

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：马奕辰

学号：1800012117

学校院系：北京大学生命科学学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

从直播带货来看中国非生活必需品市场问题

在中国，电子商务的兴盛是从本世纪开始的。从广义上讲，电子商务指以信息技术和网络技术为媒介的商务活动。和传统的商业相比，电子商务的特点很明显，就是信息的流通更加便捷，可以传达的范围也更加广泛。从以前的电视购物到现在的电商平台，电子商务行业的发展是向着更加全面且透明化的方向前进的。最近，直播带货成为了电子商务行业的一种新的潮流。通过拥有大量流量的主播进行宣传，理论上应该能够达成商家与主播的共赢。但是，其中也伴随着不少问题的出现。本文将从直播带货的兴起与问题入手，分析其所位于的非生活必需品市场中供求两方的关系。

供给一方，或者说生产企业，主导了直播带货行业的出现。从企业一方的角度来看，直播带货本质上只不过是一个新的平台上的广告。这里的新的平台指的是直播平台。广告的目的是宣传商品，因此需要尽量传达给更多的人。而直播平台的优势在于流量，即拥有可能并不稳定但是数量众多的用户。因此，二者的合作从理论上是一个必然的结果。另外，直播带货这种广告形式与传统广告相比也确实有着其独特的优点。通过在直播中使用或消耗商品这类站在消费者视角的行为，可以直观地反应出商品的优劣情况，同时让观众产生亲身体验感，以及更强烈的购买欲望。另外，这个优势也使得直播卖货的商品往往是非生活必需品。对于例如大米一类的生活必需品，用户体验存在大量的同质化，即使通过直播也难以很好地表现出厂家售卖的生活必需品的优点。此外，生活必需品所需求的数量常常是比较大的，对于送达能力本就满负荷的电商平台并不是一个好的商品。综合来看，直播带货是生产方主导的以出售非生活必需品为主的广告性质的行为。

但是，对于需求一方的群体来说，直播带货似乎不仅仅是作为广告那么简单。具体到消费者群体及体验上，实际存在着许多问题。

首先，在观众与卖出商品的主播之间，实际上存在着一部分的粉丝关系。从具有粉丝身份的观众来看，这些粉丝对于主播有强烈的信任感，会不自觉地忽视，反驳对商品的负面意见。在购买主播推荐的所需要的非生活品之外，粉丝也可能会去冲动购买原本没有购买意向的商品。从不是粉丝身份的观众来看，这些观众可能会基于从众心理而购买商品。在购买到

了质量较差的商品后，也难以在粉丝众多的环境中发表自己的意见。这反映了市场中处于需求一方的消费者中存在着地位不平等的问题。具有人数优势的粉丝群体所发出的声音远远盖过了普通用户发出的零散的声音，这在无形之中掩盖了商品可能存在的缺点。从而，商品可以在拥有低于价格应有的价值的同时，拥有价值与价格相符的声誉。在市场达到供需平衡时，与价格降低到与价值到相符的情况相比，尽管能卖出的商品数有所减少，但厂家可以拥有更多的利润。

其次，直播带货的优惠往往只维持在直播期间，一定程度上影响了消费者进行“货比三家”的能力与意向。这本来作为一种消费策略也无可厚非，但是实际情况中却出现了在其他平台，甚至相同平台的正常价格与直播带货的优惠价格持平，甚至更低的情况。这在一定程度上就成为了虚假宣传，作为中介的平台是对此负主要责任的。同样，这类情况使得厂商能够给出更高的定价，造成与上一个问题类似的结果。

最后，尽管直播带货可以更直观地反应出商品的优劣情况，一旦出现劣质产品所产生的后果也更加严重。央视就曾点名最近几个月出现的辛巴事件，即主播售卖的商品存在假冒伪劣产品。为了维持自身的信誉与影响力，大部分较知名的带货的主播也会对自身即将宣传的商品进行审核。尽管如此，由于检查上的疏漏或是其他原因，仍然可能会出现售卖质量打不到预期的商品的情况。在这种情况下，消费者在对相关商品的生产厂家产生不信任的同时，对于主播也会产生不信任，甚至敌意。在传统的广告业之中，平台与厂家是相对独立的。即使出现了虚假广告，消费者也不会与平台产生矛盾。例如电视购物时，观众在得到与预期不符的商品时并不会责怪购物频道。之所以会出现生产厂家与主播相联系的情况，是因为作为供需两方中介的平台盈利模式发生了变化。主播的收入除一部分固定的之外，更多的是与其所销售的商品数量相关的。

在讨论这些问题之后，再对直播带货这一问题的解决方法作一些探讨。事实上，在 11 月 6 日，市场监管总局已经发布了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》来进一步规范直播带货这一类市场活动。在不涉及政府监管的情况下，经济市场比较好的解决这个问题方式是中间平台拥有更高的自主性，从而可以主动增加卖货主播间的竞争，增加售卖假冒伪劣产品的机会成本。如果政府介入，需要规范生产厂家与直播平台之间的关系，限制两者合作进行虚假宣传。总的来说，作为一种较新的商业形式，直播带货所反映出的问题客观存在且有办法较快地解决。■

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

2000 字

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538