

DOI: 10.12361/2661-3263-06-07-146228

# 营销模式升级下电商直播带货发展动因、问题及对策

晁 然

重庆步履不停数字文化有限公司, 中国·重庆 408303

**【摘要】**当前, 在全球经济影响下, 我国经济运行受到较大冲击, 消费需求不振、市场环境低迷, 企业生产经营活动受到限制。在此背景下, 国家鼓励企业积极开展网上营销, 电商直播带货迎来新的发展机遇。电商直播带货作为一种新型的营销模式, 在拓展市场、刺激消费、缓解就业压力等方面发挥了重要作用。本文分析了我国电商直播带货的发展现状及未来趋势, 从电商直播带货发展的动因、存在问题及对策等方面进行了研究和探讨。2020年伊始, 全球经济大波动对我国经济社会运行带来了较大冲击, 而电商直播带货作为一种新兴的营销模式应运而生。

**【关键词】**营销模式; 电商直播; 带货发展; 动因; 问题; 对策

## The Uses, Problems and Countermeasures for the Development of E-commerce Live Streaming under the Upgrading of Marketing Mode

Ran Chao

Chongqing Walking Constantly Digital Culture Co., LTD 408303

**[Abstract]** At present, under the influence of the global economy, China's economic operation is greatly impacted, the consumer demand is sluggish, the market environment is depressed, and the production and operation activities of enterprises are limited. In this context, the state encourages enterprises to actively carry out online marketing, and e-commerce live streaming with goods ushered in new development opportunities. As a new marketing model, e-commerce live delivery plays an important role in expanding the market, stimulating consumption and alleviating employment pressure. This paper analyzes the development status and future trend of e-commerce live streaming goods in China, and studies and discusses the causes, existing problems and countermeasures of the development of e-commerce live streaming goods. At the beginning of 2020, the great fluctuations of the global economy brought a great impact on China's economic and social operation, and e-commerce live streaming of goods emerged as an emerging marketing model.

**[Keywords]** Marketing model; E-commerce live broadcast; With goods development; Motivation; problems; Countermeasures

### 引言

2020年全国“两会”政府工作报告指出, 要积极扩大国内需求, 加快释放新兴消费潜力。《“十四五”电子商务发展规划》明确提出要大力发展数字经济, 持续释放新型消费潜力, 促进线上线下消费融合发展。2020年4月1日, 国家发改委、中央网信办、工信部、商务部等13部门联合印发《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》, 鼓励企业积极开展网上营销。在此背景下, 电商直播带货作为一种新型的营销模式迅速发展壮大, 不仅为消费者提供了更多的选择空间, 也为商家带来了新的销售渠道和流量红利。

### 1 营销模式升级下电商直播带货发展动因

#### 1.1 消费者需求推动

在新的市场经济环境下, 人们购物方式出现多样化, 而电商直播带货的出现为消费者提供了新的购物渠道和选择空间<sup>[1]</sup>。据国家统计局数据显示, 2021年全国网上零售额达10.76万亿元, 同比增长11.3%, 而实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达到24.9%。电商直播带货为消费者提供了更加多样化的选择空间, 提升了消费者对品牌的认知度和信任度。同时, 电商直播带货借助社交媒体进行广泛传播, 为消费者提供了更多互动空间, 增强了消费者的参与感和获得感。此外, 直播带货凭借直观形象、场

景化传播等优势赢得了消费者的青睐。

### 1.2 国家政策支持

近年来,随着我国数字经济的快速发展,电子商务已成为带动就业的重要渠道,国家也出台了一系列政策支持电子商务的发展。2020年4月,国家发改委等13个部门联合印发《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》,明确指出要充分发挥我国超大规模市场优势和内需潜力,促进线上线下消费融合发展。同时,各地方政府也出台了一系列促进电子商务发展的相关政策,以适应社会经济发展新形势。电商直播带货作为新兴营销模式在政府政策支持下迅速崛起并蓬勃发展,成为拉动消费、助力经济增长的重要力量。

### 1.3 电商直播带货自身优势

在当前国内经济发展缓慢情况下、线下实体商业受到重创的背景下,电商直播带货凭借其直观形象、场景化传播等优势迅速崛起并发展壮大。与传统电商相比,直播带货具有成本低、速度快、互动性强等优势,能够满足消费者多元化需求。同时,电商直播带货还能品牌商提供展示、推广产品的平台,让商家快速获得流量和订单。此外,电商直播带货通过与消费者互动交流,可以增强消费者的品牌认知度和信任度,有效提升消费者的消费体验。同时,电商直播带货打破了传统销售渠道的时间和空间限制,缩短了交易流程、提高了交易效率、降低了交易成本<sup>[2]</sup>。

### 1.4 直播平台助力

近几年来,以电商直播带货为代表的新型网络营销模式凭借其优势受到消费者的青睐,并迅速发展壮大。据统计,2022年我国网络直播用户规模达到5亿多人,较2021年增长了1亿人。同时,电商直播带货作为一种新兴的营销模式,其成功运作离不开直播平台的支持。直播平台在供应链、仓储物流、运营服务等方面具有突出优势,能够有效解决商家和主播之间的信任问题。同时,直播平台还为主播提供了专业化的培训课程、定制化的营销方案、完善的售后服务等,极大地提高了主播的专业能力和营销能力。

