

电商直播营销发展现状及策略研究

李 心

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月19日; 录用日期: 2024年5月7日; 发布日期: 2024年8月1日

摘 要

在新媒体环境下, 人们的购物方式也发生了极大的改变, 许多人都从传统的实体购物转向网络购物, 电商直播带货营销应运而生。这是一种新兴的营销方式, 依托在线直播平台, 让消费者可以实时与主播进行互动, 更清晰地了解产品。但这种新兴的销售方式也出现了许多问题, 如产品质量无法得到保障、主播素质参差不齐、消费者售后权益难以得到保障等等。针对这些问题, 需要社会各界共同努力, 加强电商直播市场监管, 规范市场秩序, 才能促进电商直播营销行业健康发展。正是在这样的背景下, 本文首先概述了电商直播营销的发展现状, 再深入剖析电商直播营销发展过程中出现的问题及其根源, 最后针对这些问题提出相应的解决措施, 旨在为电商直播营销的发展提供一定的理论与实践参考。

关键词

电商直播营销, 发展现状, 问题, 发展策略

Research on the Development Status and Strategy of E-Commerce Live Marketing

Xin Li

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 19th, 2024; accepted: May 7th, 2024; published: Aug. 1st, 2024

Abstract

In the new media environment, people's way of shopping has also undergone great changes, many people have shifted from traditional physical shopping to online shopping, and e-commerce live shopping came into being. This is an emerging marketing method, relying on online live broadcasting platform, so that consumers can interact with the anchor in real time, and more clearly understand the product. However, this emerging sales method also has many problems, such as product quality can not be guaranteed, the quality of anchors is not uniform, and consumers' af-

ter-sales rights and interests are difficult to protect. In response to these problems, it is necessary for all sectors of society to work together to strengthen the supervision of the e-commerce live broadcast market and standardize the market order in order to promote the healthy development of the e-commerce live broadcast marketing industry. It is in this context that this paper first outlines the development status of e-commerce live marketing, then deeply analyzes the problems and their root causes in the development process of e-commerce live marketing, and finally proposes corresponding solutions to these problems, aiming at providing certain theoretical and practical references for the development of e-commerce live marketing.

Keywords

E-Commerce Live Marketing, Development Status, A Question, Development Strategy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网和移动通信技术的快速发展，电商直播营销已经成为人们购物的方式之一，其发展趋势极好，市场潜力巨大。这种电商直播营销具有真实性和互动性较强等特点，相较于传统的实体购物和电商模式，不仅为消费者节约了大量的时间和精力，还为消费者提供了更加真实、直观的购物体验。电商直播营销得到了快速的发展，越来越多的人涌入直播带货，这也带来了一系列的挑战。因此，就需要深入了解电商直播营销发展现状，探究电商直播营销发展过程中出现的问题，寻找更加有效的发展策略。本文旨在对电商直播营销进行深入的研究，促进电商直播带货行业持续性创新和发展，不断探索新的商业模式和领域。

2. 电商直播营销发展现状

近年来，随着互联网和移动通信技术的快速发展，电商直播已经逐渐成为现代营销的热点。电商直播将直播技术与在线销售结合起来，改变了传统的购物方式和商家的销售策略。电商直播营销的发展大致可以划分为四个阶段。第一阶段：电商直播营销的兴起。电商直播营销的兴起可以追溯到 2016 年左右，2016 年快手、淘宝、京东等平台开始逐步上线直播功能，直播电商产业链开始搭建；第二阶段：逐渐成型阶段。2017 年电商直播企业逐渐发展，直播功能逐渐完善，平台电商运营趋向精细化；第三阶段：快速增长阶段。2018 年~2019 年，行业开始向产业链的上下游进行资源整合。2018 年 3 月抖音试水直播，同年 11 月快手举办首届直播电商卖货节。2019 年电商直播行业快速发展，许多明星、政府电视台都加入了直播大军。第四阶段：2020 年~至今，逐渐进入全民直播阶段。在 2020 年初时，新冠疫情蔓延，国家发布居家隔离政策，许多人被困在家里无法外出，实体店销售受到严重冲击，而电商直播受到了许多人的关注。2020 年中国直播电商市场规模超 1.2 万亿元，年增长率更是达到 197.0% [1]。2021~2023 年，越来越多的人加入直播大军，电商直播市场规模逐渐扩大，但相较于行业发展的早期，电商直播行业增速开始减缓。总的来说，经过几年的发展，我国直播电商行业已经走过了初创期和快速发展期，尽管现在在电商直播市场年增长率开始下降，但从 2023 年的市场表现看，行业仍在释放增长信号。

