

# 重庆直播系统开发公司 电商教育交友直播平台开发 短视频APP定制

产品名称	重庆直播系统开发公司 电商教育交友直播平台开发 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+跨境电商：引爆跨境电商运营新玩法

“直播+”开启跨境电商新蓝海在直播引爆热点的同时，跨境电商也不甘其后，一再登上热搜榜。跨境电商这个本不新鲜的电商模式为何能一再成为热点话题呢？其原因之一就在于2016年出台的新税改政策：2016年4月8日，税改新政发布，很多进口商品都无法流入国内，导致跨境电商陷入无货可卖的困境；2016年5月24日，海关总署发布公告，给了跨境电商一年的“转型期”，给跨境电商行业带来了一线生机。在跨境电商危在旦夕之时，移动视频直播备受追捧的局面才刚刚打开。由于受到移动视频直播超强的互动性、受众的广泛性、盈利模式的独特性的影响，以及跨境电商需要寻求机会突破困局，直播+跨境电商的模式应运而生。这个模式一出现就吸引了很多目光，也引来了很多资本，比如亚马逊打造的名为“时尚密码现场”的直播节目；蘑菇街为了扶持其旗下艺人投入的3亿元资金；将直播化运营奉为战略的网易考拉海购。

我们可以将跨境电商直播分为两种模式：

单纯地引入直播功能，为了保证品牌形象，这些电商平台经常邀请明星做直播。这种类型的典型就是聚美优品和网易考拉海购。

将直播功能融入其中形成的互动类直播电商平台，以波罗蜜为代表。波罗蜜将自营海淘、视频直播和店头价结合起来，海外直接采购、直接邮递，通过直播和用户互动，产品只卖当地的店头价。通过这种模式，波罗蜜汇聚了一大波粉丝。无论是哪种模式，它们产生的基础都是一样的，不是UGC就是PGC。其具体应用方法就是借助直播构建丰富的内容，为平台带来额外流量，提升购买转化率。从本质上来讲，直播是手段，电商是媒介，达成交易、售卖商品才是目的。这也就表明，直播+电商与那些纯直播平台是不一样的。总之，直播+电商这种模式是成功的，它成功的原因在于不仅给电商平台带来了价值，还

给用户带来了价值。从另一个角度来讲，这种模式的成功也说明传统的电商模式存在诸多问题，并且这些问题亟待解决。因此，对于网购平台来说，提升用户体验，寻找新的价值缺口势在必行，而直播+电商模式的出现为其提供了一个很好的思路。

“直播+跨境电商”模式的主要优势从现实情况来看，直播+电商为跨境电商的发展带来了生机、注入了活力，这一点是毋庸置疑的。那么，“直播+跨境电商”模式到底有何优势呢？

拓展新用户渠道，有效获取新用户首先，我们对各跨境电商平台获取用户的渠道和成本进行分析。据相关数据显示，2015年，各跨境电商平台获取新用户的成本超过400元，其渠道也大多是平面广告、网站引流等传统渠道。一方面，超高的新用户获取成本给跨境电商平台带来了较大的压力；另一方面，各电商平台在渠道争夺方面的战争愈演愈烈，在争夺的过程中一些实力较弱的平台往往会落败。因此，扩展新的用户渠道对于各跨境电商平台来说是第一要务。其次，从直播本身来看，随着直播的火热度持续升高，数百款直播APP在短时间内涌现。无论是话题效应还是关注度，都非常强大，产生了很多流量。将这些流量转化为潜在用户的可能性很大。因此，从跨境电商想要获取新用户来说，借助于直播这种新工具，无论是成本还是转化率都存在诸多优势，为跨境电商平台的发展提供了一个很好的试水机会。

借助明星与网红，发挥“粉丝”效应目前，直播最常用的方式就是网红直播或者明星直播，这些方式被很多电商平台所借鉴，比如聚美优品邀请明星做直播，淘宝和网易考拉海购邀请网红或者明星做直播等。从目前的形势看，直播往往会和网红或者明星联系在一起。为了顺应这种形势，电商平台往往会和网红或者明星签约合作，甚至会投入资本打造平台的专属网红。目前，跨境电商面临的重大难题就是获取新用户的渠道窄、成本高。而借助于网红直播或者明星直播，网红或明星自带的“粉丝”效应就会为平台带来巨大的流量，从而为跨境电商平台的发展带来很好的机遇。

