

电商直播中主播个人魅力对消费者购买决策的影响

赵祥如

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月16日; 录用日期: 2025年2月28日; 发布日期: 2025年3月24日

摘要

本文探讨了电商直播中主播个人魅力对消费者购买决策的影响。电商直播作为一种新兴的销售形式,近年来迅速崛起并成为许多消费者的重要的购物途径,主播作为商品与消费者之间的重要的桥梁,其个人魅力在消费者购买决策过程中扮演着越来越重要的角色,一定程度上影响着消费者的购买心理与行为。因此,主播应注重个人魅力的提升,以增强消费者的购买意愿。

关键词

主播个人魅力, 消费者购买决策, 直播电商

The Impact of the Host's Personal Charisma on Consumers' Purchase Decisions in E-Commerce Live Streaming

Xiangru Zhao

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 16th, 2025; accepted: Feb. 28th, 2025; published: Mar. 24th, 2025

Abstract

This paper explores the impact of the host's personal charisma on consumers' purchase decisions in e-commerce live streaming. As an emerging sales format, e-commerce live streaming has rapidly risen in recent years and become the preferred shopping method for many consumers. The host, as the key connector between the products and consumers, whose personal charisma plays an increasingly important role in the consumers' purchase decision process. The host's personal charisma

profoundly influences consumers' purchasing psychology and behavior. Therefore, hosts should focus on enhancing their personal charm to increase consumers' willingness to purchase.

Keywords

Host's Personal Charisma, Consumers' Purchase Decisions, E-Commerce Live Streaming

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

电商直播是一种利用网络流媒体技术，借助电脑网页和手机客户端等平台，展示商品信息并促成交易的营销方式[1]。与传统电商平台不同，电商直播不仅仅提供产品信息，更通过主播与消费者之间的互动，营造了一个更加生动和沉浸的购物环境。电商主播是指通过直播平台以表演形式向观众展示产品信息和使用心得，进而促使消费者作出购买决策的一个新兴群体[2]。主播的个人魅力，尤其是在直播过程中展现的亲合力、专业性、幽默感等特质，能够有效地打破消费者与商品之间的隔阂，激发消费者的情感共鸣，从而影响其购买意图。在电商直播中，消费者不仅是信息的接收者，更是情感的参与者。消费者的购买行为往往不仅仅是基于对商品本身的理性判断，更多时候是受主播的魅力和情感驱动的结果。因此，研究主播个人魅力对消费者购买决策的影响，不仅有助于深入理解消费者行为的动因，也为电商平台和品牌商优化直播营销策略提供了实践指导。

2. 主播个人魅力的构成要素

主播是直播活动的策划者、内容的展示者以及交易的引领者[3]。主播的个人魅力是电商直播中不可忽视的关键因素之一。通过外在形象、语言表达能力、互动能力、专业知识储备、内容创造力等多个方面的综合作用，主播能够成功吸引观众的关注，赢得他们的信任，并最终促使他们作出购买决策。随着电商直播行业的日益发展，主播个人魅力的塑造与提升将成为主播成功的核心竞争力之一。

2.1. 外在形象

形象是主播吸引粉丝和积累流量的首要条件[4]。外在形象是主播个人魅力的第一印象，包括穿着、妆容、发型、气质等。服饰的搭配要与直播内容相符，比如美妆直播中主播的妆容和服饰能够吸引女性观众，而科技类产品直播中则需要简洁、时尚的外观来传递专业感。此外，主播的身体语言和姿态也至关重要，微笑、手势等都能增加亲和力，促使观众更长时间停留并产生购买欲望。

2.2. 语言表达能力

语言表达能力是主播个人魅力的重要构成要素之一，它直接影响观众对主播的印象以及互动的质量。优秀的语言表达能力不仅能够清晰传递信息，还能吸引观众的注意力、激发情感共鸣，并提升直播的整体效果。首先，主播需要具备清晰流畅的语言表达能力，包括发音标准、语速适中和吐字清晰等基本要求，这能够让观众轻松理解内容，同时展现主播的专业性和自信心。其次，幽默感与感染力是拉近与观众距离的有效工具。如果主播的语言表达有趣、吸引人，消费者不仅能感受到心情的放松与快乐，还会更加集中注意力倾听主播的内容，进而获取其中的有用信息，最终提升购物的效率[5]。通过巧妙运用笑

