

福州直播软件开发公司 直播+电商平台 音视频直播短视频APP定制

产品名称	福州直播软件开发公司 直播+电商平台 音视频直播短视频APP定制
公司名称	福建省经度科技有限公司
价格	50000.00/套
规格参数	
公司地址	厦门市湖里区枋湖北二路1519号泉舜写字楼2号楼2a（注册地址）
联系电话	18649925817

产品详情

“直播+电商”模式面临的主要挑战

直播+电商所带来了种种机遇，也不可避免地带来了挑战。那么，对于直播+电商而言最大的挑战是什么呢？就目前的情况来看，“直播+电商”模式面临的主要挑战就是技术，即如何让用户在直播购物的过程中有更好的技术体验，如何通过技术将直播和电商顺畅地结合在一起，如何通过技术提高商品的变现率，下面对其中存在的技术难题进行归结分析，可以将其分为以下几点：

语音技术语音技术要实现的是：在主播介绍某个产品的时候，该产品的链接能随着语音出现，用户点击链接就能实现购买。目前，很多直播平台都没有这一功能，但是也不能说这个技术是无解的。目前，聚划算通过语音口令实现购买的做法就为这一技术的开发提供了一个方向。在聚划算直播中，主播发布语音口令，用户在聚划算APP上喊出口令，就能领取优惠券来进行产品的购买。这种方式大大地刺激了用户的购买欲，提升了产品的变现效率。

图像技术图像技术要实现的是：在主播介绍某个产品的时候，可以利用图像技术检测到商品的位置，介绍给观众，让观众购买，从而实现边看直播边购物。目前，我国已经有团队在开发这种技术，比如你某个电视剧中看到某件衣服很喜欢，就可以通过图像技术搜索这款衣服来完成购买。图像识别不难，难的是如何在视频直播中应用图像识别技术，如何做到实时识别。

VR技术VR，即虚拟现实技术，能够让用户对世界的了解更加全面、更加生活化、更加多维。在该技术的支持下，用户能够更真实地感受商品，比如，用户可以戴上VR头盔，置身于一个虚拟的商场之中。在这个商场里有导购在讲解，有消费者在参观，这种感受就和真实地逛商场一样，这种购物体验是非常独特的。因此，从某种意义上来说，直播+VR是直播+电商发展的必然趋势。目前，很多电商平台都开始了

直播+VR的尝试，以淘宝为典型例子，2016年的愚人节，淘宝就启动了Buy+计划，这个计划和直播+VR大同小异。此外，阿里巴巴还宣布要致力于VR交互技术的打造，要构建VR内容平台。可以想到，在不久的将来，直播+VR就能真正地实现了。

开放平台技术目前，各电商巨头都在直播+电商模式方面投入了很多精力，但是在模式方面还有一定的局限性，没有向所有的商家开放，仅仅是邀请一些明星或网红来进行直播。因此，在“直播+电商”模式普及的过程中，一个最重要的问题就是如何实现平台的全开放。要想实现平台的全开放，可以采取的模式主要有以下两种：（1）直播平台自己组织直播，在直播的过程中商家可以接入来获取订单；（2）在商品页面，商家可以直接接入直播，自发地邀请一些达人、客服来担任主播，来进行商品的讲解和展示，以做好导购和促销工作。相较于传统的以广告引导消费来说，这种“电商”的模式迎合消费者的心理，在实现边观看视频边购买方面更具优势。对于我国的电商来说，这种模式有很大的应用空间，将来能占据营销方式的主流也未可知。

逻辑战略：“直播+电商”蕴含的商业价值

逻辑一：有效提升电商平台销售早期的秀场直播、游戏直播以繁荣的景象向人们展示了直播的巨大影响力，伴随着该领域的迅速发展，直播形式在多个互联网相关行业内得到应用，电子商务就是其中一个。很多电商平台在推出直播应用、开展直播活动后，其产品销售规模都有明显增加，最终的效果甚至比预想中还要好。蘑菇街将直播功能推出前后用户的消费行为进行对比发现：之前，很多用户在下单之前要浏览上百个网页，原因并非是平台的展示图片不够吸引人，而是用户本身难以在短时间内做出消费决策；相比之下，以直播形式进行的商品推荐更为形象，时尚达人会直接为你提出穿搭建议，并对相关产品进行推广，更容易促使观众下单，能够大大缩短消费者的决策时间。

