

短视频+电商模式效果与发展研究

高添楠

(陕西科技大学镐京学院, 咸阳 秦都区 712000)

摘要:“短视频+电商”模式是“互联网+”经济时代下一种新型营销模式,有利于提升品牌影响力和企业经济效益,促进电商行业可持续发展。“短视频+电商”模式正处在蓬勃发展阶段,促进了传统电商行业转型,也为农产品销售、乡村旅游开辟了新路径,有利于推进乡村振兴。政府要加大对短视频电商平台的监管,完善市场监督机制,净化市场氛围;电商企业要立足产品特色,推进短视频内容的精细化、差异化发展,激发消费者购买欲望;组建专业化电商团队,构建短视频营销模式,拓宽盈利渠道;农村企业要抓住机遇,构建“短视频+电商+农产品”模式,助力农产品销售,促进农业、农村经济可持续发展。

关键词:“短视频+电商”模式;短视频营销;农村电商;发展路径

随着“互联网+”时代的到来,抖音、快手和小红书等短视频平台快速崛起,为电子商务发展开辟了新渠道,越来越多的电商企业开始利用短视频宣传产品、扩大品牌影响,逐步形成了“短视频+电商”模式。同时,“短视频+电商”促进了乡村振兴,借助短视频宣传农村优质农产品、乡村旅游,进一步扩大乡村企业知名度,从而帮助农民销售农产品、推广乡村旅游产品,从而促进农村经济发展。电商企业要转变营销理念,根据企业文化和产品特点录制短视频,主导创新与创意,在各大短视频平台开通账号,全面推广短视频,并在短视频下挂上产品链接,利用短视频来为店铺引流,为电商平台账号吸引更多关注,增加粉丝量,提升市场营销效果,增加企业收益。

一、“短视频+电商”模式概述

(一)短视频平台+电商

随着5G技术逐步普及,网速明显提升,再加上手机流量资费下降,消费者获取信息的方式从文字、图像逐步向视频、购物网站转型,更加快速、便捷地获取产品相关信息,并在短视频评论区与电商企业、其他消费者互动,为短视频平台+电商的融合创造了有利契机。“短视频平台+电商”模式指的是以短视频APP为基础,融入电商模式,例如抖音、快手和小红书等短视频平台。这一模式下,商家可以在短视频APP发布包含商品信息的短视频,在短视频上设置商品链接,便于用户通过短视频来购买商品,从而起到宣传产品、品牌的目的。

(二)电商平台+短视频

近几年来短视频迅速走红,越来越多的电商平台也开始融入短视频,利用短视频代替产品图片介绍,全方位、动态化展示产品外形、合格证和原材料等信息,加深消费者对产品的影响。“电商平台+短视频”模式以电商平台为主体,把短视频导入商品界面,便于消费者通过视频了解产品和企业信息,提高产品宣传效果,提升消费者购物体验。这一模式下电商商家自主制作短视频,例如淘宝、京东等电商平台商家会在店铺首页、商品页面融入短视频,既可以提高店铺浏览量,又可以增加产品销量。

二、“短视频+电商”模式市场营销效果

(一)有利于促进乡村振兴

“短视频+电商”拓宽了农产品销售渠道,便于农民在抖音、快手等平台销售农产品,减少中间商,降低农产品销售成本,吸引更多消费者下单,从而解决农产品销售难题。此外,近几年来各地文旅局纷纷通过短视频宣传旅游景点,通过短视频平台快速推广乡村旅游、民间艺术品等,吸引更多人了解本地旅游资源,从而促进农村旅游产业发展,助力乡村振兴。

(二)有利于提升品牌影响力

“短视频+电商”模式有利于帮助商家拓展广告宣传、产品

销售渠道,在各大短视频平台发布产品宣传视频、优惠政策等,便于各大平台用户及时了解产品和品牌信息,扩大品牌目标客户群,从而快速为企业吸引粉丝和关注度,有利于提升品牌影响力。同时,企业可以通过短视频宣传企业文化、科研力量等优势,阐述品牌理念,增强品牌黏性,进一步激发消费者短视频平台购买欲望,提升自身市场竞争力和品牌影响力。

(三)有利于提高成交转化率

“短视频+电商”模式有利于提高商家成交转化率,为商家产品主图提供短视频,让消费者通过短视频快速了解产品特色、短视频营销优惠政策,营造“饥饿营销”氛围,从而激发消费者下单欲望,增加线上订单,从而提高商家收益。同时,短视频可以对产品进行有效宣传,动态化演示产品使用方法、使用效果,帮助消费者了解产品,从而提升产品付费笔数转化率,实现品牌营销和订单成果转化率的双赢,促进电商行业高质量发展。