话、段子或机智的回应，主播可以营造轻松愉快的氛围，调动观众情绪，提高直播活跃度。此外，逻辑性与条理性同样不可或缺，主播需要将复杂的信息以简单明了的方式呈现，确保信息传达准确无误，特别是在讲解产品或分享知识时尤为重要。适应性与灵活性也是关键因素，主播需根据不同场景调整语气、用词或表达方式，满足特定受众需求，并在面对突发情况时灵活应变，保持直播连贯性。更重要的是，语言不仅是交流工具，更是情感传递的桥梁，主播可以通过真挚的语言表达自己的情感，触动观众内心深处的共鸣点，从而增加观众的喜爱和支持。最后，语言表达能力的提升离不开学习与积累，主播可通过阅读书籍、观看优秀演讲视频或参加语言培训等方式不断进步，同时关注行业动态和社会热点，丰富自身知识储备，为表达提供更多素材和灵感。

2.3. 互动能力

实时互动是电商直播模式的核心特征。互动性对消费者感知价值具有积极的促进作用[6]。在直播中，良好的互动能力能够拉近主播与观众之间的距离，增强观众的参与感和归属感，从而提升直播的吸引力和粘性。首先，主播需要具备敏锐的观察力，能够快速捕捉弹幕、评论或私信中的关键信息，并及时作出回应。这种能力不仅体现了主播对观众的关注，还能让观众感受到被重视，进而增加他们的参与热情。其次，高效的沟通技巧是互动的核心，主播需要倾听观众的声音、理解其需求，并用恰当的语言进行回应。通过调整语气、语速或措辞，以及适当的提问和引导，可以激发观众的主动参与，使互动更加活跃。同时，互动不仅仅是简单的问答或闲聊，更是一种情感的交流。主播需要善于通过语言、表情和肢体动作传递真诚的情感，与观众建立深层次的连接。当观众感到主播真正关心他们时，他们会更容易产生情感共鸣，形成对主播的信任和支持。此外，灵活应变的能力也至关重要，面对观众提出的各种意想不到的问题或观点，主播需要迅速调整思路和表达方式，给予合理的回应，展现智慧和风度。为了进一步激励观众积极参与，主播还可以设计一些激励措施，如点赞抽奖、回答问题赢礼物等，并对积极参与互动的观众给予肯定和回馈，比如点名表扬、赠送虚拟礼物或专属称号，让观众感受到自己的价值，增强忠诚度。最后，互动能力并非一成不变，而是需要主播在实践中不断学习和改进。通过复盘直播过程，分析互动环节的成功与不足之处，总结经验教训，同时借鉴其他优秀主播的互动技巧，结合自身特点加以运用，逐步形成独特的互动风格。

2.4. 专业知识储备

主播的专业知识储备能够增强其在观众中的权威感和信任感。专业性指的是带货主播拥有向观众传递与产品相关准确知识和经验的能力[7]。了解产品的特点、优势及使用方法，能帮助主播消除消费者的疑虑，尤其是对于高科技或复杂产品，主播通过清晰的讲解能够提升观众的购买信心。此外，专业性还让主播能够与品牌商建立更紧密的合作关系，提升市场影响力。

2.5. 内容创造力

内容创造力指的是主播能够根据市场需求和消费者偏好，持续输出新颖、有趣且有价值的直播内容的能力。这种能力不仅包括对产品卖点的创新呈现，还涉及策划独特的直播主题、设计吸引人的活动形式以及结合当下热点制造话题讨论。通过展现强大的内容创造力，主播可以为观众带来耳目一新的体验，增强观众的参与感和记忆点，从而进一步提升其个人影响力和粉丝黏性。例如，一些优秀的主播会将产品展示与故事讲述相结合，用生动的情节或真实案例吸引观众；或者通过跨界合作、趣味挑战等方式，让直播内容更具吸引力。这种创新性的内容输出不仅能强化消费者的认同感，还能让主播在竞争激烈的市场中脱颖而出，形成独特的个人品牌。因此，内容创造力不仅是主播个人魅力的加分项，更是其长期发展的核心竞争力之一。

