

电商营销下的直播电商模式探讨

——以网红经济为例

郭莹

贵州大学医学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年11月8日; 录用日期: 2024年11月28日; 发布日期: 2025年1月16日

摘要

随着5G技术、大数据和智能手机的普及, 自媒体行业蓬勃发展, 网红经济作为一种新的商业模式逐渐崭露头角。网红经济作为新经济模式的代表, 对流量、渠道、营销等方面产生了深远影响。电商直播以其专业性和聚焦性优势, 以及网红直播的流量变现特点, 展现出显著的市场潜力, 在一定程度上刺激了消费, 促进市场发展。然而, 网红经济也面临着资本垄断、监管滞后、产品质量、同质化竞争和网红素质等问题。因此, 对网红经济的发展进行梳理至关重要。本文对网红经济的发展现状进行分析, 探讨直播行业目前存在的问题, 以期对后续研究提供借鉴意义, 为企业制定相关营销策略提供参考。未来, 随着技术的不断进步和市场的深入发展, 网红经济与电商直播有望实现更加健康、可持续发展。

关键词

直播, 网红, 网红经济

Discussion on the Live Broadcast E-Commerce Model under E-Commerce Marketing

—A Case Study of the Internet Celebrity Economy

Ying Guo

School of Medicine, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Nov. 8th, 2024; accepted: Nov. 28th, 2024; published: Jan. 16th, 2025

Abstract

With the popularity of 5G technology, big data and smartphones, the self-media industry is booming, and Internet Celebrity economy is gradually emerging as a new business model. As a representative of the new economic model, Internet Celebrity economy has had a profound impact on traffic,

文章引用: 郭莹. 电商营销下的直播电商模式探讨[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1820-1825.

DOI: 10.12677/ecl.2025.141225

channels, marketing and other aspects. E-commerce live broadcasting, with its professional and focused advantages, as well as the traffic realisation characteristics of Internet Celebrity live broadcasting, has shown significant market potential, stimulating consumption and promoting market development to a certain extent. However, the netroots economy also faces problems such as capital monopoly, regulatory lag, product quality, homogeneous competition and netroots quality. Therefore, it is important to sort out the development of Internet Celebrity economy. This paper analyzes the development status of the net red economy, discusses the current problems in the live broadcast industry, in order to provide a reference for the subsequent research, and provides reference for enterprises to designate relevant marketing strategies. In the future, with the continuous progress of technology and the in-depth development of the market, the net red economy and e-commerce live broadcasting is expected to achieve a more healthy and sustainable development.

Keywords

Live Broadcast, Internet Celebrity, Internet Celebrity Economy

Copyright © 2025 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

在当今时代，5G 技术和大数据迅猛发展，智能手机得到全面普及，自媒体行业逐渐进入公众视野。随着短视频、网络直播的不断发展，网红产业迎来了前所未有的发展机遇。由网红引领的网红经济，自 2019 年起逐渐发展成为一种新的商业模式。作为中国新经济模式的代表，网红经济以其互动性强、精准触及和高效转化等特点，对流量、渠道、营销和商业模式等方面产生了深远的影响[1]。

未来，我们可以期待更多创新性的商业模式和购物方式的涌现，为消费者带来更加便捷、高效、愉悦的购物体验。在此背景下，对以网红经济为代表的电商营销进行分析，对企业网红营销策略的制定也具有一定的借鉴意义。

2. 相关概念辨析及研究现状

2.1. 网红经济及直播电商概念辨析

网红经济：“网红”，即网络上的知名人士，通常因特定事件或行为而受到网民的广泛关注，并持续分享相关知识内容。网红经济则是一种依托这些年轻、时尚的网红作为代言人，利用其独特的眼光和品味对商品进行视觉化推广的营销模式[2]。该模式主要依赖于庞大的粉丝群体，通过转化粉丝的关注度和忠诚度为购买力，实现商业价值。网红经济的繁荣在“直播+”模式的广泛实践下得以加速发展，目前我国网红经济的市场规模已超过千亿元[3]。

电商直播是一种创新的网络营销模式，它巧妙地将电子商务与实时直播互动融合为一体[4]。在这一模式下，商家能够利用直播的形式生动、直观且有趣地展示商品详情，进而推动商品的销售。同时，电商直播也为电子商务企业开辟了新的销售渠道，带来了更多的流量和销售机会，进而提升了企业的转化率和品牌影响力。

