

“短视频 + 电商”为何成为主流

产品名称	“短视频 + 电商”为何成为主流
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

短视频作为一种主流的交互形式，不仅仅是指视频时间长短，更是碎片化时代的新消费内容。回顾过去，自 2005 年起短视频在逐渐兴起，我国短视频市场进入了探索时期。以土豆、优酷等媒体网站大力推进拍客分享模式，带动了 UGC 短视频的生产。2006 年《一个馒头引发的血案》曾在国内带来了巨大的娱乐效应。2008 年的汶川地震等更是让人们意识到了短视频的传播价值（及时、快速）。随着我国 4G 及 5G 互联网技术的发展，视频行业涌现出一批优质的 UGC 内容制作人员，快手、秒拍、微博等迅速崛起。据易观数据显示，截至 2018 年 2 月短视频综合平台活跃人数已突破 4 亿人。虽然短视频凭借碎片化、高传播、低门槛的特性吸引了巨大的流量，但是如何能在短时间内有效将短视频变现盈利并非易事。

中国的电商在经历长时间摸索后，已具备成熟的随着中国电商市场的发展，其密集程度越来越高，竞争也愈发激烈。“供大于求”的格局已迫使电商不得不迅速找到发展的新途径。于是，具有庞大流量基数但亟需盈利的短视频和拥有成熟盈利模式却亟需巨大流量的电商形成了天然的互补关系。正是这种高度契合的互补关系，使得短视频成为打开电商平台飞跃大门的新钥匙。相对于以往的图表、文字、广播方式，“短视频 + 电商”的形式则更为形象，更容易将消费者的情感带入，做到身临其境；与电视节目、长时间的视频相比，“短视频 + 电商”模式无需占用消费者过多的时间，能够让客户在短的时间内了解商品的基本情况，更有优质的短视频可以使得消费者获得内心的认同，激发了消费者强烈的购买欲望。由此可见，短视频与电商平台二者相辅相成，“短视频 + 电商”的融合势必成为一种重要的趋势。