3. 主播个人魅力对消费者购买决策的具体影响

3.1. 增强消费者信任感

信任感是消费者购买决策中的核心因素之一。在直播带货中，消费者对主播及商品的信任是一个逐步建立和提升的过程[8]。主播通过清晰、精准的产品介绍和答疑解惑，让观众了解产品的特点、使用方法等，并提供有价值的建议，从而减少观众的疑虑，增强消费者的信任感。与此同时，主播的亲力和真诚度也是建立信任的重要因素。分享自己对产品的真实使用体验，能够让观众感受到主播的真诚，这种情感上的共鸣会促进消费者的购买决策。

3.2. 激发消费者社会认同感

在电商直播的场景中，观众在面对选择时往往倾向于寻找社会认同的依托。消费者在直播间的购买行为是其认同感的体现，通过消费行为表达他们所认同的社会身份[9]。消费者在直播间的购买行为不仅是对商品功能或价格的认可，更是其认同感的一种外在表达方式。当消费者选择购买某个主播推荐的产品时，实际上是在传递他们对主播所代表的价值观、生活方式或社会身份的认同。例如，支持某位网红主播可能意味着消费者认可其所倡导的年轻、时尚或个性化的态度；而选择环保或公益性质的产品，则表明消费者希望展现自己对社会责任的关注与追求。直播间作为一种社交化场景，通过互动和群体效应强化了这种认同感，使消费行为成为消费者融入特定社群、表达自我价值和社会身份的重要途径。因此，购买行为不仅是物质层面的选择，更是一种深层次的文化和心理的体现。

3.3. 引发消费者情感共鸣

消费者的满足感不仅源于商品本身，还来自于购物的整个过程。因此，关注用户的情感体验、塑造情感认同，并寻找消费者与商品及销售环节之间的情感共鸣点，已成为当前消费市场的重要特征[10]。在购买决策中，情感因素往往比理性分析更具影响力。电商直播中的主播通过展现情感和个性魅力，能够引发观众的情感反应，从而推动购买行为。主播与观众之间的情感互动非常重要，通过分享个人故事、与观众互动等方式，主播可以增强观众的参与感和归属感，当观众感受到与主播的情感共鸣时，会更倾向于购买主播推荐的商品，并将其视之为情感连接的纽带。此外，幽默感和娱乐性也是情感驱动的重要因素。主播的情绪可以传递给观众，积极愉快的情绪体验会促使观众主动参与直播间的互动，并且这种愉悦感还能够对消费者的购买行为产生正面影响[11]。一些主播通过幽默的语言和轻松的氛围调动观众情绪，营造愉快的购物环境。这种情感氛围能够激发观众的冲动购买欲望，使其在愉快的情绪中作出购买决策。因此，主播通过幽默感和娱乐性无形中促进了消费者的购买行为。

4. 电商直播中提升主播个人魅力的建议

在电商直播这一充满竞争与机遇的新兴领域中，提升主播的个人魅力不仅是吸引观众眼球、增强粉丝群体粘性的关键所在，更是推动商品销售转化、实现商业价值的重要驱动力。为此，主播需采取一系列综合策略，全方位地打磨与提升自身的个人魅力。

4.1. 夯实专业知识基础

深厚的专业知识是主播魅力的基石。每个职业都需要专业知识和技能，作为带货主播，掌握相关产品内容是主播进行带货的基础准备工作[12]。在电商直播中，主播的专业知识基础是其个人魅力和职业竞争力的核心支撑。首先，主播需要深入了解产品信息，对所推广的产品进行全面而深入的学习。这不仅包括产品的功能、特点、使用方法等基本信息，还应涵盖其背后的原理、技术参数以及市场定位等内容。