三、“短视频+电商”模式发展过程中存在的问题

(一)市场监管力度不足

近几年来“直播带货”成为电子商务发展新模式,其中最具代表性的就是抖音、快手和小红书等平台,促进了“短视频+电商”模式发展。但是短视频、电商平台市场监督管理机制还不太完善,工商部门、市场监督管理局等部门监管职责划分不明确,对各大短视频、电商平台监管不到位,导致部分不法商家虚假宣传、价格欺诈和以次充好等问题,严重侵害了消费者合法权益,由于“短视频+电商”模式的特殊性,消费者维权比较困难,严重扰乱了经济市场秩序,影响了电商行业健康发展。

(二)短视频内容同质化严重

“短视频+电商”模式下短视频用户基数大,信息更新速度快,部分商家为了蹭热度,盲目在短视频平台发布一些虚假宣传、抄袭等不良短视频,导致短视频内容同质化严重、内容缺乏创新,同质化严重的短视频难以激发消费者购物积极性。此外,部分商家盲目盗用其他商家短视频,导致同一个短视频在多个平台都可以刷到,容易让消费者产生审美疲劳,难以突出企业产品特色、企业文化,无形中影响了商家在短视频平台的成交量。

(三)商家盈利模式相对单一

很多商家和自媒体“短视频+电商”盈利模式比较单一,最为常见的就是在短视频中植入广告,通过广告、视频商品链接下单量来获得盈利,盈利模式比较单一。部分自媒体主播除了帮助商家录制推广短视频,还会尝试直播带货模式,通过短视频吸引短视频用户进入直播间,通过粉丝送礼物和打赏来获得盈利,这种盈利模式波动性比较大,收益并不是很稳定。随着越来越多的商家、自媒体加入“短视频+电商”产业,用户流量被分散到抖音、小红书、快手和拼多多等各个短视频平台,带货主播之间的竞争

也日益激烈,单一的盈利模式难以获得理想的经济收益。

(四) 乡村“短视频+电商”发展滞后

随着乡村振兴战略的不断深化,农村电商产业发展迅速,但是由于农村企业缺少专业化短视频制作、电商团队,影响了短视频电商、直播带货模式的发展,难以更好地推广特色农产品、乡村旅游产品。很多农村企业虽然在各大短视频平台开通了账号,但是由于缺少专业的短视频脚本设计、拍摄和剪辑团队,导致拍摄的短视频缺乏创新,直播流程设计不合理,难以呈现特色农产品和乡村旅游特色,也难以吸引流量,影响了“短视频+电商”模式发展。

四、新时期短视频+电商模式发展路径

(一) 完善市场监管机制,净化电商营销环境

首先,各地政府要加强对短视频平台、电商平台的监管,明确市场监管部门、工商局等部门对短视频、电商平台的监管职责,提高短视频电商行业准入门槛,加强企业资质审查,定期对短视频电商企业进行抽查,一旦发现短视频虚假宣传、产品质量问题和价格欺诈等违法行为,要及时督促企业进行整改。例如市场监管部门要对短视频电商平台产品进行抽检,确保进入市场的产品符合国家相关行业标准,严把质量关,严禁假冒伪劣产品、不合格产品流入市场,加大对相关违法行为的打击力度,为“短视频+电商”模式营造健康积极的发展环境。其次,市场监管部门、工商局要开展联合执法,对短视频电商平台商家、主播进行筛查和派车,重点对短视频宣传内容真实性、产品质量等进行检查,一旦发现问题,要及时约谈相关企业或主播,依法维护消费者合法权益。例如市场监管部门可以通过大数据监测各大短视频电商平台数据,对短视频关键词、视频内容、产品信息等进行实时监测与分析,一旦发现短视频或直播带货中存在违法行为要及时进行封号处理,并接受广大短视频平台用户举报,净化短视频电商运营环境,促进短视频电商行业健康发展。

