
- [3] 王森. 运用社交媒体进行跨境电商营销的策略 [J]. 中国市场, 2022 (27): 125-127.
- [4] 喻跃梅. 跨境电商的新媒体营销方式应用研究 [J]. 现代营销 (下旬刊), 2020 (3): 75-76.