3. 电商直播营销存在的问题

直播带货是近些年的一大热点，受到许多人的关注，它以其生动形象、实时互动的特点，成为了各

大电商平台和品牌推广的热门方式。随着直播带货行业的蓬勃发展，不仅带动国家经济的发展，也为人们生活提供了极大的便利。但事物都有两面性，在直播展现其优势时，也不可避免地暴露出了许多的问题。如直播带货的商品良莠不齐、主播专业素质及能力不足、基础的配套设施有待完善及消费者售后权益有待保障等问题。这些问题的出现，是直播带货发展过程中的必然现象，需要我们认真对待和解决。下面将从不同角度展开论述，深入探讨电商直播营销存在的问题。

3.1. 直播带货的商品良莠不齐

电商营销中存在的最大问题就是商品良莠不齐，根据 2022 年《直播带货消费维权舆情分析报告》可知，产品质量问题占比达到 45.75%，商品的质量成为消费者最关注的问题。商品良莠不齐的原因主要有三点。第一，部分主播追逐金钱，不顾消费者利益。现如今，电商直播市场鱼龙混杂，一些网络主播虚假宣传商品，夸大商品的功能，用一些似是而非的话语欺骗消费者，吸引消费者进行消费，从中获取高额利益。这让许多消费者对直播带货失去信任，侧重一次性消费。第二，部分电商平台在招商的时候未对商品质量进行严格把控，导致大量不合格产品流入市场，让消费者买到不合格的商品。第三，相关法律法规不够完善。直播行业乱象丛生，部分商家、主播人员销售假冒伪劣产品[2]。由于直播带货的特殊性，很难事先对商品进行全面监管和审核，导致了一些不法分子钻空子、以次充好的行为。

在这电商直播营销快速发展时期，消费者拥有了更多的选择，这也意味着他们越来越注重产品的真实性和可信度，如果产品的质量与直播展示存在较大差异，就会让消费者拒绝消费，降低消费欲望。所以直播带货的商品良莠不齐问题是当前直播带货行业面临的一个重要挑战，如何解决这一问题更是重中之重。

3.2. 主播专业素质及能力不足

“主播专业素质及能力不足”是直播带货领域面临的又一大难题，因为这不仅影响了直播带货的发展，也损害了消费者的权益。直播带货作为电商行业的新兴模式，要求主播具备一定的沟通技巧、销售技巧和产品知识。但由于市场竞争激烈和入门门槛相对较低，导致一些主播在专业素质和能力方面存在不足，影响了直播带货的整体质量和效果。主播是电商直播最重要的核心，他们的主要工作是在直播间展示需要销售的产品，与观众们进行互动，在观众们提问的时候能够快速并准确地给予回答。在介绍产品的时候，需要主播对产品十分了解，以一种简单明了的方式为观众们介绍产品的用途、材质等等，提高人们的购物欲望。而且在直播的过程中，随时会面临各种突发的状况，主播需要具体过硬的专业素质和强大的随机应变能力，能够及时地控制直播现场[3]。这些都十分考验主播的专业素质。然而，现在电商直播风头正盛，大量的人因为利益涌入直播带货，并不在意自身是否符合一名专业主播的标准。

首先，主播的专业素质包括对产品的了解。但实际上，许多的主播未对自己进行销售的产品进行深入的了解，他们不会亲身去体验产品，在介绍产品时只会照本宣科，复述商家提供的信息。这样有可能会让消费者无法真实地了解产品，影响销售效果。真正合格的主播会自己亲身试用产品，为消费者提供真实的反馈，能够最大程度提高消费者购物欲望。其次，部分主播缺乏沟通技巧。有效的销售不仅需要主播深入了解产品，还需要主播具备良好的沟通能力和情感共鸣，不仅能够理解消费者的需求和疑虑，提供个性化的解决方案，还可以深切共鸣消费者的感受，为消费者提供最合适的购买方案。但实际上，部分主播在直播过程中缺乏真诚和深度，使得消费者产生疏离感，难以建立信任和共鸣。最后主播应该具有较强的随机应变能力，因为直播并不是录播，直播现场可能会出现各种突发状况。要想得到好的直播效果，达到好的销售效果，就必然需要主播具备良好的随机应变能力，在直播出现问题时及时解决问题。

3.3. 基础的配套设施有待完善

基础的配套设施有待完善主要体现在一些偏远地区及农产品的销售上。直播带货市场越来越大，直播带货就意味着需要网络和交通运输。现如今，我国还有许多偏远地区网络基础设施建设和交通基础设施仍然不够完善。首先，网络基础设施的不完善。很多农村地区的网络基础设施建设较差，缺少从事网络营销的专业人才支持。在直播的过程中可能会导致直播画面模糊、延迟等等，影响消费者与主播进行互动深入了解产品[4]。其次，部分地区物流配套设施建设不够完善。许多蔬菜水果等保存时间不长，在运输过程中需要依赖冷链运输，但是目前多数农村地区尚未具备冷链运输的能力，也直接限制了农产品运输的发展[5]。最后，许多地区交通不发达，配送效率低下。产品从购买到发货再到收货需要漫长的时间，这在很大程度上降低了消费者的购买欲望。