2.2. 网红经济及直播电商的现状分析

2.2.1. 网红经济的现状

当网络红人通过视频或者直播分享生活、产品时，能有利于引导消费者追求更高品质的生活，在一

一定程度上促进消费结构的升级，从而推动了经济的发展。同样，网红经济为各大品牌提供了快速成长的平台，许多小众品牌或新兴品牌通过网红的推广[5]，能够迅速进入市场，降低了品牌推广的成本，增加了市场多样性。此外，网红经济的发展带动促进相关产业的发展，比如内容创作、平台运营、物流等，带来了大量就业机会。因此，网红经济不仅仅是一种简单的商业模式，它更是一种能够连接粉丝、网红、商家和社会公益的多元化经济形态。在这个形态中，每一方都能从中受益，共同推动整个生态系统的健康发展。这也是越来越多的商家开始重视并寻求与网红合作的原因所在。

网红经济的快速发展使得一些人通过直播、短视频等方式迅速获得名利，但在这个人人都可以成为主播的时代，网红准入门槛低，文化层次以及能力素质参差不齐，这可能导致年轻人产生错误的价值观，误认为成为网红是获得财富和地位的捷径，从而放弃学业和本职工作，盲目追求网红身份。网红经济还推动了过度消费的现象。网红经济背后的网络暴力问题也日益严重。一些网红为了吸引流量，故意制造话题，煽动粉丝对立。同时，一些网友在评论中使用恶语相向或人身攻击，这不仅损害了年轻人的心理健康，还可能导致社会矛盾的加剧。相对于传统的电子商务，直播带来了不同的交易方式，在发展中需要面对一些挑战，例如主播的言行不当、利用未成年人直播牟利、平台主体责任履行不到位、虚假宣传和数据造假、偷税漏税、消费者维权取证困难等问题[6]。为了促进网红经济的健康发展，需要社会各界共同努力，加强监管和规范，引导其向更加积极、健康的方向发展。

2.2.2. 电商直播的现状

电商直播与网红直播在多个维度上展现出显著的差异性，这些差异不仅体现在内容呈现、目标受众上，还深刻影响着各自的运营模式及长远发展策略。电商直播的核心在于其高度的专业性和聚焦性。电商直播的成功，很大程度上依赖于其能够精准定位目标消费群体，提供符合其需求的专业化、个性化服务[7]。相比之下，网红直播则更多地依赖于网红或明星的个人魅力和粉丝基础。随着短视频平台的兴起，网红、明星凭借其广泛的粉丝群体和强大的影响力，通过直播展示商品、分享生活等方式，吸引了大量观众关注，进而实现了流量的有效变现[8]。这种模式下，直播内容往往更加娱乐化、生活化，旨在营造轻松愉快的观看氛围，增强粉丝黏性。值得注意的是，随着直播电商行业的不断发展，电商直播与网红直播之间的界限不断模糊，两者开始呈现出融合的趋势。许多电商直播开始邀请网红、明星参与，利用其粉丝效应提升流量和销售额；同时，网红直播也开始注重商品的选择和介绍，提升直播的专业性和转化率。随着电商直播的不断发展，逐渐体现出以下发展趋势：

首先，涵盖领域多元化。直播电商正在不断发展，所覆盖领域便显出多元化趋势，从美妆、服装等行业覆盖到旅游、家居、绿化等，涉及到生活的方方面面。直播形式也从原始的单人直播介绍到加入宠物以及直播表演等形式，以获得更大的流量[9]。

其次，内容推送精准化。随着大数据和人工智能技术的不断发展，直播平台能够更深入地分析用户行为、偏好和购买历史，从而为用户提供更加精准的商品推荐和个性化内容。除了传统的美妆、服饰等领域，电商直播将更加注重细分市场的挖掘。这种细分化的内容能够吸引更多特定领域的消费者，形成更加稳固的用户群体。

最后，平台管理专业化。随着5G等新一代通信技术的普及，网络直播的传输速度将大幅提升，使得直播画面更加流畅、清晰。未来的直播平台将更加智能化，提供自动化的客服支持、数据分析等功能，帮助商家更好地管理直播业务。

