

视觉中国图片

深入剖析直播电商底层逻辑

● 郑渝川

直播电商是随着移动新媒体网络直播的出现和流行而产生的线上营销新模式,通过视频直播的方式向观看者实时展示、讲解、推荐商品,解答问题,从而使后者完成购买。直播电商的出现,直接条件是网络 and 多媒体为代表的信息技术的出现、迭代进步,短视频内容平台、电商平台、社交媒体平台三类移动互联平台企业的发展成熟。

这一商业新模式之所以在中国而非其他许多国家和地区大行其道,归根结底还是因为我国多年来在通信和互联网基础设施方面的持续投入,使得5G、4G、3G网络在全国各地哪怕是偏远地区基本无障碍地实现了广覆盖,再加上改革开放以来,全国各地城乡居民收入水平持续快速增长,消费吸纳能力不断增强。

直播电商与过去的电视购物具有一些相似之处,但并不是电视购物数字化的简单转化,而是遵循着新的运行逻辑。《直播电商的逻辑》一书汇集了直播电商企业界、研究学界有关直播电商的最新研究成果,覆盖了直播电商的发展历程及未来趋势的理性展望,多维度对比现有主流电商平台以及中小型电商直播平台、企业电商直播,深入剖析直播电商的底层原理,基于行业全链条分析再转入资本视角的独到观察。这本书可帮助行业从业者、投资者、研究者以及监管部门更好地把握直播电商运行规律,更好地服务于经济、社会发展大局。

2019年,直播电商就创造了四千亿元级别的消费市场。据有关研究机构分析,2020年、2021年更是分别创下逾1.2万亿元、近2万亿元的水平。为什么直播这一特殊的电商形式会大获成功?书中分析,直播电商与网络直播、短视频采用了共同的纵向展示,这与传统视频、新闻、电商、影视内容采用横向展示不同。

横向的显示区域最符合人类的自然生理习惯,所以我们能看到的电视节目、电影等一般采用宽高比为4:3或16:9的宽屏格式。但智能手机用户习惯于将屏幕锁定为竖屏状态,手持手机,这就使得人们可能因看电影、电视节目而专门将手机屏幕切换为横屏,但在其他情况下却会保持手机的竖屏使用。竖屏能够比较好地展示纵向的人物类主体,主播及其展示的产品占据了几乎全部有效视觉信息空间,带有更强的冲击性,更容易让观众投入其中,更可能促成购买。

书中还谈道,直播电商通过将营销场与社交场进行整合,产生了协同效应,社交场因而实现的受众社群,放大了一般营销活动的效果。未来,随着虚拟现实(VR)技术的发展,将使得直播电商具有更强的交互体验感,让用户能够更好地沉浸其中。

目前,国内直播电商呈现出“三足鼎立”的格局,即电商平台直播化、直播平台电商化以及社交平台直播电商化,各有优劣。有的平台推行公平普惠理念,让所有人创作的内容均有机会被分发、被看见,还引入了经济学中的基尼系数,防止流量过度集中在头部;有的平台则相当突出地将流量倾斜于优质用户,能够更快地形成爆款。

本书基于翔实的用户调查指出,直播电商的观看者、消费者对于社交电商的态度,不同于传统电商,更加关注的是自己的娱乐和社交需求能否得到满足,认为与主播的关系,比平台的安全性和产品的售后保障更重要。直播电商的观看者、消费者最看重主播的核心能力,即专业性和产品知识,其次才是知名度和个人魅力,接下来才是所谓的外表吸引力。

尽管直播电商在相当程度上为中国各类消费品行业促进销售提供了契机,以至于几乎主要的消费品行业主流企业都在挤入直播电商,或自营直播,或通过平台头部主播合作;但直播电商不同于线下销售、传统电商销售等渠道营销的特征,给行业、企业供应链带来了明显挑战。书中指出,一是需求更难预测。这是因为商家在直播电商中,不再像其他渠道那样较好地控制渠道,也很难预测需求。即便是头部主播的直播间力推同款商品,不同时间的销量甚至出现很大反差,这加大了数据积累和需求预测的难度。二是价格体系难管控。尽管一些商家通过推出直播渠道的特供款来避免直播电商冲击企业其他渠道销售,但经常出现在直播电商进行推广且高折扣销售的品牌,将不可避免带有廉价产品的标签。三是产品生命周期更难把控。四是商品履约要求高。

本书基于多维度分析,就直播电商的发展趋向提出了几项预测:首先,短视频平台搜索增加,确定性电商需求加速渗透。第二,各平台店铺自播比例预计将持续提升。商家和品牌方自播可以较好地提高供应链效率,解决达人直播所存在的效率不足等方面的能力短板。由此,还将使得主播逐渐依附各类机构,收益回到合理区间。第三,直播电商催生的供应链创新将不断涌现。