### 1.5 直播带货行业发展基础良好

随着中国电商直播行业的快速发展,行业规模持续增长,目前我国直播电商市场规模已超过万亿元,占整体网络零售市场的比例也逐年增长。与此同时,中国是全球最大的直播电商市场,拥有巨大的消费潜力和市场空间。据测算,我国直播电商用户规模达到4.19亿人,占网民整体的46.7%。与此同时,我国拥有众多品牌商、供应商、制造商、服务商和MCN机构等直播电商主体,具备了良好的行业发展基础。

### 1.6 新经济下直播带货的快速发展

新经济模式下对社会固有经济模式造成了较大冲击,许多企业生产经营活动受到影响,电商直播带货成为许多企业维持生存、复工复产的重要渠道。

## 2 营销模式升级下电商直播带货发展问题

营销模式是企业实现经营目标和追求利润最大化的重要

手段,电商直播带货作为一种新兴的营销方式,是营销模式升级下的产物,它依托于互联网和移动通信技术,可以实现企业与消费者之间的实时互动和精准营销,为企业提供了一种低成本、高效率的销售渠道,已经成为现代商业发展的重要方向。当前,我国互联网经济发展迅速,但全球实体经济发展缓慢,在此背景下,国家出台了一系列政策措施来稳定经济运行和保障居民生活。国家鼓励企业积极开展网上营销,电商直播带货成为企业在此期间扩大销售、促进消费、缓解就业压力的重要途径。

### 2.1 产品质量参差不齐

由于电商直播带货所售商品的价格低于线下实体商店,且主播在直播过程中主要通过语言和表情传递产品信息,商品质量参差不齐,很难保障消费者的合法权益。此外,部分主播在直播过程中存在夸大产品功能、以次充好等问题,严重影响了消费者的消费体验。同时,随着直播电商行业的快速发展,越来越多的商家开始在直播平台上开展营销活动。然而,商家对直播带货缺乏系统的管理和规划,对直播间内产品质量、价格、售后服务等方面缺乏严格要求,导致电商直播带货平台上销售的产品质量参差不齐、价格参差不齐,消费者在购买时很难辨别产品质量。

### 2.2 存在虚假宣传

部分商家为了推销商品,在直播过程中夸大产品功效,以吸引消费者购买,从而达到宣传、推广产品的目的。同时,部分主播在直播时为了提高销售业绩,存在虚假宣传行为,以虚构交易、编造用户评价等方式,欺骗、误导消费者购买产品。此外,一些主播为了提高商品销售量,在直播时夸大商品质量和使用效果,或将质量一般的商品描述成优质产品,让消费者信以为真。这些行为不仅侵害了消费者的合法权益,还扰乱了正常的市场竞争秩序。此外,部分电商平台对直播带货的内容监管不到位,导致主播在直播时发布不实信息、违规宣传等问题普遍存在<sup>[3]</sup>。

### 2.3 专业人才匮乏

部分主播缺乏专业的直播带货知识,无法准确把握直播间内产品的特点、使用方法和效果,导致直播效果不佳。同时,部分主播在直播带货过程中存在专业水平低、服务意识差、缺乏责任心等问题,给消费者带来不好的消费体验。此外,由于电商直播带货主要是主播和商家之间的单向沟通,很难直接了解到消费者的真实想法,导致主播无法准确把握消费者需求。同时,部分主播在直播带货过程中缺乏职业操守,为了推销产品而夸大产品功能、虚假宣传,损害了消费者的合法权益。此外,一些商家对电商直播带货缺乏正确认识和有效管理,导致出现低价劣质、虚假宣传等问题。

### 2.4 售后服务不到位

由于电商直播带货通常是由商家通过直播平台向主播支付佣金,而主播在直播时一般不会主动为消费者提供售后服务,消费者一旦发生退换货或其他问题,就会面临很大的维权成本。同时,电商直播带货的售后服务存在明显缺

陷,难以保障消费者合法权益。如一些主播在直播带货过程中仅向消费者展示商品而未对产品进行详细说明,导致消费者无法正确使用产品;一些商家在销售过程中提供的售后服务不到位,无法及时解决消费者遇到的问题,给消费者带来不好的消费体验。

### 2.5 法律法规不健全

目前,我国还没有出台专门针对电商直播带货的法律法规,对直播带货过程中出现的问题缺乏相应的约束机制。同时,电商直播带货是一种新型的网络营销模式,其特点是公开透明、即时互动、便捷高效,与传统的销售渠道相比具有很强的互动性。因此,电商直播带货对相关法律法规提出了更高的要求。然而,目前我国针对直播带货的法律法规还不健全,存在监管漏洞,导致出现产品质量无法保证、虚假宣传、售后服务不到位等问题。此外,消费者在电商直播带货过程中出现了维权难等问题,难以保障自身合法权益,严重制约了电商直播带货的健康发展<sup>[4]</sup>。