通过提供专业且准确的信息,主播能够有效解答观众疑问,增强观众的购买信心。其次,主播还需要掌握行业相关知识,对所在行业的整体动态和发展趋势有所了解。这包括行业内的最新技术、流行趋势、竞争对手情况以及相关法律法规等。通过对行业知识的积累,主播能够为观众提供更多元化的视角和价值,使直播内容更加丰富和权威。同时,学习心理学与销售技巧也是必不可少的一环。电商直播本质上是一种销售行为,主播需要掌握一定的心理学知识和销售技巧,以更好地满足观众需求并促成交易。例如,通过分析观众的心理预期,设计更具吸引力的促销方案;运用稀缺性原理(如限时抢购)激发观众的购买欲望;或者利用社会认同效应(如展示其他用户的正面评价)增加产品的可信度。此外,良好的沟通技巧也能帮助主播更高效地传递信息,拉近与观众的距离。为了突破单一领域的局限性,主播还可以适当拓展跨领域的知识面。例如,在直播中融入文化、历史、艺术等元素,不仅能让内容更加有趣,还能展现主播的综合素质和个人魅力。一位懂得将产品特性与生活场景相结合的主播,往往更容易引发观众的情感共鸣,进而提升直播的吸引力。最后,持续学习与实践结合是巩固专业知识的关键。专业知识的积累并非一蹴而就,而是需要主播在日常工作中不断学习和实践。可以通过阅读行业资料、参加培训课程、向专家请教等方式提升自身水平。同时,将所学知识灵活运用于实际直播中,并根据观众反馈进行调整优化,才能真正实现知识的价值最大化。

4.2. 增强互动沟通效果

在电商直播中,互动沟通是连接主播与观众的关键环节,直接影响观众的参与感和满意度。通过增强互动沟通效果,主播不仅能够提升个人魅力,还能有效促进观众的留存率和转化率。首先,快速响应观众需求至关重要。在直播过程中,观众通常会通过弹幕、评论或私信表达想法或提出问题,主播应具备敏锐的观察力和快速反应能力,及时捕捉并回应这些信息。其次,设计多样化的互动形式能够吸引更多观众参与。直播电商通过引入丰富的娱乐内容和互动玩法,可以缩小主播与顾客之间的消费距离,进一步增强顾客的购买意愿[13]。单一的问答式互动容易让人感到枯燥乏味,因此主播可以尝试设置抽奖环节、有奖问答、投票活动或小游戏等,激发观众的积极性;还可以邀请忠实粉丝连麦互动,增加直播的真实感和趣味性;结合直播内容开展挑战赛或分享环节,也能为主播与观众之间的沟通增添更多亮点。最后,互动不仅仅是信息的传递,更是情感的交流。主播应善于运用语言、表情和肢体动作,与观众建立深层次的情感连接。

4.3. 展现良好形象风貌

在电商直播中,主播的形象风貌不仅是个人魅力的重要体现,也是影响观众第一印象和信任感的关键因素。良好的形象风貌能够传递积极向上的态度,增强观众的认同感,从而为主播赢得更多的支持与关注。首先,主播需要注重外在形象管理,仪表仪容是观众最直观的感受来源。这包括得体的着装、整洁的发型以及自然的妆容,根据直播主题和目标受众的不同选择合适的穿搭风格,既能展现个人特色,又能符合场景需求。同时,保持良好的精神状态和自信的笑容,能让观众感受到主播的亲合力与专业性。其次,内在气质的培养同样不可或缺,主播应通过不断学习和积累提升文化素养与综合素质,展现出独特的个人魅力。无论是谈吐间的风度还是处理问题时的从容,都能让观众感受到主播的专业性和成熟度,而积极乐观的心态和正能量的传递,则能为观众带来愉悦的情感体验,加深对主播的喜爱和支持。此外,肢体语言在沟通中的作用不容忽视,主播可以通过恰当的动作辅助语言表达,增强信息传递的效果。例如,适度的手势可以帮助强调重点内容,真诚的眼神交流则能让观众感受到被关注和重视。需要注意的是,肢体语言应自然流畅,避免过度夸张或僵硬,以免分散观众注意力或引起不适。同时,作为公众人物,主播的生活方式也会对观众产生潜移默化的影响,因此塑造健康、积极的生活态度尤为重要,如规

律作息、合理饮食和适量运动等，一个充满活力、精神饱满的主播更容易吸引观众并激发共鸣。最后，尽管良好的形象需要精心打造，但主播仍需保持真实的自我，避免过度包装导致的疏离感。每位主播都有自己的独特之处，通过挖掘并展现个人特色，如幽默风趣的性格或深厚的专业知识，可以让观众感受到与众不同的魅力。

