

直播电商消费心理耗损的经济效应与传统电商延迟价值韧性研究

曹 颖

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年7月7日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月25日

摘 要

直播电商以即时互动与场景沉浸重构消费决策逻辑, 其诱发的消费心理耗损表现为冲动消费后的认知失调、决策后悔及信任衰减, 正外化为系统性经济效应, 冲击电商交易效率、成本结构及市场秩序。传统电商依托“搜索、比价、延迟决策”模式形成的延迟价值韧性, 在保障理性消费与供应链稳定中具有独特经济价值。本文以电商经济运行框架, 解析直播电商心理耗损向交易成本攀升、供需错配及用户价值缩水的传导机制, 阐释传统电商延迟价值韧性的核心构成即理性决策效能、供应链协同能力、信任积淀及其支撑作用, 通过构建“心理耗损与价值韧性”分析模型, 揭示二者动态平衡规律。研究发现, 直播电商短期红利与传统电商长期韧性存在协同空间, 功能互补可降低系统风险并提升整体效率。本文为数字消费时代电商生态演化提供理论视角, 亦为平台优化与政策制定提供学术依据。

关键词

直播电商, 心理耗损, 传统电商, 延迟价值

Study on the Economic Effects of Consumer Psychological Depletion in Live-Streaming E-Commerce and the Resilience of Delayed Value in Traditional E-Commerce

Ying Cao

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 7th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 25th, 2025

文章引用: 曹颖. 直播电商消费心理耗损的经济效应与传统电商延迟价值韧性研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 2184-2190. DOI: 10.12677/ecl.2025.1482763

Abstract

Live-streaming e-commerce has reshaped consumer decision-making logic through real-time interaction and situational immersion. The resulting consumer psychological depletion manifests as cognitive dissonance after impulsive consumption, decision regret, and eroding trust, which externalize into systemic economic effects—impacting e-commerce transaction efficiency, cost structures, and market order. Traditional e-commerce, anchored in the “search, price comparison, and delayed decision-making” model, has fostered resilience in delayed value, holding unique economic significance in safeguarding rational consumption and supply chain stability. This paper, framed within e-commerce economic operations, analyzes how psychological depletion in live-streaming e-commerce transmits to rising transaction costs, supply-demand mismatches, and diminishing user value. It also elaborates on the core components of traditional e-commerce’s delayed value resilience: rational decision-making efficacy, supply chain synergy, and trust accumulation, along with their supporting roles. By constructing an analytical model of “psychological depletion vs. value resilience,” it uncovers the laws governing their dynamic balance. The study reveals synergistic potential between live-streaming e-commerce’s short-term dividends and traditional e-commerce’s long-term resilience; functional complementarity can reduce systemic risks and enhance overall efficiency. This research offers a theoretical perspective on e-commerce ecosystem evolution in the digital consumption era, while providing academic grounding for platform optimization and policy formulation.

Keywords

Live-Streaming E-Commerce, Psychological Depletion, Traditional E-Commerce, Delayed Value

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

数字技术驱动的消费范式变革正深刻重构零售业生态。电商直播氛围已经成为诱导消费者冲动性购买意愿的重要营销手段[1]。网经社发布的《2024 年中国直播电商市场数据报告》显示，2024 年直播电商交易规模超 5.32 万亿元，同比增长 8.31% [2]，其“边看边买”的实时转化模式重构了传统电商的线性决策范式。然而，电商直播消费者在购买决策过程中的行为特征主要有被动性、社交互动性、非计划性、快速性、冲动性、负面性[3]。在直播场景中“限时秒杀”、“情感诱导”等策略下，诱发的认知失调、决策后悔及信任衰减等心理耗损现象，正通过交易链路外化为系统性经济效应：高退货率推高履约成本，虚假需求引发供需错配，削弱电商经济稳定性。

从电商本质来看，淘宝等电商平台在传统电商阶段发展的是货架式电商，满足消费者的目的性消费需求[4]。传统电商依托“搜索、比价、延迟决策”模式形成的“延迟价值”，在理性消费保障与供应链稳定中展现独特韧性，包括需求与商品的精准匹配、基于真实需求的供应链优化及用户自主决策积淀的信任。但这一价值常被视为“效率劣势”，其韧性生成机制及对直播电商心理耗损的对冲作用尚未被充分研究。

