

“3·15晚会”对广东四会玉器直播行业的影响分析与对策研究

梁菲菲

广州商学院经济学院, 广东 广州

收稿日期: 2024年11月14日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年12月27日

摘要

近年来, 网络直播带货发展迅速, 销量超过传统电商。作为一种新型购物模式, 直播带货带来便利的同时, 也存在侵权风险。四会是我国重要的翡翠加工基地, 享有“中国玉器之乡”的称号。然而, 2022年“3·15晚会”曝光了部分四会玉器直播商家夸大事实、虚假宣传的行为。本文通过收集10个四会玉器直播企业2021年11月至2022年11月的运营数据, 建立随机效应面板数据模型, 发现交易次数、单笔交易最高额、主播人数和单个主播单日最高销量对月营业总额有显著正向影响。分析表明, “3·15晚会”对四会玉器直播行业短期内产生了负面影响, 但信息衰减效应使得长期影响较小, 且可能带来正面作用。最后, 本文从媒体、政府和企业三个方面提出建议, 以促进四会玉器直播行业的健康发展。

关键词

直播行业, 玉器市场, “3·15晚会”

Analysis of the Impact of the “3·15 Gala” on the Jade Live Streaming E-Commerce in Sihui, Guangdong and Research on Countermeasures

Feifei Liang

School of Economics, Guangzhou College of Commerce, Guangzhou Guangdong

Received: Nov. 14th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Dec. 27th, 2024

Abstract

As a new shopping model, live streaming e-commerce has brought convenience to consumers, but

it also carries the risk of intellectual property violations. Sihui, a major jade processing hub in China, is known as the “Home of Chinese Jade.” In the 2022 “3·15 Gala” program, however, some Sihui jade live streaming e-commerce sellers were exposed for exaggerating facts and making false claims. This study collects operational data from 10 Sihui jade live streaming companies between November 2021 and November 2022 and establishes a random effects panel data model. The results reveal that the number of transactions, the highest single transaction amount, the number of hosts, and the highest daily sales per host have a significant positive impact on the monthly sales revenue. The analysis shows that the “3·15 Gala” had a short-term negative impact on the Sihui jade live streaming e-commerce. However, due to information attenuation, the long-term effect is limited, with a potential positive impact in the future. Finally, this paper provides recommendations from three perspectives of media, government, and businesses to promote the healthy development of the Si Hui jade live-streaming e-commerce.

Keywords

Live Streaming E-commerce, Jade Industry, “3·15 Gala”

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

近年来,随着国民经济的迅猛发展,我国已成为全球最大的翡翠玉石消费市场。作为一种新兴的营销手段,直播电商的兴起使得翡翠玉石行业进入了一个新的发展阶段[1]。四会作为广东四大玉器批发市场之一,是国内最大的翡翠加工基地,产品远销港澳台及东欧、东南亚等地。2021年,四会翡翠玉器的成交额达到300亿元,线上销售额占总销售额的60%以上,日均销售额约为3000万元。其中,翡翠线上交易中又以短视频和直播渠道的交易规模最大。根据《2021年中国翡翠行业消费白皮书》数据,2021年翡翠短视频、直播渠道总成交额约达1400亿元,占翡翠线上总成交额的56%,增长迅猛[2]。国内学者对玉器行业的直播市场进行了一系列的研究,表明玉器直播有客户量大、产品动态展示、成本低、加强主客互动、交易过程透明化等优点[3]。李詹璟萱[4]、曹稳政和祖恩东[5]等学者在研究中指出以直播形式进行翡翠销售是发展趋势,但也应理性看待翡翠直播大热后暴露的不足。

央视“3·15晚会”是由央视联合国家相关政府部门,每年3月15日晚举办的一场公益晚会,旨在维护广大消费者的合法权益[6]。2022年“3·15晚会”以“公平守正,安心消费”为主题,继续关注消费领域中的违法侵权行为。此次晚会重点曝光了翡翠直播市场中的种种乱象。例如,一些直播主播通过反复强调价格优势,或虚构身份,诱导消费者购买;还有一些主播在直播间进行价格操控和诱导性推销,误导消费者以为自己购买的是缅甸优质翡翠原石;此外,翡翠直播间中的砍价过程,实际上是主播与货主精心设计的“表演”。“3·15晚会”对翡翠直播乱象的曝光,揭示了直播行业监管不力、企业诚信缺失以及主播素质参差不齐等问题,使广大消费者意识到直播间中潜藏的种种“猫腻”,对当前玉器直播行业产生了深远的影响,四会玉器直播市场也因此成为首当其冲的受关注领域。