3. 网红经济存在的问题

3.1. 资本垄断与市场扭曲

在如今的数字化浪潮中，网红经济日益成为一种不容忽视的力量。它不仅创造了新的商业模式，还

可能带来一些负面影响。其中一个问题是资本垄断的形成，这种垄断在某些情况下会导致市场环境变得不公平。当大型网红或者平台拥有足够大的规模时，它们通过大规模收集和分析消费者的海量数据来实现这一点。他们利用这些数据，对熟客实行“杀熟”策略，即对长期客户提供更高的价格。这种行为不仅限制了市场竞争，也使得新的企业很难进入市场。结果是，中小企业难以发展壮大，而那些已经存在的企业则因为强大的市场进入壁垒而面临着巨大的发展压力。

3.2. 平台管理滞后，消费者权益受损

随着网红平台业务的蓬勃发展，其所涉及的业务范围、用户基数以及所产生数据量的庞大程度也在不断攀升。这些平台上的数据不仅涵盖了用户的个人信息、消费习惯和行为模式等敏感数据，还包括了大量的商业机密和公共信息。然而，面对如此海量的信息量，政府的监管工作往往显得力不从心，有时甚至会出现监管的滞后性问题。这种滞后可能导致一些从业者有机可乘，进行非法交易活动，如泄露个人数据、出售未经授权的内容等，从而对消费者的合法权益造成严重侵害。

3.3. 相关法规滞后，准入门槛低

网红经济是网络时代的产物，近几年来以爆炸性的速度发展。这样的高速发展，使得我们的管理系统很难及时地与之相适应，也很难制定出一套综合性的、有效的管理制度。在此基础上，结合产业特征、市场变化、技术进步等因素，提出了相应的对策。所以，作为一个新兴的行业，网络直播的法律规制存在一定的滞后是不可避免的。“网红”经济涵盖了互联网、广告业、媒体和电子商务等诸多方面，相关监管制度也较为复杂。因而，在进行跨界管制时，往往会产生管制滞后、管制盲区等现象。网红经济的特征是门槛低，灵活性强，这也导致很多网络主播和网络红人的职业能力和道德品质都不高，造成了虚假广告、数据造假、发货延迟、货不对板等现象的发生，损害消费者权益和品牌形象。

3.4. 执法力度不足，跨部门协作不畅

随着网红经济的兴起，其参与的主体越来越多，经营的领域也越来越广，但由于监管部门的资源、人力的限制，很难全面、细致地监控每位网红、每个直播活动。虽然我国已制定了一系列相关的法律法规，但是，由于网络经济的复杂多变，相关法律法规难以实施。部分网络红人或平台利用虚假身份、转移财产等方式逃避监管。现有的惩罚措施，或许还不足以对那些违反规则的网红及平台产生有效的威慑作用。面对处罚，部分网络红人及平台采取缴纳罚金、暂停营业等方式，随后再进行违法活动。

对“网红经济”的监管涉及到市场监管、税务监管和文化执法等多个部门。但由于职能分工不清，导致了管理上的漏洞与重叠。由于各部门间的利益冲突，使得协同工作很难取得一致。比如，有的部门对消费者权利的保障比较重视，有的部门对市场秩序的维护比较重视。这样的矛盾将直接影响到政府间合作的效率与效果。

4. 对策建议

4.1. 加强监管与推动法规建设

政府应加强对网红经济的监管力度，制定和完善相关法律法规，确保网红经济的健康发展。加强对数据流量的监测和分析，建立科学的评估体系^[10]，准确衡量网红的影响力和商业价值。

4.2. 平台严格管理，规范行业相关制度

政府应该根据网红经济的特征，建立相应的法律、法规，明确平台、网红、广告商等各方在法律上的职责与义务，从而为该产业的监督管理工作提供一定的法律基础。在此基础上，进一步完善现行法律、

法规,使之更好地适应网红经济发展的需要,增强监管的针对性和实效性。平台要完善账号注册和注销、信息安全管理和市场行为规范等制度,保证平台上商家信息的真实性和有效性,提高在线运营的透明度。此外,平台应对直播的选品、卖点等环节进行严格的审查,防止出现假冒伪劣产品的现象,对违法违规的产品进行严厉打击。同时,强化对广告内容的审查,防止出现虚假交易、“刷单”、“炒信”等违规行为。建立健全的消费者投诉机制,对相关的投诉进行及时的受理和处理,保护消费者的合法权益。