现有研究存在局限：对直播电商多聚焦流量转化等积极效应，忽视心理耗损的经济传导；对传统电商韧性的探讨停留于技术层面，缺乏对“延迟价值”的系统挖掘及与直播电商的互补性分析。因此，厘清直播电商心理耗损的经济效应、传统电商延迟价值韧性的作用机理及二者平衡路径，成为重要命题。

2. 文献综述与理论基础

2.1. 国内外研究现状

2.1.1. 直播电商的相关研究

电商平台是数字经济的重要组成部分[5]。电商直播的兴起是数字技术与消费范式变革的双重产物。国内学者洪晓棚(2024),将电商直播定义为主播作为传播核心,依托直播技术手段向直播间用户传达商品信息并提供情绪娱乐价值,以促进商品交易目标的强互动性新型电子商务模式[6]。这一定义凸显了“人-货-场”的三元互动特征。国内外研究进一步聚焦直播电商中主播对消费者决策产生的重大影响。国内学者王雨晨、郭瑞(2025)指出直播电商在促进消费者购买过程中吸引力最强的是主播互动特质、专业能力、人格特质和社会影响[7]。冯旭日、许萌(2025)认为主播的即时互动及个性化交流可以直接正向刺激消费者购买意愿,通过提升消费者认知信任和情感信任间接刺激消费者的冲动购买[8]。学者 Lin Liu (2023)的研究分析了直播平台信任以及直播主播信任、物质激励、限时促销对冲动购买意愿的作用[9]。

然而,现有研究存在明显的视角偏向:多聚焦流量转化、用户增长等积极效应,对直播场景中非理性决策引发的负面后果关注不足。虽有研究提及主播互动与促销策略的转化价值,但未深入探讨这些策略背后潜藏的心理风险,尤其缺乏对“冲动消费-心理耗损-经济成本”传导链路的系统性分析,这导致现有理论难以解释直播电商高退货率、用户流失率与规模增长并存的现实矛盾,构成了研究的核心缺口。

2.1.2. 电商中消费者心理的相关研究

直播电商的爆发性增长背后潜藏着复杂的消费者心理机制,国内外学者正从多维度解构其决策心理的异化过程。国内学者许景贤等人(2024)表明直播间的饥饿营销,如限制营销时间和促销数量,可作用于消费者的感知价值和感知竞争性,进而影响消费者的冲动购买行为[10],使得消费者未看清具体商品信息就立刻下单。而“拆箱惊喜”的预期与实际体验的落差,又会导致近半数消费者产生“被套路”的负面情绪,这种心理波动在美妆、服饰等视觉依赖型品类中尤为突出。国外学者 Mansoor 等(2005)指出,消费者在购买决策过程中出现时间压力的时候,一般内在的时间压力会比外在的时间压力更容易让消费者作出一些非理性的决策[11]。但这些研究对冲动后的负面效应追踪不足。

相较于直播电商的心理异化,传统电商的消费者心理呈现更稳定的渐进式决策特征。彭宁(2023)提出在传统网购中,消费者是带有目的性去购买商品,即使购买的商品不确定,但是商品类目是确定的,这种购物是基于消费者需求的[12]。消费者通过自身需求去检索购买产品比直播电商的随机性购买所产生的后悔率低得多,而用户评价区的“真实使用场景”分享,会通过“社会证明”机制缓解购买焦虑,使复购率比无评价商品高。这都反映出延迟决策带来的心理安全感积累效应,因此需要将直播电商与传统电商结合,达到动态平衡。但现有研究多将传统电商的“延迟决策”视为效率劣势,忽视其在风险控制中的韧性价值,更未建立与直播电商心理耗损的关联分析,导致两类模式的互补性研究长期缺位。

