

关键词：电商,直播,媒体,

内容概要：

直播+电商，本质就是电视+电商，即所谓的T2O模式（TVtoOnline）模式，连电视这么强势的媒体都玩不转，更别说直播。眼下直播+电商带来销量很困难，销量是电商的终极目标。过去并不存在着文字+电商，图片+电商的说法，直播+电商只是一个...

正文：

**直播+电商**，本质就是电视+电商，即所谓的T2O模式（TV to Online）模式，连电视这么强势的**媒体**都玩不转，更别说直播。眼下直播+电商带来销量很困难，销量是电商的终极目标。过去并不存在着文字+电商，图片+电商的说法，“直播+电商”只是一个伪概念。



直播+电商解决用户的购物痛点，直播+电商是什么？通过直播来售卖产品或服务、支持交易，就是直播+电商。相对于传统提袋购物而言，电商对消费者来说最大的缺陷是，通过互联网得到的信息，对于购物决策总是不够的。比如买衣服、买化妆品、买房买车，用户需要更全面地了解才能做出消费决策，亲临现场再加上有人讲解，体验会好很多，而传统电商是做不到这两点的。

电商第二大痛点是缺乏社交行为，人们足不出户可以买到许多东西，但却少了机会跟亲朋好友聚会逛街的机会，购物，是一种社交行为和生活方式，在购物之后往往会消费聚餐、电影等服务。

随着电商巨头的入足直播平台，“直播+电商”似乎变得越来越高大上了，但是直播作为一个新型的媒介，归根结底还是流量在作祟，但对电商而言，固然需要靠直播拉动流量，但需要优质、精准、容易变现的流量。现在直播平台用户鱼龙混杂，而且要购买商品就需要跳转出去到电商平台。怎样把直播app和电商做嫁接，给用户一站式体验，是个急需解决的问题。

电商时代，一旦产生自我流量就会辐射出应有的流量经济，现在的电商是这样，曾经的微商也是这样，只不过微商玩的是熟人经济，在前期运转模式的时候，没有形成很好的监管机制，当利润达到自我难以抗拒的时候，他们就不管不顾的就找一些小工厂、小作坊，生产的产品不达标，不过关，就鼓励和忽悠下级代理囤货，赚利润差。当产品的质量出现问题的时候，就没有人会相信，去使用，销售不出去，就只能靠下家囤货了，特别是面膜、护肤品的出现，经过媒体的报道和放大，货烂在家里，就再也买不出去了，这些人都是微商的受害者，也是微商传销的见证人。

不过，纵使直播+电商的模式略有不同，但主播在直播产品售卖时依然需要对产品做出自我检测，因为“直播+电商”这种模式说白了就是一种眼球经济，究竟能火多久？关键还要看品牌的持久可信度、产品的性能如何，以及价格是否合理？至于那些在观看直播中，被吸引而下单的消费者毕竟是少数，更多消费者在看过热闹之后还是会变得比较理性。

#### 西安弈联信息技术有限公司简介

西安弈联立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈联现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL.MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：[\[email protected\]](mailto:[email protected])