书名:《直播电商的逻辑》
编著:楚燕燕 薛元晃 杨静
出版社:中信出版集团



解读中国经济

作者:林毅夫 出版社:北京大学出版社

内容简介:

本书总结了与其他国家、地区经济发展和改革活动的经验,提出了经济发展和转型的一般理论,并以此理论分析中国在改革和发展过程中取得的各项成就,面临的主要经济、社会问题,探讨其原因和解决问题的办法。书中用通俗的语言和生动的实例,系统回顾了中国经济的发展历程与改革经验,深入浅出地讲解了中国经济发展的热点问题。面对世界经济不确定因素增多、中国经济发展进入新常态等一系列新形势下的新变化,增加了在新常态下如何推进供给侧结构性改革以及实现经济转型升级升级的重要内容。

作者简介:

林毅夫,北京大学新结构经济学研究院教授、院长,南南合作与发展学院院长,国家发展研究院名誉院长。



云网融合

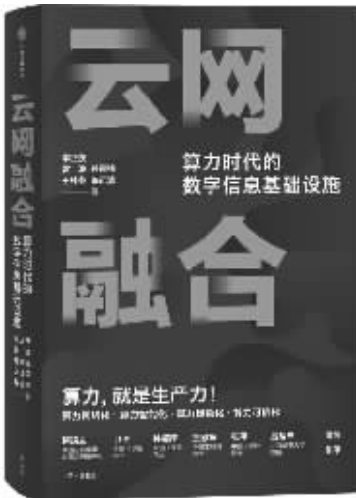
作者:李正茂 雷波 等 出版社:中信出版集团

内容简介:

数字技术正在深刻影响着人类社会的发展进程,尤其是以算力为基础的数字信息基础设施越来越成为科技进步、经济社会发展的底座,改变了人类的生产方式、生活模式和科研范式,代表着人类智慧新的发展水平,其战略性地位受到国家前所未有的高度重视并引发全球各国启动新一轮竞争布局,产业内外也争相加速部署算力设施领域以抢占发展先机。本书从电信运营商的角度切入,围绕算力时代、算力应用、算力体系、算力趋势以及云网融合下的数字信息基础设施等展开了全方位论述。

作者简介:

李正茂,中国电信集团有限公司董事、总经理。雷波,中国电信研究院网络技术研究所副所长。



价值共生

作者:陈春花 出版社:人民邮电出版社

内容简介:

本书以数字化生存为背景,尝试梳理数字技术带来变化的场景下,完整呈现新的组织管理体系,深入探索组织价值重构的未来。作者从个人和企业两个角度,把数字化时代的企业管理和个人成长之道拆分为数字化及其对组织的影响、新个体、新“组织”、新价值、新知识五个部分。帮助读者透彻理解数字时代组织的本质和特点,认识组织的边界和新内涵;深刻理解领先企业如何能在新环境下迅速崛起,帮助企业寻找新价值的来源;通过激发更多创造力,重新构建发挥个体和组织价值的效能,创造价值共生组织形态的企业。

作者简介:

陈春花,北京大学王宽诚讲席教授、国家发展研究院BIMBA商学院院长。华南理工大学工商管理学院教授。



认知红利

作者:谢春霖 出版社:机械工业出版社

内容简介:

顾客作为企业生存和依赖的重要资源,企业时刻要清醒地认识他们,并为之提供优质服务和愉悦的体验。在当今互联网、移动技术、大数据的背景下,企业如何及时有效洞察顾客消费行为?如何根据顾客行为进行分析?如何根据顾客行为进行分析决策?认识顾客,是大势所趋,是企业发展成长的有效助力,是每一位服务工作者所必备的基本功。本书着力于全面训练认知思维和快速提升脑力,帮助读者理解自己、理解环境、理解财富,全方位提升读者的学习能力、思维能力和问题分析能力。

作者简介:

谢春霖,毕业于上海师范大学,国家注册高级培训师,富研社创始人,曾担任多家创业公司的商业顾问。



● 邓伟萍

当前,数字经济已成为全球经济增长的新动能,发展数字经济已成为全球共识。随着数字经济与实体经济的深度融合,以及数字经济应用场景的日益丰富,将为全球经济带来前所未有的机遇,为世界经济复苏带来新动力,中国经济也将从中获得高质量发展的能量。