4.4. 坚守诚信经营原则

在电商直播中，诚信经营是主播赢得观众信任、塑造个人魅力以及实现长期发展的基石。作为连接品牌与消费者的重要桥梁，主播的一言一行直接影响观众对商品的认知和购买决策。因此，坚守诚信经营原则不仅是职业道德的要求，更是提升个人影响力的核心要素。首先，主播必须真实展示商品信息，在推广产品时确保所传递的内容基于事实，避免夸大其词或虚假宣传。无论是描述商品的功能、材质还是使用效果，都应客观表达，例如在介绍护肤品时明确说明适用人群及可能的副作用，在推荐食品时如实告知成分和保质期等关键信息，以此建立可靠的信誉，增强观众的信任感。其次，严选优质合作品牌也是诚信经营的重要体现，主播应优先选择口碑良好、质量过硬的企业进行合作，同时主动了解品牌的生产流程和质检标准，并将这些内容分享给观众，进一步提升透明度和可信度。此外，面对可能出现的问题或质疑，主播需要以坦诚的态度及时回应，承认错误并提出解决方案。例如，当有观众反馈某款产品存在瑕疵时，主播可以迅速联系品牌方核实情况，并承诺为受影响的消费者提供退换货服务，这种积极负责的表现不仅能化解危机，还能加深观众对主播的信任。同时，尊重消费者的权益也是诚信经营的重要组成部分，主播应在直播中清晰说明商品价格、优惠活动规则以及售后服务政策，避免误导性表述，对于观众提出的合理诉求给予充分重视并妥善处理，展现对消费者利益的高度重视。作为公众人物，主播的行为往往会被放大和关注，坚持诚信经营不仅是对观众负责，也是对自己职业声誉的投资。通过始终如一地践行诚信原则，主播可以逐渐积累良好的口碑，成为行业的标杆人物，吸引更多忠实粉丝，同时带动整个行业向更加健康的方向发展。

5. 结语

电商直播中，主播的个人魅力作为影响消费者购买决策的重要因素，展现了多维度的作用。从形象到互动，从信任到情感，主播通过其魅力在消费者心理与行为层面产生深远的影响。然而，主播的个人魅力并非孤立存在，其效果还受到商品质量、品牌信任以及消费者个体特征等多重因素的交互作用。因此，在未来的研究与实践中，探讨如何将主播的个人魅力与其他营销策略有效结合，将是电商行业发展的重要方向。

参考文献

- [1] 宋林霖, 黄雅卓. “变”与“常”: 电商直播监管的问题检视与对策探寻[J]. 河南社会科学, 2020, 28(12): 106-114.
- [2] 魏剑锋, 李孟娜, 刘保平. 电商直播中主播特性对消费者冲动购买意愿的影响[J]. 中国流通经济, 2022, 36(4): 32-42.
- [3] 王翠翠, 徐静, 秦海生, 等. 电商主播类型对消费者购买行为的影响: AI 主播和真人主播[J]. 管理科学, 2023, 36(4): 30-43.
- [4] 李亘, 许加彪. 解析流量密码: 基于电商直播带货的研究[J]. 传媒, 2024(15): 70-72.
- [5] 王红, 陈惠琳, 谢嘉茜, 等. 直播带货情境下主播语言内容特征对消费者购买意愿的影响研究[J]. 管理现代化, 2022, 42(6): 59-65.
- [6] 赵保国, 王耘丰. 电商主播特征对消费者购买意愿的影响[J]. 商业研究, 2021(1): 1-6.
- [7] 刘凤军, 孟陆, 陈斯允, 等. 网红直播对消费者购买意愿的影响及其机制研究[J]. 管理学报, 2020, 17(1): 94-104.
- [8] 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, 34(10): 38-47.

-
- [9] 徐岸峰, 刘紫辉. 直播带货情境下消费者购买决策的影响因素——基于注意力经济视角[J]. 商业经济研究, 2024(1): 83-86.
 - [10] 许一婷, 林颖. 网络直播营销驱动消费行为的内在机理——沉浸传播、身体媒介化与情感注入新视点[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2021(12): 111-117.
 - [11] 肖珺, 郭苏南. 算法情感: 直播带货中的情绪传播[J]. 新闻与写作, 2020(9): 5-12.
 - [12] 张艳荣, 闫晓彤. 论“电商 + 直播”营销新模式[J]. 学术交流, 2021(4): 100-110.
 - [13] 韩秀萍. 直播电商、品牌象征价值与顾客购买意愿的关系探讨[J]. 商业经济研究, 2024(2): 83-86.