(二) 提升短视频制作质量,提高平台成交量

近年来短视频、直播带货异军突起,成为电商行业发展热点,自媒体数量增长明显,企业、自媒体之间的竞争日益激烈。为了从海量短视频中脱颖而出、激发消费者购买欲望,企业要立足产品特色、企业文化来设计短视频拍摄方案,明确短视频主题、特效、音乐等设计要素,不仅要凸显产品区别于其他商家产品的显著特点,又要简练地阐述产品特色,促进短视频内容精细化、差异化发展,便于抓住各大短视频电商平台消费者眼球。商家要组建专业化短视频电商营销部门,聘请短视频设计与拍摄人员,根据产品特点确定短视频主题、拍摄特效与滤镜以及背景音乐,既要让短视频画面精美,又要让短视频内容充满创意,从而激发消费者消费欲望。此外,企业还要积极与优秀自媒体、主播合作,在自媒体与主播短视频平台发布产品短视频,推出短视频电商专属优惠券,并设计弹幕抽奖、转发抽奖等活动,吸引消费者对短视频的关注,从而让更多人认识品牌、产品,渲染短视频情感基调,从而提升产品宣传与营销效果。例如企业可以和短视频电商平台主播合作,并把其账号上发布产品宣传视频,联合主播录制产品推广视频,设计趣味抽奖活动,吸引更多用户转发、点赞产品短视频,从而提升宣传效果,促进产品销量增加,进一步增加企业经济收益。

(三) 拓展多元化盈利模式,促进电商企业发展

第一,随着大数据、云计算和5G等技术的飞速发展,短视频画质得到了明显提升,更有利于清晰展示产品细节,提升短视频平台用户体验,为电商企业发展注入活力。电商企业要组建“短视频+电商”运营团队,构建多元化盈利模式,推动传统电商营

销模式转型升级,拓展产品宣传和营销渠道,促成线上订单。例如企业可以在各大短视频平台投放产品短视频,并在视频下方设置产品链接,利用充满创意、画质精美的短视频吸引用户,引导他们点击短视频的购物车,快速跳转到商品购买链接,简化消费者下单环节,提升线上成交量。第二,企业要运营好各大短视频平台的官方账号,及时更新视频,降低广告成本,利用短视频为直播带货“造势”,做好直播预告,宣传直播秒杀商品、线上抽奖和拆盲盒等优惠活动,吸引更多用户自动转发、点赞和评论短视频,让更多用户了解企业产品,从而提升宣传效果促进“短视频+电商”模式健康发展。例如企业可以在短视频中介绍多个关联产品,并演示产品使用说明和效果,并在短视频评论区 and 用户互动,针对用户有效建议给予奖励,提升短视频活跃度,吸引更多消费者下单,提高企业效益。

(四) 短视频助力农村电商,促进农村经济发展

“短视频+电商”为乡村振兴注入了新活力,也为农村企业发展开辟了新路径,有利于拓宽农产品销售渠道,帮助农民解决销售难题、推广特色乡村旅游产品,进一步促进农村、农业发展,让农民的钱袋子鼓起来、生活富起来。政府要积极扶持农村电商企业发展,帮助他们成立短视频电商团队,安排技术人员帮助农村企业录制短视频,尝试直播带货,把特色农产品销往全国各地,从而帮助农产品打开效率,解决农民的后顾之忧。首先,农村企业要根据农产品特色拍摄短视频,视频中要重点突出农产品有机无污染生长环境、农产品独特口感和营养价值,突出农产品卖点,并在短视频中设置农产品购买链接,便于短视频平台用户快速了解农产品,激发他们线上下单购买的积极性。例如技术人员可以深入田间地头拍摄农民劳动场景、农产品生长环境,以及加工车间场景,利用一镜到底的方式展现农产品优势,便于消费者通过短视频了解农产品,从而促进农产品销售。其次,各地文旅局要抓住“短视频+电商”发展契机,利用短视频宣传乡村旅游景点、地方文化、非遗和民间艺术,构建文旅融合模式,并在各大短视频平台发布宣传短视频,让更多用户通过短视频了解乡村文化、乡村旅游,吸引更多游客前来旅游观光。例如文旅局可以拍摄当地美丽乡村景色、非遗、特色建筑与美食,通过短视频推广乡村旅游,让乡村旅游快速出圈,促进当地旅游业、服务业、餐饮等行业发展,助力乡村经济发展。

五、结语

总之,“短视频+电商”模式尚处在蓬勃发展阶段,政府部分要加强短视频、电商平台监管、提高企业准入门槛,明确市场监管部门管理职责,定期对短视频和电商平台产品质量进行检查,并对短视频内容进行监测,净化市场环境。同时,企业要成立短视频电商团队,提升短视频设计与拍摄质量,凸显产品特色,激发消费者购买积极性,构建“短视频+电商+农业”模式,助力乡村经济振兴,促进电商行业转型升级。

参考文献:

- [1] 杨金龙. 电商直播热背景下短视频平台的传播模式研究[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(22).
- [2] 李忠美, 黄敏. 短视频平台的兴趣电商运营对策研究——以抖音为例[J]. 商场现代化, 2022(17).
- [3] 钟华美. 乡村振兴背景下辽宁省“农旅+电商”的产业融合研究[J]. 旅游纵览, 2021(21).