数字经济在一定程度上改变了全球经济结构,使全球经济格局发生重要变化。当今世界正经历百年未有之大变局,如何更为有效地推动数字经济发展,全球化无疑将扮演极其重要的角色。经济全球化来自生产力发展的要求,人类经济交往比过去任何时候都更深入、更广泛,全球化的利益已经惠及大量国家、企业、劳动者和消费者。当数字经济融入全球化,将会碰撞出什么样的火花,特别是在当前全球经济形势下,研究两者之间的联系,具有很强的现实意义。

《数字经济驱动的全球化》一书作者以5G时代数字经济作为驱动力,讨论数字经济驱动的全球化浪潮时代的产业全球化、企业全球化发展趋势;讨论中国企业、中国产业在数字经济驱动的第三次全球化浪潮中的方向和路径;讨论全球企业与中国5G时代数字技术和数字经济的融合方法。作者希望通过这些讨论,能够探讨全球化企业的新动向,掀起中国企业的数字化和全球化浪潮,帮助企业学习数字化和全球化、理解数字化和全球化。

从全球视野来看,数字经济的发展如火如荼,这主要得益于其强大的发展韧性和抗冲击能力。数字经济的蓬勃发展,不仅深刻地改变着居民的生产 and 生活方式,而且革命性地改变了国际贸易和跨国投资的合作方式。

对我国而言,在新一轮科技革命和产业变革不断深化的全球背景下,发展数字经济已经成为我国把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。随着5G技术的不断发展,不仅需要数字时代的通信信息技术,还需要将数字经济与传统产业进行结合,我国在全球范围内发掘传统产业技术优势的时候,更需要进行全球技术整合。

在数字经济时代,数字技术会对全球化结构发起全面的挑战。本书作者的视角别具一格,认为数字技术的链接作用将分散利益获得方式,会让价值中枢的供求双方直接对话,信息的对称分化了资本的控制力;大数据的使用,将使所有信息更加精准,资本的决策权让位于数字的决策权;模糊的个性价值被大数据精细化之后,个性价值取代公共价值;物联网、大数据、人工智能把资本的集中控制能力削弱,打破了资本和技术、品牌、产品的结合,资本的集约转变为数字的集约。

特别是在“逆全球化”趋势出现的情况下,数字技术、数字贸易、数字金融、数字政务和数字安全在丰富经济业态、提升贸易福利、优化资本配置、促进跨国协作、增强信息防护等方面,极大地维护了全球产业链供应链稳定、促进各国利益更加紧密相连,成为抗击“逆全球化”的强大力量。

历史经验证明,每一次全球化浪潮都是由技术变革推动社会经济的变革而实现的。第一次全球化浪潮是蒸汽机、内燃机和电力技术应用推动的殖民经济全球化;第二次全球化浪潮是电子、计算机、信息技术时代的资本经济全球化;第三次全球化浪潮是5G技术推动的数字经济全球化。书中指出,已经开始的第三次全球化浪潮将是全球产业数字生态重构的全球化,是全球化企业进行企业数字化模式再造的全球化,更是中国数字经济引领、驱动全球化的开始。

积极信号正不断涌现,我国与数字经济相关领域的出海正从“数字化出海”向“出海数字化”扩展,从早期的互联网社交、视频和短视频、互联网工具等在内的数字化产业的出海,逐步带动传统行业的出海企业积极借助数字化技术,进行出海业务的全方位数字化转型和创新,在海外实现产品升级和品牌升级,提升全球竞争力。

作者在书中提到一个很独到的观点,认为在数字经济时代,国外的企业完全可以通过与中国企业、中国已经拥有的消费互联网进行结合,采用人工智能技术让消费者通过产业互联网了解这个产品、技术的特点和优势,把线下的产品生产、公共空间、私人空间与人工智能结合起来,让国外的技术优势成为中国市场的产品优势、市场优势。

数字经济的全球化速度远远快于第二次全球化时期,按照5G技术逻辑,全球任意两个端对端的传输速度快于人与人视觉感知的十分之一的速度,这就使得世界任意两点之间的感知时间和肉眼的感知时间是一致的,在虚拟空间,就实现了零距离。书作者认为,在对一些新的由数字技术与经济结合的案例分析之后可以发现,已经存在一个将5G数字技术和已有全球经济存量进行深度融合的巨大空间,这个空间将随着数字技术的不断发展,对现存世界的所有商业和经济运行,带来完全不同于第二次全球化时期的资本经济形态,数字经济将成为一个全新的全球化经济形态。

众所周知,数字经济涉及的相关领域非常广泛,包括软硬件建设、市场建设、法规政策制定等诸多方面的因素。为保障全球化过程中数字经济的快速健康发展,找出实现数字经济高质量发展主要路径的重要性不言而喻,而在这一过程中,如何结合国内国际经济形势的变化顺势而为,依然任重而道远。