

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：黄雯婷

学号：W19194013

学校院系：外交学院英语系

提交日期：2020 年 12 月 19 日

## 直播电商的火爆原因及其影响

近年来，电商直播一直在发展。今年，受疫情影响，电商直播带货迎来火爆的一年。直播电商是指以直播为销售渠道同时兼有营销商品作用的电商形式。从需求端看直播电商火爆的原因：1.外部冲击疫情使电商的商品需求曲线右移；2.直播带货的新模式较传统电商让市场信息不对称下降；3.满足了消费者休闲娱乐的需求；4.直播过程中的娱乐性对感官以及情感的刺激提升了消费者冲动购买的频率。直播电商的火爆也让我们看到了刺激国内消费的可行途径

### 1 原因

#### 1.1 消费习惯的改变

疫情期间对消费者的认知和行为影响较大，比如：对电商以前不感兴趣的，在疫情逼迫之下不得不参与到线上购物当中。线上购物的群体增加，打开电商平台网站或 app 的频率越高，也就为电商的直播带来了更多的曝光和流量。

#### 1.2 市场信息不对称下降

在供需市场上，存在两个利益相关方：供给方是电商，需求方是消费者。在现实的经济活动中，各类人员对有关信息的了解是有差异的，一般情况，卖家比买家拥有更多关于交易物品的信息。电商作为供给者拥有商品完全信息，包括商品实际价值，商品质量，商品用途，实际销量，退货情况。而消费者在进行购物决策时，往往借助高性价比的方式来加快购物决策过程，而非消耗大量的时间及精力收集或处理供给者拥有的完全信息。

电商直播从产品的两个方面提高了消费者对商品信息的掌握，降低消费者搜索信息的成本。一是产品用途。通过电商直播，全方位地展示商品的实际使用场景，实时解答消费者的各种疑问，降低消费者获取信息的成本。二是产品质量。在传统电商中，销售者对于产品质量比消费者更加了解，会对产品的实际表现进行预先编辑从而夸大商品在实际生活中的效用。但电商直播要求现场拍摄，通过实时视频显示产品细节，实时使用产品，质量不过关的产品有一定可能被消费者察觉。但是现有的一些技术也使实时作弊成可能，有时甚至不用多

少高深的技术,比如用糖水假装燕窝,消费者可以在线提出查看认证机构的背书来避免受骗。

### 1.3 消费者闲瑕的满足

电商直播一般是主播带货,用唱歌,跳舞,邀请流量明星等方式与直播间粉丝互动,同时为直播间吸引流量。借助虚拟平台的新兴技术,相较于实体店和网页购物,直播带货通过互动的购物环境调动消费者的娱乐性及情绪性,在消除消费者乏味感的同时,为消费者带来更多的娱乐价值,使观看直播成为了消费者日常生活中转移注意力、消磨空闲时间的重要选择。

### 1.4 冲动消费

主播通过与商家合作,拿到商品最低折扣,在直播过程中,使观看直播者产生“买到就是赚到”和物有所值的冲动消费心理。处于直播间抢购氛围之中,消费者受到“捡便宜”心理的刺激,最终产生消费行为。

## 2 对宏观经济的影响——刺激国内消费

根据比较优势发展战略,改革开放后,基于人口红利,中国重点发展劳动密集型产业,形成国内产业与国内市场的循环。中国的刚性储蓄(国有企业和一些大企业的过度储蓄)造成中国的过度储蓄,使全球的储蓄上升,进而导致全球失衡。由于国外市场接连爆发国际收支危机比如欧债危机、次贷危机等,并且疫情原因,海外市场需求都正在萎缩,“国际循环”向“国内循环”的模式转变尤为重要。

促进“国内循环”,要同时从需求侧和供给侧进行变革。就供给侧而言,需要促进要素的自由流动、技术要素的投入和产业升级。而对需求侧而言,要扩大国内消费和推进改革开放,满足下沉市场人民的需求,以促成更大规模的市场,并且根据萨缪尔森提出的投资乘数理论,边际消费倾向越大就会导致投资乘数越大。因此,在需求侧,刺激消费显得尤为重要。传统刺激消费的重点常聚焦于提高收入,其实更应该从行为经济学的角度,关注消费者的欲望和预期。

电商直播的出现迎合了消费者需求的变化,改变了传统刺激消费的模式,创新了销售模式,扩大了销售半径。今年“双十一”期间,仅当天,直播带货在全平台贡献了 63.12 亿交易额,观看量达 7.91 亿人次;整个活动期间,直播带货累计创造了 107.56 亿交易额,累计销售超过 12.09 亿件商品,观看量累计达 141.34 亿人次。<sup>1</sup>■

**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

---

<sup>1</sup> 数据来源:独立第三方监测服务商 O' Ratings 监测

[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](#)

2000 字