4.3. 加快法律法规建设,提高准入门槛

政府和有关部门要对“网红经济”的特质、规律和问题进行深入的研究,为相关法律法规的制定与完善提供科学的参考。在此基础上,结合我国国情,结合国际、国内的先进经验,制订出既有前瞻性又有针对性的法律制度。我国应尽快制定或修改有关“网红经济”的法律地位、行为规范、监督主体以及法律责任。监管平台负责对网红的资质、能力、信誉等进行界定[11],对相关方如平台、广告商等进行严格的审查。

4.4. 加强执法力度,强化部门协作

政府要加强对“网红”的法律监督,建立和健全有关的法律、法规,确定其合法的宣传方式和相应的惩罚措施。对于网红经济中的各类主体(网红、平台、广告主等),要对他们的行为准则进行严格的界定,以保证他们在法律的框架下开展经营活动。与此同时,要加大对网红经济相关主体(网红、平台、广告主等)的处罚,对他们的行为准则进行了严格的界定,保证他们在法律许可的范围内开展业务。对典型案件进行公开、曝光,并利用传媒进行宣传,增强群众的认识,增强防范意识。

此外,成立专门的跨部门协作机构或领导小组,负责协调各部门在网红经济监管中的工作也极为重要。应充分利用现代信息技术手段,建立跨部门信息共享平台,实现信息资源的实时共享和高效利用。

5. 结论

网红经济是近几年兴起的一种新型经济形式,其发展趋势十分迅猛。可以预见,随着网络的广泛应用以及手机支付的便利性,网红经济的市场规模会不断扩大。与此同时,伴随着全球一体化进程的加快以及网络技术的广泛应用,网红的也将逐步地超越国界,促进了网红经济的国际化,并对今后的经济发展起到了很大的支持作用[12]。随着市场竞争的日趋激烈,消费需求的日益多元化,网红经济的发展将呈现出一种专业化和精细化的趋势。“网红”将会与各行各业的企业和品牌展开合作,促进行业的融合,产生更多的商业价值。总而言之,网红经济的发展前景是非常光明的,随着它的市场规模不断地扩大,产业链也在不断地完善,技术创新推动着产业升级,网红经济与其它产业进一步地融合,在政策和产业规范的不断强化之下,网红经济将会得到更大的发展。

参考文献

- [1] 王东峰. 网红经济对消费行为的影响机制研究[J]. 商展经济, 2023(12): 20-22.
- [2] 丁佩佩. 网红经济形势下的直播电商模式探讨[J]. 市场瞭望, 2023(1): 24-26.
- [3] 翟娟娟, 韩军涛. 网红经济视域下消费者购买行为的形成机理[J]. 商业经济研究, 2023(12): 63-66.
- [4] 赵鲁. 网红经济背景下直播带货问题探究[J]. 老字号品牌营销, 2023(16): 40-42.
- [5] 李贝. “互联网+”背景下网红经济商业模式的发展趋势分析[J]. 商场现代化, 2023(13): 33-35.
- [6] 冯子川, 彭军, 钟雪梅, 等. 直播电商基础[M]. 重庆: 重庆大学出版社: 2022.
- [7] 张增燕, 张文丽. 农村网红经济发展对策研究——以青岛市周边农村为例[J]. 现代农业研究, 2023, 29(8): 26-29.
- [8] 赵梓煜, 刘孜旺. “网红经济 + 直播电商”对消费者购买行为影响分析[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(4): 35-37.

-
- [9] 吕芳. 网红经济下电商直播对消费者购买行为的影响分析[J]. 商场现代化, 2024(3): 5-7.
- [10] 杨娟. 网红经济下直播带货的营销模式分析——以淘宝直播为例[J]. 商场现代化, 2022(22): 28-30.
- [11] 李依一, 方颖, 廖小涵, 等. 网红经济背景下农产品直播带货效果影响因素研究[J]. 技术与市场, 2022, 29(11): 121-125.
- [12] 王言. 中国经济发展新阶段研究[M]. 太原: 山西经济出版社: 2021.