连接消费者与商品，解决信息不对称消费者为什么会选择跨境电商平台来购买商品呢？一个很重要的原因就是消费者想要获得高品质的消费体验，其中一个很重要的前提就是要买到正品。但是，这个前提往往是最难实现的。因此，对于消费者来说，如何选择平台，如何选择商品都是亟须了解的内容。相对的，对于跨境电商平台来说，如何将平台服务信息和产品信息传达给消费者也是他们亟须了解的。而借助于电商+直播这种模式，通过直播可以在消费者和商品之间搭建一个直接沟通的桥梁，商品信息和消费者诉求可以直接传递，满足了双方的需求。无论是网红直播还是互动直播，都能解决信息不对称的问题。前者可以借助网红扩大商品的知名度，为其带来巨大的额外流量；后者可以借助于互动，让消费者了解产品的详细信息，了解产品背后的故事，从而形成购买。

“直播+跨境电商”模式如何落地虽然，“直播+跨境电商”这种模式给跨境电商的发展带来一个机遇，但是从本质上看，这种模式只是改变了一下宣传方式而已，与“电视+电商”模式非常相似。因此，要想促使跨境电商能借助此模式得以长久发展，还要解决下面几个问题。

流量的提升及保持在“直播+电商”模式下，流量要如何评定？一般来说，在直播的过程中，在线收看直播的人数越多，就表明获取的流量越多。平台不同，直播不同，其获取的流量会有很大差异。一方面，相较于那些自制的直播栏目来说，成熟的直播平台能获取的流量更多；另一方面，相较于人气低的网红或者明星来说，网红和明星的人气越高、“粉丝”越多，获取的流量也就越多。因此，跨境电商在应用“直播+电商”这种模式发展的过程中，首要面对的就是流量问题——流量高的平台要如何保持高流量增长，流量低的平台要如何提升流量。为了解决这个问题，跨境电商或许会将合作对象锁定在高流量平台或者高人气网红、明星中。除了优化选择合作对象之外，也会继续对直播内容进行优化，以期通过内容打动观众，以提升观众的参与度。

转化率及销量的提升直播属于一种娱乐手段，但是和电商结合之后，就要转变成一种生意方式，来解决一些经营、销售方面的问题。跨境电商平台应用“直播+电商”模式的目无非两点，一点是为了提升品牌的知名度和美誉度，另一点是为了提升产品销量。当然，前者也是为后者服务的。因此，在“直播+电商”模式应用的过程中，最需要考虑的问题就是：如何帮助跨境电商平台增加销量？从目前的情况来看，“直播+电商”的模式为跨境电商平台带来了一些曝光，也就表示，借助于该模式，跨境电商平台的知名度和美誉度有所提升。因此，在直播的过程中，跨境电商平台要想方设法引起用户对平台、对产品的关注和了解，最终引导其下单购买。以网易考拉海购和明星合作直播为例，借助其自身的媒体优势，通过直播击中网购用户的消费痛点，进而提升销量。借助于“直播+电商”的模式，网易考拉海购平台上高端产品的搜索量较同期翻了一番。对于处于困境的跨境电商来说，“直播+电商”模式是一种新尝试。接下来，跨境电商平台仍要将如何提高转化率，如何提高销量作为重点问题，通过定制内容、增强互动等多种方法予以解决。

高成本问题的解决虽然，通过传统的渠道和方法获取新用户的成本近400元，但是应用“直播+电商”模式获取用户的成本也并不低，甚至会更高。从目前的情况看，跨境电商的合作对象一般是国内的直播平台，也就表示，无论是平台还是网红（明星），跨境电商都需要支付一定的费用。因为，目前，我国很多直播平台都处于起步阶段，这个费用可以免去；但是网红或者明星的费用对于跨境平台来说也是一笔很高的开销。并且，网红或者明星的人气越高，能为平台带来的流量越高，其费用也就越高。再加之，目前，在国内适合做跨境电商直播的网红数量本就很少，在各平台的争抢下，价格自然水涨船高。为了解决网红数量少这个问题，有些平台尝试自己培养网红。从实际情况来看，相较于与网红合作，自己培养网红的花费更高。

人们只看到了papi酱的一夜爆红，却忽视了其身后的团队作用。网红不会无缘无故的“红”，很多都需要大量资金的支持。因此，从这个层面来说，各跨境电商平台可以灵活变通一下，不要将直播限制在视频领域，可以从图片、文字等方面做出不同的尝试。目前在国内，以网易考拉海购为代表的跨境电商平台就在这方面做出了种种尝试，但这种尝试尚处于初级阶段。从效果方面来说，相较于视频直播来说，这种直播方式的效果较差。但是，如果对其中的各种资源进行有效整合，仍可以在效果、成本和转化率等因素间找到平衡，取得令人满意的效果。总之，相较于传统广告营销来说，借助于构造场景和互动行为形成新形态的“直播+电商”模式在提升转化率方面的效果更好。不管社会对“直播+电商”这种模式如何评价，对于跨境电商平台来说，这种方式都为其指明了一条出路。但是，各跨境电商平台需要注意一点，不要只将目光放在模式或者营销上，还要做好供应链建设，提升自身的综合实力，以推动跨境电商借助转型期得到更好的发展。