本文基于四会玉器直播行业的十家代表性MCN公司(直播营业份额占总额的87%)从2021年11月到2022年11月的销售和直播数据,针对“3·15晚会”对四会玉器直播行业的影响,建立面板数据模型,发现“3·15晚会”对四会玉器直播行业短期内产生了负面影响,但信息衰减效应使得长期影响较小,且可能带来正面作用。本文具有重要的理论与实践意义:第一,玉器直播带货作为一个新兴行业,前景广阔,负面信息的反馈有助于行业的正向调整与健康发展;第二,媒体在信息时代的作用愈发突出,研究

企业和市场在媒体信息机制影响下的应对方式具有重要价值；最后，作为四会市特色产业的玉器产业，以“3·15晚会”为契机进行深入研究，有助于促进玉器产业的健康发展，并推动四会市经济的增长。

2. 数据描述

2.1. 数据来源及赋值

本文数据来源为四会玉器直播行业的十家MCN公司，该十家公司占据了2021年四会玉器直播行业的87%营业额。对于每个公司，获取2021年11月到2022年11月的月度数据。经过整理，得出10(公司)*13(时期)的面板数据。本文使用的各变量名称及单位见表1。

Table 1. Variable description and assignment

表 1. 变量描述及单位

变量名称	变量单位
月营业总额	万元
交易次数	次
单笔交易最高成交额	万元
日最高直播时长	小时
主播个数	个
单个主播单日最高销量	万元

2.2. 数据统计性描述

本文的被解释变量为月营业总额。解释变量分别为交易次数、单笔交易最高成交额、日最高直播时长、主播个数、单个主播单日最高销量。全样本的统计性描述见表2所示。统计性描述结果显示，被解释变量月营业总额最大值为2895，最小值为213，均值为1302.485，说明月营业总额受其他因素影响具有波动性。在解释变量中，主播个数的标准差约为0.507，说明主播个数变动不大；交易次数最大值为8960，最小值为545，单个主播单日最高销量最大值为393，最小值为3，两者标准差分别约为2071.95和85.767，波动较大。

Table 2. Descriptive statistics of full sample variables

表 2. 全样本变量统计性描述

变量名称	均值	标准差	最大值	最小值
月营业总额	1302.485	652.7379	2895	213
交易次数	3608.308	2071.954	8960	545
单笔交易最高成交额	12.22769	5.817229	28.8	2
日最高直播时长	18.02308	1.326331	20	12
主播个数	2.6	0.5073109	4	2
单个主播单日最高销量	100.8308	85.76566	392	3

3. 计量模型

3.1. 月营业总额影响因素的面板回归模型

建立面板回归模型：

$$Re_{it} = \beta_0 + \beta X_{it} + a_i + \mu_{it}, t = 1, 2, \dots, T \quad (1)$$

其中, i 表示不同的四会玉器直播公司, t 表示不同的月份, 本文所使用的数据, T 为 13。 Re_{it} 表示月营业总额; X_{it} 表示表 2 中列出的解释变量的向量, 包括交易次数、单笔交易最高成交额、日最高直播时长、主播个数、单个主播单日最高销量; β 为对应的 X_{it} 的待估计系数; a_i 概括了影响着 Re_{it} 但又不随着时间而变化的所有无法观测的因素, 在固定效应模型中, a_i 即表示固定效应, 若非观测效应与每一个解释变量均无关, 则为随机效应模型, a_i 即表示随机效应。

对于面板数据回归, 实证模型的备选范围有固定效应模型与随机效应模型, 具体检验过程及检验结果如下所示:

Table 3. Results of fixed effects and random effects models in panel regression
表 3. 面板回归的固定效应及随机效应模型结果

变量名称	固定效应模型	随机效应模型
交易次数	0.1563*** (0.29)	0.1683*** (0.22)
单笔交易最高成交额	13.0528** (5.93)	15.7287*** (5.66)
日最高直播时长	46.4338* (24.05)	34.5607 (21.81)
主播个数	84.3392 (63.40)	104.6075* (59.22)
单个主播单日最高销量	1.6013*** (0.41)	1.6660*** (0.39)
样本数	130	130
R-squared	0.6126	0.6113

Robust standard errors in parentheses. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$ 。

从表 3 可以看出, 交易次数、单笔交易最高成交额和单个主播单日最高销量均与月营业总额呈显著的正相关。除此之外, 在固定效应面板模型中, 日最高直播时长与月营业总额呈显著地正相关; 在随机效应面板模型中, 主播个数与月营业总额呈显著地正相关。