综上,现有研究存在双重局限:一是对直播电商的分析停留在“转化驱动”层面,缺乏心理耗损的经济效应研究;二是对传统电商的探讨忽视延迟价值韧性,且未构建两类模式的协同分析框架。这一研究空白正是本文的核心切入点。

2.2. 理论基础

2.2.1. 认知失调理论

Festinger 提出的认知失调理论,聚焦个体认知与行为不一致时产生的心理紧张状态。直播电商中,“限时抢购”、“情感诱导”等策略常促使消费者做出与自身真实需求背离的购买行为,这种“冲动决策”与“实际需求”的冲突会引发强烈认知失调——表现为收到商品后的后悔感、对主播宣传的质疑,

甚至通过退货行为缓解心理矛盾。这种认知失调将直接转化为经济摩擦成本。传统电商的“延迟决策”模式通过需求与商品的精准匹配，从源头减少认知失调，从而降低供应链资源错配的概率，提升整体配置效率。

2.2.2. 交易成本理论

Coase 提出的交易成本理论，将交易过程中的信息搜寻、谈判、履约及违约处理等成本纳入经济分析框架，为解析电商模式的效率差异提供了核心视角。在直播电商中，“即时转化”的特性压缩了信息搜寻与决策评估的时间窗口，导致事前交易成本被隐性转移为事后成本：消费者因冲动购买产生的退货行为，推高物流逆向流转、库存重新处理的履约成本；而主播与消费者之间的信息不对称，易引发纠纷并增加平台的调解成本。这种“事前简化、事后激增”的成本结构，本质是心理耗损外化为经济成本的直接体现。

传统电商的“延迟决策”模式则通过优化交易成本分布提升系统韧性：搜索比价功能降低信息搜寻成本，用户评价与第三方认证减少谈判成本，而基于长期数据积累的信用体系降低违约风险。这种“事前信息投入、事后成本节约”的逻辑，使延迟价值转化为交易成本的可控性，进而支撑供应链的稳定性。二者的成本差异印证了交易成本理论对电商生态效率的解释力——直播电商的短期流量红利需与传统电商的成本控制能力互补，才能实现整体交易系统的优化。

3. 直播电商消费心理耗损的经济效应传导机制

3.1. 交易成本攀升效应：从心理冲突到经济摩擦

认知失调引发的退货行为与信任衰减推高的监督成本，构成交易成本膨胀的双驱动。冲动消费行为使消费行为产生了异化[13]。直播场景中，消费者因“限时秒杀”、“情感诱导”产生的冲动决策，在收到商品后常因“实际价值与预期不符”产生心理冲突。直播电商平均退货率远高于传统电商。

退货行为直接推高逆向物流成本，主要包括仓储重新质检、包装损耗、二次配送等费用。此外，心理耗损引发的信任衰减加剧交易纠纷：消费者因“被套路”感知发起的维权投诉，使平台调解成本同比增加，而主播与消费者的信息不对称进一步拉长纠纷处理周期，导致交易效率下降。这种“心理冲突 - 行为纠偏 - 成本激增”的传导链，本质是心理耗损向经济系统的直接转移。

3.2. 供需错配效应：虚假需求对供应链的冲击

直播电商的“瞬时流量爆发”特性，通过心理耗损催生虚假需求，引发供应链的“潮汐式波动”。主播通过“限量发售”、“饥饿营销”制造稀缺感，刺激消费者产生非真实需求。高居不下的退货率已成为阻碍直播电商行业健康可持续发展的重要因素，导致电商产业陷入表面繁荣的虚假现象[14]。

这种“虚假繁荣”迫使供应商紧急扩产，而热潮退去后，过剩产能与滞销商品形成资源浪费。从产业链视角看，虚假需求向上游传导导致原材料价格波动，向下游挤压渠道利润，最终破坏电商经济的供需平衡机制。更深远的影响在于，虚假需求扭曲了市场信号的真实性。供应链依赖需求数据调整生产，而直播电商的“泡沫需求”使企业误判市场容量，导致产能扩张与实际需求脱节，形成大量滞销库存，引发资金链压力。