3.4. 消费者售后权益有待保障

在电商直播营销过程中，消费者售后权益面临诸多挑战。如没有完善的退货服务机制、退换货政策的不明确、没有运费险、缺乏完善的售后服务体系等等。首先，退换货政策的不明确。电商直播营销的特殊性在于销售过程迅速且互动性强，这很容易导致消费者冲动消费。许多的消费者可能会出于对自己喜欢主播的支持而冲动下单，收到货之后对自己购买的商品不满意。还有一些消费者冲动消费之后发现购买的商品出现质量问题，他们可能难以按照常规的退换货政策进行处理。许多的电商直播平台 and 商家在退换货政策上并不明确，消费者在遇到问题时难以得到清晰的指引。其次，许多的商品没有运费险，有的不良商户利用这种漏洞侵害消费者权益。特别是一些商家虚假宣传商品质量，夸大商品作用。消费者购买之后发现商品质量差，甚至有的产品根本无法使用。对此许多平台还出现了买家秀与卖家秀的网络热潮[6]。最后，许多商品缺乏完善的售后服务体系。一些商家可能会在售后问题上采取推诿的态度，拖延时间或拒绝处理消费者的投诉。许多消费者发现产品不符合自己预期时，率先会选择与客服联系，但是许多的客服缺乏专业素质，不能够很好地为消费者解答难题。更有甚者直接选择不回答消费者，导致消费者在售后咨询和投诉时难以获得及时、有效的回应。不仅不能为消费者提供满意的售后服务，损害消费者权益，还导致消费者的不满和投诉增加，降低消费者对电商直播营销的信任度。

4. 电商直播营销发展策略

现阶段，许多电子商务平台都上线了直播功能，直播电商的门槛越来越低，许多人都开始直播带货，直播乱象丛生，出现了许多的问题，如直播带货的产品质量参差不齐、主播专业素质参差不齐、相关的基础设施不够完善和消费者售后权益难以保障等问题。发现问题，就需要及时地解决问题。下面将针对上述问题给出相应的解决措施，以促进电商直播营销健康发展。

4.1. 提高产品标准，加大监督力度

面对直播带货的商品良莠不齐这个问题，需要政府、企业和消费者共同形成合力去提高产品标准、加大监督力度才能解决。即需要社会各界共同努力，完善各个渠道的监管体系，严格把控产品质量。一方面，产品质量是电商直播营销的基础。只有用严格的标准对产品质量进行把控，才能够促进电商直播市场稳定向前发展，消费者才能一次又一次进行回购。如何提高产品质量呢？第一，对于政府来说，应该完善相关的产品质量监测机制，让消费者能够及时发现并处理产品质量问题，让消费者买的放心用的安心；第二，对于商家来说，应当确保商品生产的厂家具备良好的生产制造能力和质量管理体系，能够生产出合格的产品供消费者购买；第三，对于电商平台来说，应当去完善客服服务体系和产品评价体系，不仅可以贴心及时为消费者提供服务，还可以鼓励消费者对购买产品进行评价和反馈，为后来的消

费者提供参考依据,促进商家优化产品质量。另一方面,相关法规是电商直播营销的重要保障。如何对电商直播营销加大监督力度呢?对于政府来说,需要加强市场的监管,完善相关法律法规对虚假宣传、销售假劣伪劣产品的商家进行处罚,对电商直播营销进行规范管理;对于商家来说,需要从源头对产品质量进行把控,加强对产品供应链的监督,确保产品的质量符合标准。除了需要政府、商家和电商平台需要提高产品标准,加大监督力度之外,消费者自身也应该加强自身教育,提升自己的消费意识和辨别能力,仔细辨别商品质量和真实性。如此多管齐下,才能够最大程度地提高产品质量,对电商直播营销市场进行全方位的监督,促进电商直播营销快速发展。

4.2. 提高入职门槛,提升主播素质

伴随着电商直播营销的高速发展,主播作为其必不可少的一环,具有重要的价值意义。然而,随着多平台上线直播带货功能,越来越多未经过专业培训的人参与到直播带货这一行业中来,这导致主播之间呈现巨大的差异。优秀的主播不仅能够为消费者提供情绪价值,还能够让消费者愿意去消费,为消费者提供良心产品。而不好的主播夸大产品功能、售卖假劣伪劣产品。更有甚者通过一些不好的直播内容吸引消费者前去消费。以上问题的产生主要在于直播行业的准入门槛低,没有明确的直播准入机制,导致部分主播的专业素养低。所以提高入职门槛,提升主播素质迫在眉睫。