3.2. 月营业总额影响因素模型选择及结论

对固定效应模型和随机效应模型进行豪斯曼检验, 结果显示非观测因素与解释变量无关, 因此选择随机效应模型, 构建模型如下:

$$Re_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1,it} + \beta_2 X_{2,it} + \beta_3 X_{3,it} + \beta_4 X_{4,it} + \beta_5 X_{5,it} + a_i + \mu_{it} \quad (2)$$

其中, 下标 i 表示样本直播公司个体, 下标 t 表示时间。 $X_{1,it}$ 为交易次数, $X_{2,it}$ 为单笔交易最高成交额, $X_{3,it}$ 为日最高直播时长, $X_{4,it}$ 为主播个数, $X_{5,it}$ 为单个主播单日最高销量。 a_i 概括了影响着 Y_{it} 但又不随着时间而变化的所有无法观测的因素, 且与每一个解释变量均无关。 β_1 、 β_2 、 β_3 、 β_4 、 β_5 分别为各解释变量的系数。 μ_{it} 为残差项。

根据表 3 的随机效应模型结果, 交易次数、单笔交易最高成交额、日最高直播时长以及单个主播单

日最高销量对月营业总额呈显著性的正相关，为影响月营业总额的关键性影响因素。

3.3. “3·15 晚会”对四会玉器直播行业影响的进一步分析

2022 年“3·15 晚会”披露的玉器直播内幕，对四会玉器直播行业是一个突发的负面冲击。图 1 表示十家 MCN 公司的平均月营业总额以及对应的解释变量平均值在 2021 年 11 月至 2022 年 11 月期间的变化趋势。由图 1 可见，月营业总额在“3·15 晚会”播出后呈现大幅下降趋势，在 2022 年 5 月达到最低值，此后缓慢上升，并于 2022 年 11 月回升至 2021 年的同期水平。此外，交易次数与单个主播单日最高销量也呈同趋势变动。其中，交易次数的波动情况最大。首先，通过观察可以看出，“3·15 晚会”当月的数据相较前几个月呈现出明显的下降趋势，这表明“3·15 晚会”作为媒体的负面报道对企业绩效产生了不利影响，同时也表明在“3·15 晚会”之后，四会玉器直播行业受到了较大的负面冲击，发展进程受阻。其次，从 2022 年 3 月至 6 月，四会玉器直播行业处于调整阶段。最后，三项数据在 2022 年 7 月后出现回升趋势，不难看出，由于信息影响的逐步减弱，在“3·15 晚会”信息价值从峰值逐渐衰减至失效的过程中，交易次数、单笔交易最高成交额与月营业总额呈现出同方向的变化趋势，这表明“3·15 晚会”对四会玉器直播行业的影响正在减弱，从长期来看，影响作用有限。