3.3. 用户价值缩水效应：信任衰减的长效侵蚀

直播电商中信任衰减的核心在于“瞬时信任”与“长期价值”的断裂，其对用户价值的侵蚀呈现系统性与持续性特征。心理耗损引发的决策后悔与“被套路”感知，首先破坏用户对主播及平台的认知信任——消费者对商品信息真实性、促销活动公正性的质疑，直接降低其再次参与直播购物的意愿。经历

过冲动消费后悔的用户，直播复购率会下降，且这种负面体验会通过社交网络形成口碑扩散，使用户负面评价影响潜在用户，间接推高平台获客成本。

更深层的影响体现在用户生命周期价值的萎缩。传统电商中，用户价值随信任积累呈递增趋势，而直播电商的信任衰减导致用户生命周期缩短：新用户首次参与直播购物后，若产生心理耗损，其留存周期会缩短，且单用户贡献收入会大幅下降。信任缺失还会削弱用户对平台的价格容忍度，即当用户认为“直播促销存在套路”时，对溢价商品的接受度降低，迫使平台陷入“低价竞争-利润压缩”的恶性循环，进一步限制用户价值挖掘空间。

4. 传统电商延迟价值韧性的构成与作用机理

4.1. 理性决策效能：需求匹配精度的提升机制

传统电商的“搜索-比价-延迟决策”模式，本质是通过赋予用户信息主导权，构建需求与商品的精准匹配机制。消费者通过主动检索目标品类、比对多维度商品参数、分析同类用户反馈等行为，将模糊的消费意向转化为明确的决策依据，这一过程天然排斥冲动性选择。延迟决策的时间窗口为信息筛选提供了缓冲空间，使消费者能够更全面地评估商品与自身需求的契合度，减少因信息不全或情绪干扰导致的错配。

与直播电商“即时转化”中被动接受信息的模式不同，传统电商用户的决策过程具有更强的主动性——从需求识别到商品筛选的每一步均由用户自主掌控，这种参与感强化了对决策结果的认同度。即使出现轻微预期偏差，用户也更倾向于通过调整使用场景而非退货来消化差异，从而降低无效交易的概率。这种以用户为中心的决策逻辑，从源头提升了需求与商品的匹配精度，减少资源错配造成的浪费，成为传统电商韧性体系中保障交易质量的基础环节。

4.2. 供应链协同能力：真实需求驱动的弹性响应体系

传统电商的供应链协同，依托长期积累的真实消费数据构建动态响应机制，与直播电商“瞬时流量冲击”下的供应链震荡形成鲜明对比。其核心在于通过整合用户检索记录、收藏偏好、历史购买等多维度信息，形成稳定的需求基线，为产业链各环节提供可靠的决策依据。

延迟决策模式下，消费者的选择更贴近实际需求，这种“去泡沫化”的需求信号向上游传导，使供应商能够制定更均衡的生产计划，避免为应对短期爆发式订单而紧急调整产能，从而减少资源错配。供应链各环节基于真实需求协同联动：上游供应商可根据稳定的需求预期安排原材料采购，中游生产商通过柔性排产平衡产能与库存，下游经销商则依据精准需求预测控制备货规模，形成“需求-生产-流通”的平滑闭环。

4.3. 信任积淀：用户自主体验构建的长效价值壁垒

传统电商的信任体系植根于用户自主参与的决策过程与长期互动实践，形成兼具抗风险能力与延续性的价值壁垒，与直播电商“瞬时信任”的脆弱性形成鲜明对比。用户评价、追评反馈、问答互动等UGC内容构成“群体智慧”的信任网络，通过真实体验的共享降低信息不对称，使消费者对商品价值的认知更贴近实际。这种基于自主判断的信任建立方式，让用户对交易结果的认同感更强，即使出现轻微预期偏差，也更倾向于通过沟通解决而非采取极端维权行为，从而减少信任破裂的概率。

信任积淀的长效价值体现在其对用户行为的稳定影响：随着互动周期延长，用户对平台的信任度逐步深化，转化为更高的复购意愿与品牌忠诚度。相较于直播电商依赖短期促销维持的交易关系，传统电商的信任体系能支撑更稳定的用户留存，且这种信任可转化为对合理溢价的接受度，避免陷入低价竞争

