

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 季堃

资格证号： 91040188

专业名称： 网络经济

拟定学位论文题目：

短视频电商对居民收入分配的影响

报告日期： 2021年12月30日

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  作为当下热门的信息传播的媒体形式，短视频得到了广大用户的认可，并形成了庞大的用户数量。随着用户群体的不断壮大，企业商家也伺机参与到流量的消费和变现中来。在用户端，越来越多的用户发布短视频内容形成了正向的网络外部性，从而吸引更多的用户参与进来。在商家端，巨大的用户数量产生极大的商业价值，可以通过短视频带货或者打广告的方式来销售商品和提升品牌价值。通过用户端和商家端的相互需求，带动了企业产品的销量和短视频内容制作者的收入。解决了广大网民在互联网中总是扮演消费者的局限，让广大网民通过短视频内容制作的方式在商品的营销领域分得一杯羹。  在理论方面，短视频的传播具有网络的外部性效应，商家的营销投入也证明了网络价值变现方面的理论。并且尝试论证在短视频行业，制作者的收入也具有促进居民收入分配的经济学理论。  现实意义方面，短视频网络的扩大使得用户得到更多的信息获取途径、社交方式、娱乐方式和收入途径。企业商家也在这样一个网络中，开辟了一个新的市场营销领域，能使品牌和商品能更直观地展示给客户。  总的来说，短视频带货电商模式可以在用户和企业两端获得双赢，在商家与消费者之间的利益分配中起到了调节作用，广大网民在收入上得到一个多元化的方式。基于以上论点，从而在社会收入的分配中，平衡了地域之间居民收入差别、企业与消费者之间的利益分配的原有模式。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？） 目前在互联网对居民收入方面的研究，仇佳慧（2021）研究在逐渐完善的互联网环境下,提升劳动者的互联网使用技能,使其更好的融入新的就业环境,有效利用互联网优势和便利条件,提升劳动收入,是改善就业、提升人民幸福感与获得感的重要途径和有效方法。一方面,互联网使用能够通过信息搜寻效应、岗位匹配效应等对劳动收入产生直接影响。另一方面,互联网使用可以通过人力资本、社会资本等对劳动收入产生间接影响。在影响城乡差异方面，文小洪、马俊龙、王相珺（2021）实证研究了城乡户籍劳动者使用互联网带来的工资回报差异,并进一步分析了这种差异对城乡工资收入差距的影响。孙一平、徐英博（2021）采用中国家庭跟踪调查2010年、2014年和2016年的个体层面微观数据,利用双重差分法,实证检验互联网普及对中国收入分配的影响。研究发现互联网普及能够显著地缩小中国总体居民收入差距,这种影响在不同地区和城乡之间具有异质性,对居民脱贫具有显著的促进作用。 朱丽秀等人（2021）针对直播电商消费者群体的购买意愿及行为进行问卷调查,利用相关性分析得出不同性别、年龄段的消费者群体在直播电商观看渠道、观看时段、形式偏好、关注重点、购买原因、购买产品种类及促销活动选择等方面的偏好,为直播电商针对自身消费者群体合理制定销售策略提供支持。研究证明:不同性别、年龄段消费者在直播电商观看渠道、形式偏好、关注重点、购买产品种类及促销活动选择等方面偏好均存在差异性,而在观看时段和购买原因方面差异不显著。在对于网红经济方面的研究有，柳凌镕、王澜（2021）归纳了网红直播带货特点,并根据SICAS消费模型及对该模型的转换,从消费者自身、网红及直播间三个层面对网红直播带货视角下消费者购买决策的影响机制进行研究。研究发现:收入水平、消费观念、观看感受是消费者自身层面的影响因素;网红层面包括网红带货定位、专业水平、表达能力、社会形象;同时,直播间内的氛围也是消费者购买决策的影响因子。姜佳奇（2019）人们对碎片化时间的利用,也促使网红时代在变迁过程中,完成了多种“网红+”的结合。其中,“网红+直播”就从最初的粉丝打赏、为品牌做推广,到如今以直播营销的形式使得消费者实现“边看边买”。消费者从了解商品到最终完成购买行为的时间周期被大大缩短。而网红借助于直播这一营销方式,既提升了销售额,也增强了与粉丝的互动,从而影响粉丝对于网红的情感依附。王可（2019）指出互联网对于信息传递的颠覆增强了微观主体调动资源的能力,并使得注意力资源的稀缺性和价值性更加凸显。论证互联网的出现使得微观主体的财富创造突破物理距离的阻碍,为农村家庭或地处偏远位置的家庭提供财富创造机会。文章发现尽管地理位置的偏远对家庭创业起到阻碍作用,但互联网的使用有效地缓解了物理距离所带来的影响,从而为农村家庭或偏远地区的家庭提供了更大的创业机会。 目前，在短视频领域的经济研究尚没有太多。从这个现象级的互联网产品中，我们不难看到这是一个时代化的变化。在国内外，庞大的用户群体足以证明其在信息传播中具有非常独特的地方，它不仅拥有图像、声音等多方面直观优势，还具有情绪感染的软实力。在这样一个新型网络中，一定会创造您的需求、新的东西值得让我们去研究。  不同点：  随着互联网的不断发展，网络对我们生活的影响也在不断地变大，影响的范围和方式也随之发生巨大的变化。