蘑菇街于2016年4月正式推出直播功能，之前在该平台具有足够影响力的关键意见领袖，能够以视频直播形式，与粉丝用户分享他们在购物方面的经验。淘宝上线直播平台也是对传统电商模式的革新。阿里巴巴在2016年制定的电商发展战略，紧紧围绕升级用户体验、完善整体生态建设、促进商家发展等主题来进行，此次直播平台的推出，能够有效推动阿里巴巴电商业务的发展及其战略实施。淘宝平台在2016年3月推出直播功能，数据统计显示，两个月之后，淘宝直播的主播人数上千，其观众数量更是达千万级。对淘宝直播的观众组成进行分析可发现，90后的年轻用户所占比例超过50%，其中，女性占据大部分。

蘑菇街直播的观众大部分为95后的年轻用户，女性也是所有观众中的主体。在直播功能未上线前，每天的20:00~22:00之间，很多用户会与商家达成交易，如今，大部分观众会在这个时段观看平台直播。在直播形式的效果得到验证后，会有越来越多的电商平台上线直播功能，直播与电商的结合将逐渐成为主流趋势。对专业研究者来说，该模式在出现后迅速崛起，即便在后续发展过程中不能维持长久，也应该引起他们的重视。在互联网领域内，不经意的举动也可能使整个行业产生根本性变革。根据传播学大师马歇尔·麦克卢汉的观点，信息传播的发展很大程度上取决于媒介本身，直播媒介的出现，同样会作用于信息传递的方式，能够极大地提升用户体验。媒介作用于信息，而信息则作用于人们的消费行为及决策，直播形式将使人们的消费行为不同于以往。

在传统模式下，电商平台主要通过图片向消费者展示产品，尽管图片展示与视频都是作用于用户的视觉感知，但绝大部分图片是经过处理的，刻意突出产品的优势及亮点，所以很多消费者拿到手的产品与想象中的效果存在着很大的区别。相比之下，直播形式能够让观众从多维度了解产品信息，更接近其实际效果，还能在观看过程中与主播进行沟通互动，在这种情况下，主播的意见能够对消费者的购物行为产生引导作用。虽然直播形式与销售员直接面向用户进行产品推广之间存在共性，但二者之间并非完全一

致。平台直播能够吸引多个用户同时观看，即主播的意见能够同时影响到多个潜在消费者。有业内人士指出，直播之所以能够促进产品的大规模销售，原因是观众之间的从众效应能够促成很多人做出消费决策。

在直播过程中，观众与主播之间可进行及时互动，当主播的信息输出使部分人做出消费决策后，也会带动其他人的行为。部分消费者在观看直播后，可能对是否购买某产品还心存犹豫。但当他们看到其他人坚定地选择该产品后，会进一步打消自己的动摇心理，做出决策。

若属于限量出售，缩短消费者理性思考的时间，可能出现抢购现象。传统模式下的电商平台受信息传播载体的限制，难以开展此类形式的运营。因为相对于文字及图片传播形式，直播更能激发人们的非理性行为。对于那些能够促使用户消费的传播方式，自然能够引起电商经营者的关注。以波罗蜜全球采购平台为例，该电商自营平台率先通过移动端应用推出视频直播，到2016年时，波罗蜜已经能够独立进行直播节目的制作及运营，并引进专业人才担任主播。作为跨境电商平台，波罗蜜独立进行商品采购，为了使直播内容更符合自己的商品经营，它在直播业务运营方面与品牌方建立合作关系，共同负责直播内容的生产。如今，波罗蜜的市场已经拓展至韩国与日本，它在当地吸纳了优秀的主播人才，其对其专业素质做出严格规定，在擅长语言及视频展示的同时，还要充分把握品牌及产品的特点。在直播业务运营上，波罗蜜没有签约其他网红，而是独立培养优秀的主播人才。