的恶性循环，为平台保留可持续的利润空间。更深层的意义在于，用户自主掌控信息筛选与决策判断的过程，会强化对平台的心理认同，这种认同成为抵御直播电商信任衰减的重要屏障，保障电商生态的长期稳定性。

5. “心理耗损 - 价值韧性”动态平衡模型与协同路径

5.1. 动态平衡模型的核心逻辑

模型以“心理耗损强度”与“延迟价值韧性”为纵横轴，构建四象限分析框架。高耗损 - 低韧性象限中对应直播电商无序扩张状态，因过度追求即时转化导致心理耗损失控，供应链波动与用户流失加剧，系统风险最高；低耗损 - 高韧性象限中体现传统电商保守运行状态，虽通过延迟决策降低风险，但缺乏即时互动的场景价值，增长动能受限；动态平衡象限中通过直播电商与传统电商的功能耦合，形成“即时体验 + 理性决策”、“流量爆发 + 供应链稳定”、“瞬时信任 + 长效积淀”的三重平衡。此时心理耗损被控制在合理范围，延迟价值韧性充分发挥，系统既保持增长活力，又具备抗风险能力。

模型的核心启示在于，单一模式的极端化会引发系统失衡，而平衡的关键在于识别两类模式的功能边界——直播电商更适合低决策成本、高体验需求的场景，传统电商则主导高决策成本、重信任积淀的领域，通过场景分流实现“各安其位”。

5.2. 协同路径的实践方向

5.2.1. 场景融合：构建“体验 - 决策”闭环

直播电商需嵌入传统电商的“理性决策基础设施”，如在直播界面关联商品参数页、历史评价及比价工具，让用户在沉浸体验中仍能自主筛选信息，减少冲动决策后的心理耗损；传统电商则可引入轻量化直播场景，针对复杂商品例如智能家居开设场景化导购直播，通过实时演示弥补静态信息的体验短板。这种融合既保留直播的即时吸引力，又赋予用户决策自主权，使情绪激发与理性评估形成连续闭环。

5.2.2. 供应链协同：打通“流量 - 需求”信号通道

打破两类模式的数据壁垒，建立“短期脉冲 + 长期基线”的需求预测机制：直播电商的瞬时流量数据作为供应链短期调整的参考(例如补货节奏)，传统电商的历史消费数据作为长期产能规划的依据(例如年度生产计划)。通过信号交叉验证，供应商可避免被单一模式的虚假需求误导，减少扩产滞销的资源浪费。

5.2.3. 信任体系共建：衔接“瞬时 - 长效”信任链条

建立跨模式的信任评价维度，将直播电商的主播信用如合规评分、售后响应速度与传统电商的店铺信用如好评率、退货处理效率纳入统一体系，让用户通过标准化指标评估交易风险。同时推动信任信息互通，直播场景中展示商品的历史评价数据，传统商品页关联相关直播的用户实时反馈，使“瞬时信任”主播互动与“长效信任”评价积累形成正向循环，降低信息不对称引发的信任衰减。

5.3. 平衡的价值与边界

动态平衡的终极目标不是消除心理耗损或否定延迟价值，而是通过协同将系统风险控制在可承受范围，同时保留两类模式的核心优势。实践中需警惕“过度融合”的陷阱。直播电商若盲目复制传统电商的冗长决策流程，会丧失场景活力。传统电商若强行模仿直播的高频促销，会稀释信任积淀。唯有立足功能本质的互补，直播电商以“体验引流”激活需求，传统电商以“韧性支撑”巩固价值，才能实现电商生态的可持续发展，为数字消费提供“活力与稳定”兼具的制度保障。

6. 结语

直播电商产业已经成为数字经济和实体经济的重要桥梁[15]。本文聚焦直播电商消费心理耗损的经济效应与传统电商延迟价值韧性，通过理论分析与机制解构，揭示了两类电商模式的核心差异与协同空间。研究发现，直播电商的即时互动易诱发认知失调、决策后悔等心理耗损，通过交易成本攀升、供需错配及用户价值缩水传导至经济系统；传统电商依托理性决策效能、供应链协同能力与信任积淀形成的延迟价值韧性，可有效对冲上述风险，保障交易质量与产业链稳定。

