

| 六 |

未来趋势展望

(一) 行业深度融合, 直播电商将进入产业转型发展新阶段

直播电商正从“流量驱动”转向“产业纵深整合”的新阶段, 推动产业链全要素重构升级。组织形态向矩阵化演进, 品牌化与供应链深度绑定, 机构加速布局自有品牌与自营产品, 平台与产业带深度联动。直播电商生态协同从单一场景向全域融合拓展。此外, 越来越多的机构探索“线上流量 + 线下场景”联动, 实现线上、线下的深度融合。

(二) 全球化战略纵深, 直播电商行业将更加国际化

随着全球市场的互联互通, 直播电商行业将更加国际化。国内外知名社交、电商、短视频平台纷纷开启跨境直播, 通过跨境直播实现海内外双向出货。各平台商家将跨境电商业务与直播结合, 打造出“跨境电商 + 直播”的新型模式, 为直播带货和跨境电商行业带来了新的动能。随着全球互联网的发展和数字化技术的进步, 外贸商家拓展海外市场变得更为重要和容易。

(三) 新技术持续加持, AI 将重塑直播电商消费形态

AI 技术正在重塑直播电商的底层逻辑, 推动行业从“流量驱动”向“智能工业化”转型, 并重新定义视频内容创作、用户体验和商业生态的边界。AI 技术的规模化应用, 使大中小商家首次具备同台竞争的能力。通过算法优化、自动化工具与数据闭环的深度应用, AI 不单能够计算出消费者偏好, 还能够通过各种综合因素, 如购物周期、天气情况、生活习惯等自动推断出特定消费者在某一时间内最有可能购买的商品, 消费者可以直接下单购买。通过向 AI 提问, 消费者也可以一键获得符合极致个性化需求的商品推荐, 从而大幅影响消费者的购物方式和购物选择, 有望推动直播电商进入新的 AI 购物时代。