短视频的出现意味着一种新的信息媒介、社交工具、销售交易平台。其功能特点，可以通过短视频平台看新闻、学习知识、消遣娱乐、记录生活等。用户群体的范围从10多岁的青少年到七八十的老人，他们每天都会花几十分钟到几个小时在平台上，短视频对于他们来说不只是互联网中的一个工具，可以说它已经成为了他们的生活方式。过去的互联网改善收入的研究，都集中在信息传播、解决信息不对称等方面的理论研究，网红经济也只是对直播销售功能的研究。短视频电商的研究专注在短视频的传播方式和网络效应，不止产生对网红群体，更是对广大用户群体收入的影响。短视频的兴起产生出了一个新的网络生态，加上它的电商就产生了一个新的销售场景和市场。  问题：  在短视频软件逐渐占用用户碎片化时间的同时，是否能为用户带来经济价值呢？  视频网络中的每个节点---内容制作者在创造短视频内容世界的同时，是否会享受网络世界的分红呢？  在大城市中，居民往往能获得较好的工作机会和工资，但是短视频的网络中是否能使其他地区的居民得到平等的机会呢？  短视频行业形成是否创造了更多的工作机会？创造了多少的价值？  研究方向：  短视频的生态的形成，满足了广大用户精神娱乐方面的需求，创造了社会价值  短视频制作者可获得的收入来源：平台分红、销售分红、广告费  不同地区的居民通多短视频制作能来更多的就业机会，获得更多的收入。从而打破地域的限制，对地区性收入差距起到缩小和平衡的作用。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  二元Logistic回归、固定效应模型回归，实证解释变量与被解释变量的关系  数据：短视频用户数量、制作者数量、粉丝数量、平均收入、平台分红、商家投入等  方法：实证短视频用户数量和制作者平均收入的关系；商家入驻与平均收入的影响；商家投入资金与用户收入的关系；商品销售量与用户收入的关系  数据来源：国家统计局网站、国际电子商务中心、阿里研究院、前瞻产业研究、其他统计网站等 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  广大互联网用户对短视频能产生多种价值，信息价值、知识价值、情绪价值，使用户随时随地都能获得新奇的体验，并挖掘出用户的新需求。  短视频的传播的成本低  短视频具有很强的网络外部性特征  所形成的网络越大所具有的商业价值越大  企业商家可以通过广告、销售商品的形式获得商业价值  用户可以通过带货方式，获得商品的销售分成  平台的收入也会通过游览量和关注量来对一些流量用户进行激励  从而参与到短视频带货的用户能获得收入  网络的普及也为不同地区的用户带来了收入，从而实现了居民收入的再分配 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  在方向上，创新地选择短视频电商这个当今互联网中比较热门的形式作为研究对象。以短视频作为信息的传播媒介、社交的互动方式、商品的销售载体，具有三合一的特点。  研究的领域的有网络效应、生态形成的效应、需求创造，还有网络的市场效应等。  在观点上，在带动网络用户的收入方面，创新地发现了互联网群体互动网络中，价值变现的新方式。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  孙一平（湖北经济学院工商管理学院）、徐英博（青岛大学商学院），互联网普及对中国居民收入分配的影响研究——基于CFPS数据的实证分析，2021  单德朋、张永奇、马梦迪，互联网使用能否改善收入分配？——基于中国家庭追踪调查数据的实证分析，西南民族大学经济学院，2021  周宛瑾，张龙，数字经济、网络使用与居民收入——基于分层线性模型的研究，西北大学经济管理学院  仇佳慧，互联网使用对劳动收入的影响机制研究，山东财经大学，2021  李欣颖，移动短视频用户信息行为影响因素及动态演化研究，吉林大学，2021  魏晓梅，网红经济背景下直播带货营销问题研究，青岛大学，2021  王可，互联网与微观主体的财富创造行为 ——信息传递视角，山东大学，2019  姜佳奇，网红经济下直播对消费者购买决策的影响因素分析，北京邮电大学，2019 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目： 短视频电商对居民收入分配的影响  主题词：短视频 电子商务 收入分配  第1章 绪论   * 1. 研究背景   2. 研究意义   3. 研究思路   4. 本文的创新之处与不足之处   第2章 文献综述与理论基础  2.1基本概述  2.2 献概述  2.3短视频的网络效应与市场价值理论  2.4 短视频用户收入与用户群体大小关系的理论  2.5 从短视频创造的市场价值到增加用户收入的理论机理   1. 指标构建与样本选取   3.1被解释变量  3.2解释变量  3.3控制变量  3.4样本选取与数据来源   1. 实证分析   4.1变量预处理与共线性分析  4.2模型设定  4.3模型估计与结果分析  4.5稳健性检验  4.6进一步分析：异质性检验   1. 研究结论与政策建议   5.1研究结论  5.2政策建议  参考文献 |