

关键词：直播电商,直播,电商,网红,粉丝,变现

内容概要：

直播的核心，是直播当中的名人、网红，他们背后都聚集了无数的粉丝、眼球和内容，所有的这些将被转化为购买力。事实上，当直播走入了“战国”的时代，每个平台都在寻求突围，而直播+电商日益成为了越来越多直播平台与企业所选择的模式，它也为直播平台找到了一种...

正文：

直播的核心，是直播当中的名人、**网红**，他们背后都聚集了无数的**粉丝**、眼球和内容，所有的这些将被转化为购买力。事实上，当直播走入了“战国”的时代，每个平台都在寻求突围，而直播+**电商**日益成为了越来越多直播平台与企业所选择的模式，它也为直播平台找到了一种良好的**变现**模式。直播行业异军突起，成为了继团购，智能硬件之后互联网的又一个增长点。据统计，截止2016年4月，国内共有直播行业的公司200家，总融资金额超过120亿元，其中还不包括被多家上市公司收购的直播平台。



电商平台中，用户的核心诉求是购物，因此在直播的网红与粉丝之间，拥有天然的信任感和依赖感，相比更多的秀场直播模式，变现行为更加流畅。

相比较传统的电商，直播的形式有超越图片+文字更加生动的传播效果。在大部分电商直播的平台中，互动性是吸引粉丝很重要的地方。用户在直播平台上看到主播介绍产品或者试用产品，除了传统的打赏功能在内，屏幕上随手可以点击的优惠券、红包等功能，以及商品的导购连接能够实现用户“边看边买”、“边玩边买”的体验。同时，相比起一般电商中商品，直播平台希望网络红人所传递的并不仅仅是某一款固定的产品或内容。到现在，靠内容输出的网红生命是很短的，“直播+电商”走的是一种输出生活方式的路径，这要比单纯的讲端午节的历史、六一儿童节的起源等等要有生命力。

由于这种交易电商向内容电商的转变，用户更容进行单独地评估、更多地被动接受信息，从而导致用户更加容易接受感性的信息、享乐型的产品和新奇的产品，这当中就需要网红通过直播的方式向用户进行教育。内容电商也有其不可忽视的弊端：首先，内容社区需要慢慢耕耘，“养肥”后才能反哺电商，因此前期要投入大量的人力、物力和财力成本；其次，内容电商因为要考虑用户体验，不能铺太多商品，所以促成的成交量其实非常有限，其内容不一定能照顾到所有人的口味，所以转化率也非常有限；此外，内容爆量其实是比较少数的情况，可遇不可求，所以实际上内容电商的转化效果很可能很不稳定。

“直播的转化率是有限的，所以它不会成为主流，主流还应该是橱窗式的卖货，也就是传统电商的模式。”内容的产出和传播是一个比较有效的营销手段，但不能彻底改变电商的销售模式。直播缩短了从内容的产出到触达消费者的时间成本。未来，无论是独立的直播平台，还是综合型电商推出的直播频道，优质内容的产出才是它们能够长期去发展下去的支撑。此外，对于直播来说，如果用户量非常大，那么其成本支出也是非常高的，这也是各个平台需要考虑的一个因素。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，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。

西安弈聪现有技术架构包含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:)