首先,需要建立更加规范的主播招募机制,提高入职门槛。通过面试、试播等方式对主播进行全方位的评估,确保其具备足够的专业能力和良好的职业素养。其次,需要建立并完善主播从业资格管理制度,让主播需持证才能上岗,确保其符合一名主播的标准。再次,电商平台或者商家应更加注重对主播的培训和监管。一方面,组织主播进行培训、学习并签订行业自律承诺书,将直播平台的规章制度熟稔于心。另一方面,加大对主播直播的监管力度,规范主播的言行举止。最后,培育专业人才,壮大直播电商人才队伍。一方面,支持并引导高校开设相关专业,培养优秀的电商主播人才;另一方面,鼓励电商企业与办学单位开展校企合作,共同培养电商直播人才,为电商直播行业输送更多的直播人才。

4.3. 完善配套设施,带动消费增长

完善的基础配套设施在电商直播营销中是至关重要的,不仅能够提升用户体验,还能够吸引更多消费者,带动消费的增长。但是现阶段,我国电商直播配套设施并不够完善。如我国电商直播的技术设备和软件系统仍需要不断地更新,许多偏远地区网络基础设施建设和交通基础设施仍欠发达。所以需要不断完善这些配套设施来推动电商直播行业的健康发展。

一方面,政府和电商企业应不断加大对技术设备和软件系统的投资,推动技术设备和软件系统不断更新换代,做到直播体验更低延迟,让消费者与商家云端同频;还要做到直播画面更高清,让商品细节纤毫毕现。另一方面,由于部分地区网络基础设施和交通基础设施欠发达,有关部门必须持续完善配套设施建设。如通过修建网络基站保证了直播平台过程的流畅性,为消费者提供良好的观看体验。通过修建公路、仓库等措施,提高物流配送效率^[5]。如此,才能够吸引更多消费者进行购物,从而带动消费的增长。

4.4. 打造专业团队,保障售后权益

当产品经过电商直播销售之后,必然会伴随着一系列问题的产生。如产品质量不符合消费者的预期、产品质量不过关等等。这些问题需要有专业的客服来为消费者进行解答。所以为了维护广大消费者的切身利益、加强消费者对品牌的认可度,就必须要做好售后服务工作。一方面,抖音平台需要不断提高售后的专业性,对于“黑心商家”的不良行为,应及时以公正强硬的态度对商家进行处罚,切实维护消费

者权益。另一方面,商家应招聘专业的售后服务人员,打造专业的团队[7]。不仅能够深入了解产品的材质、功能等等,还具备专业服务知识和服务意识,能够耐心倾听用户的问题,并提供有效的解决方案,以保障用户的权益和满意度。通过打造专业团队,保障售后权益,电商平台和商家才能更好地为消费者提供优质的产品和服务,赢得消费者的信任,提高消费者的满意度。

5. 小结

电商直播作为一种新兴的营销模式,为消费者带来了更为直观和真实的互动购物体验,成为我国消费者的一种热门选择,有着良好的发展前景和广阔的发展空间。但是,作为一个新兴行业,电商直播营销仍存在种种问题和挑战。为了促进直播行业朝着健康、有序的方向发展,就需要深入分析电商直播营销发展过程中出现的问题及其问题出现的原因,进一步提出具体的解决措施。有利于加强对直播行业的监管,完善相关法律法规,保障消费者的合法权益,为消费者提供更好的消费体验。助力电商企业进行创新,精准把握市场趋势,制定有效的营销策略和发展策略,促使网络直播营销向规范化、标准化发展。

参考文献

- [1] 邓琳佳. 电商直播带货营销的机理、困境与策略[J]. 潍坊工程职业学院学报, 2022, 35(6): 44-48.
- [2] 曾晶, 江丽桃. 新媒体背景下电商直播营销模式问题及对策研究[J]. 商场现代化, 2024(4): 62-64.
- [3] 王睿. 电商直播营销应用及发展策略探讨[J]. 商场现代化, 2024(4): 53-55.
- [4] 张莹. 互联网与农产品直播营销策略分析[J]. 现代营销(下旬刊), 2024(1): 154-156.
- [5] 樊怡彤. 基于直播电商的农产品营销策略探析[J]. 商场现代化, 2023(20): 49-51.
- [6] 李思达. 网络直播营销策略研究——以抖音直播带货为例[J]. 江苏经贸职业技术学院学报, 2022(6): 21-24.
- [7] 崔晓威. 基于网络直播方式的农产品营销策略研究[J]. 现代商业, 2024(1): 3-6.