## 3 营销模式升级下电商直播带货发展问题的对策

### 3.1 加强对直播带货的监管

首先,相关监管部门要加强对电商直播带货的监管力度,依法打击违法违规行为,对那些存在虚假宣传、欺诈误导消费者等违法行为的主播,要依据相关法律法规进行严肃处理。其次,相关部门要完善电商直播带货的法律法规,进一步明确电商直播带货的责任主体和义务,明确各参与方的权利和义务,规范电商直播带货行业健康有序发展。此外,有关部门还应强化对电商直播带货行业的日常监管,建立健全电商直播带货相关管理制度,对电商直播带货的产品质量、价格、售后服务等方面进行严格监管。此外,还应建立健全电商直播带货行业信用体系,建立健全电商直播带货的信用评价制度和黑名单制度,推动形成公平、有序的市场竞争秩序。此外,还应建立健全电商直播带货行业准入和退出机制。

### 3.2 提高主播专业水平

为了提高主播的专业水平和职业素养,应加大对主播的培养力度,通过定期培训、轮岗、实战等方式不断提高主播的专业水平。同时,主播还应树立品牌意识、加强品牌宣传、树立良好形象。此外,为提高主播在直播间内的影响力和粉丝参与度,各商家要加强对主播的引导和管理工作。对于已经获得一定粉丝基础的主播而言,商家应加强对其规范管理和有效引导。此外,在主播选择方面应避免选择知名度高、粉丝数量多、流量大的网红作为带货主播。在直播过程中,商家应根据商品特点选择合适的宣传方式和宣传渠道。对于一些商品而言,商家可以采用直播+短视频+小程序+线下门店等多种营销渠道来宣传推广产品。同时,商家还应注意品牌建设和打造优质主播<sup>[5]</sup>。

### 3.3 强化直播间内容管理

近年来随着互联网技术的快速发展和应用普及,各种网络直播平台如雨后春笋般出现并蓬勃发展起来。然而在这些网络直播平台上存在大量内容低俗、暴力、色情等违规行

为。因此,相关部门应加强对各网络直播平台的监管力度,规范平台上的内容传播行为。同时,相关部门还应加强对直播内容违法违规行为的监管力度。对于电商直播带货平台而言则应加强对其审核把关工作及内容管理工作。

### 3.4 注重消费者消费体验

在电商直播带货过程中,消费者的消费体验对电商直播带货效果产生重要影响。因此,商家在选择带货主播时应注重考察主播的专业水平和职业素养,避免选择缺乏专业素养的主播作为带货主播。同时,商家应注重商品的质量和服务,注重为消费者提供良好的消费体验。在直播带货过程中,商家应重视与消费者之间的互动,及时回答消费者提出的问题,并根据消费者的需求提供相应的商品和服务。此外,商家还应及时回应消费者提出的问题,妥善处理消费者遇到的问题。

### 3.5 加强粉丝维护

对于电商直播带货而言,主播在直播间内的粉丝数量是影响其直播带货效果的关键因素。因此,商家在选择主播进行带货时应注重对主播粉丝数量的考察,尽量避免选择粉丝数量多、影响力大的网红作为带货主播。对于已经获得一定粉丝基础的主播而言,商家则应加强对其粉丝数量的维护,避免其出现违规行为或违规言论。同时,商家还应加强对主播直播间内粉丝行为的管理,积极引导粉丝文明互动、理性消费、理性发言。对于新注册或新加入的用户而言,商家则应加强对其关注、互动和评论等行为的管理,避免新用户产生违规行为或不良言论。

## 4 结语

随着我国网络技术的不断发展和互联网的普及,电商直播带货作为一种新型的营销方式,在扩大市场、刺激消费、缓解就业压力等方面发挥了重要作用。目前,电商直播带货存在缺乏专业人才、产品质量难以保证、主播信誉良莠不齐、消费者权益受到侵犯等问题,这需要政府、企业和平台加强合作,共同打造健康规范的电商直播带货市场。未来,电商直播带货将成为互联网经济的新业态和新模式,企业应当转变营销理念,提高产品质量和服务水平,加强主播培育和管理,引导消费者理性消费,共同维护行业秩序,从而推动我国互联网经济持续健康发展。

### 参考文献:

- [1] 刘平胜,石永东.直播带货营销模式对消费者购买决策的影响机制[J].中国流通经济,2020:10.
- [2] 谢思玮,张婷,阮晓婧,朱小细,张珉.直播带货营销模式对消费者购买决策的影响机制研究[J].现代营销(学苑版),2021:3.
- [3] 宋晓桐,周健.线上直播带货模式下影响消费者购买决策的因素[J].高师理科学刊,2022:7.
- [4] 谢中梅.直播带货模式下影响消费者购买农产品的决策因素分析[J].现代商业,2021:3.
- [5] 常远.直播营销对消费者从众购买行为的影响[J].E动时尚,2021(9):45-46.