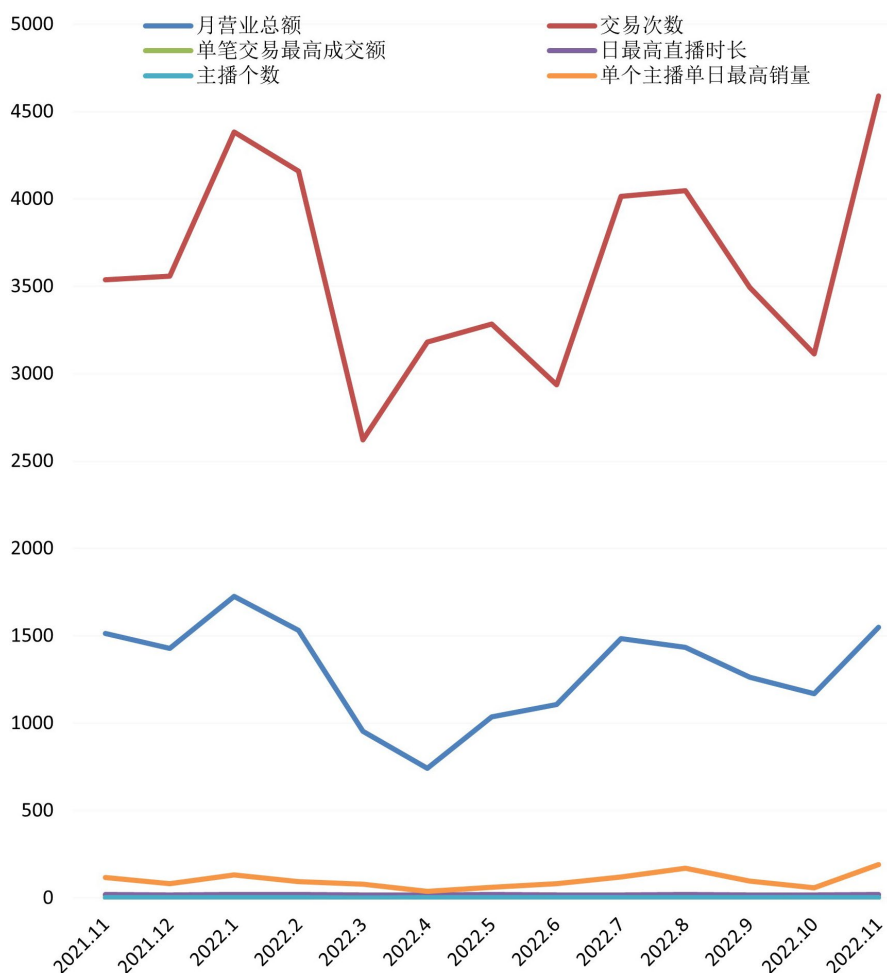


Figure 1. The monthly trend of changes in various variables before and after the “3·15 Gala”
图 1. “3·15 晚会”前后各变量的月度变化趋势

4. 主要结论

本文利用面板数据模型，对四会玉器直播行业的营业数据进行了面板模型分析，并结合“3·15 晚会”前后关键变量的月度变化趋势，得出以下主要结论。

4.1. 影响玉器直播营业总额的主要影响因素为交易次数、单笔交易最高成交额以及单个主播单日最高销量

通过面板数据模型的随机效应和固定效应分析，交易次数、单笔交易最高成交额和单个主播单日最高销量对玉器直播营业总额有显著性的积极影响。对于玉器行业的 MCN 公司而言，想要提高直播营业总额，交易次数、单个主播单日最高销量往往代表着流量大小，直接影响直播间效益，而单笔交易最高成交额往往体现直播间商品的质量高低，同样影响营业额。与此同时，直播时长和主播个数也可能对营业总额形成积极影响。

4.2. “3·15 晚会”在短期内对四会玉器直播行业造成较大的负面影响

“3·15 晚会”播出后，媒体负面报道消息作为消极信号传递给公众，易影响直播间消费者的选择，进而增加企业经营风险，导致短期内企业营业总额降低，市场总额也下滑。与此同时，营业总额的主要影响因素，包括交易次数、单个主播单日最高销量、直播时长等也同样受到“3·15 晚会”信息影响，不可避免地呈现出短期内下滑趋势。

4.3. “3·15 晚会”在长期内对四会玉器直播行业影响不大，反而形成积极促进作用

从长期视角来看，“3·15 晚会”对四会玉器直播行业带来了积极的治理效应。尽管负面报道在短期内对企业的声誉和收益造成了冲击，但当负面曝光所引发的声誉损失成本超过其潜在的不法收益时，企业将逐步意识到合规经营的必要性，从而自觉约束不当行为，及时进行问题排查和纠正，进而提升内部管理水平，优化公司治理结构。媒体的监督和曝光功能在此过程中得到了充分发挥，推动了行业的健康发展。

从信息衰减理论来看，负面信息对直播行业的直接影响会随着时间推移而逐渐减弱并最终消失。在信息影响力减弱的过程中，企业有机会通过改进产品和服务质量、加强品牌建设等方式重建市场信誉，缓解外界对行业的不良观感。与此同时，媒体的持续监督使企业在自律的基础上加强了外部的规范意识，不仅推动了行业在短期内的自我整顿，还在长期层面上增强了企业合规发展的意识和动力，有助于直播行业形成更加规范、透明的市场环境。这种动态的调整和治理机制，使“3·15 晚会”不仅仅是一次负面报道的事件，更成为引导行业规范发展的积极推动力。

基金项目

本课题由广州商学院博士科研项目启动经费(20210421)，广州商学院“人工智能+”试点课程项目(2024rgznsdkc15)资助。

参考文献

- [1] 李宇琦. MCN 视野下瑞丽玉雕市场研究[D]: [硕士学位论文]. 镇江: 江苏大学, 2021.
- [2] 中国珠宝玉石首饰行业协会. 2021 中国翡翠行业消费白皮书[R]. 中国珠宝玉石首饰行业协会, 2021.
- [3] 王沛炼, 陈思琦. 浅谈珠宝电商的发展——以淘宝翡翠直播间为例[J]. 现代营销(下旬刊), 2018(11): 166-167.

- [4] 曹稳政, 祖恩东. 翡翠直播营销模式的现状及发展方向[J]. 中国集体经济, 2022(31): 62-64.
- [5] 李詹璟萱. 新媒体时代珠宝直播营销模式研究——以瑞丽姐告翡翠市场为例[J]. 商场现代化, 2020(11): 20-22.
- [6] 丛智. 央视 3·15 晚会影响力研究(2009-2013) [D]: [硕士学位论文]. 湘潭: 湘潭大学, 2014.