动态平衡模型表明，二者并非替代关系，而是通过场景融合、供应链协同与信任共建实现功能互补，在低耗损与高韧性的动态平衡中提升电商生态效率。研究为理解数字消费范式变革提供了理论视角，也为平台优化与政策制定提供了实践依据，助力电商经济在活力与稳定中实现可持续发展。

致 谢

行文至此，落笔为终。回首这段求学时光，心中满是感激。

我要衷心感谢导师张教授，从选题构思到论文定稿，每一个环节都凝聚着您的心血。您严谨的治学态度与开阔的学术视野，不仅指引我跨越学术困境，更教会我独立思考与探索的方法。

感谢同窗好友的陪伴，我们一起在图书馆奋战的日夜、学术讨论时的思维碰撞，都是我最珍贵的回忆。也要感谢家人在背后默默支持，让我能心无旁骛地追逐梦想。

最后，谨以此文献给所有帮助过我的人，愿未来的日子里，带着这份温暖继续前行。

基金项目

江苏省高等学校大学生创新创业省级基金项目(项目编号：202410298163Y)。

参考文献

- [1] 姚静. 电商直播氛围对消费者冲动性购买意愿的影响——基于情绪传染视角[J]. 商业经济研究, 2025(9): 61-64.
- [2] 孙立彬. 直播电商行业将迈入“强监管”[N]. 中国高新技术产业导报, 2025-06-23(017).
- [3] 黎红艳. 扎根理论方法下电商直播消费者行为特征与企业营销策略探究[J]. 商业经济研究, 2024(22): 176-180.
- [4] 郭全中, 刘文琦. 电商平台与短视频平台直播带货的比较研究[J]. 传媒, 2022(9): 49-52.
- [5] 史小今, 李川, 刘希兰, 等. 网络直播电商对实体经济的影响研究[J]. 价格理论与实践, 2024(9): 175-181, 228.
- [6] 洪晓棚. 直播电商情境下互动时长对消费者冲动购买意愿的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 东北财经大学, 2024.
- [7] 王雨晨, 郭瑞. 数字赋能背景下电商直播购买决策的影响因素元分析[J]. 上海市经济管理干部学院学报, 2025, 23(3): 13-27.
- [8] 冯旭日, 许萌. 媒介化消费场域下消费者冲动购买行为的影响因素研究[J]. 新媒体研究, 2025, 11(10): 31-38.
- [9] Lin, L. (2023) How Different Promotions and Consumer Trust Drive Impulse Buying Intention in the Live Streaming Context: An Empirical Investigation. *Journal of Global Economy, Business and Finance*, 5, 152-156.
- [10] 许景贤, 林蓓, 黄志锋. 直播电商中饥饿营销对消费者冲动购买行为的影响[J]. 科技和产业, 2024, 24(11): 101-108.
- [11] Zakay, D. (2000) Gating or Switching? Gating Is a Better Model of Prospective Timing (a Response to ‘Switching or Gating?’ by Lejeune). *Behavioural Processes*, 50, 1-7. [https://doi.org/10.1016/s0376-6357\(00\)00086-3](https://doi.org/10.1016/s0376-6357(00)00086-3)
- [12] 彭宁. 直播电商现状分析与问题的解决对策[J]. 北方经贸, 2023(8): 61-63.
- [13] 蔡朝欣. 消费者在直播带货中冲动行为的影响因素探究[J]. 现代营销(经营版), 2021(13): 92-93.
- [14] 奚凯悦, 鲍磊, 李雅谦. 直播带货中退货的成因、危害及其对策[J]. 时代经贸, 2024, 21(10): 137-140.
- [15] 王亚楠. 直播电商产业价值共创的机制构建与行为实证[J]. 山西财经大学学报, 2024, 46(S2): 71-73.