

小程序直播成商家标配，在微信卖货就用小程序直播

产品名称	小程序直播成商家标配，在微信卖货就用小程序直播
公司名称	泉州市鼎骏网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省深圳市宝安区福永街道星港同创汇天玑座410室
联系电话	13799568090

产品详情

小程序直播成商家标配，在微信卖货就用小程序直播，微信小程序分销商城招商加盟

国际在线消息：6月6日至8日，首届直播节（中国广州）在广州举办，本次直播节由广州市商务局主办。作为本土互联网标杆，微信通过小程序直播展现生态的直播带货能力。活动期间，超过2000个

商家通过小程序直播参加广州直播节，给微信用户提供了72小时不打烊的

国际在线消息：6月6日至8日，“首届直播节（中国·广州）”在广州举办，本次直播节由广州市商务局主办。作为本土互联网标杆，微信通过小程序直播展现生态的直播带货能力。活动期间，超过20

00个商家通过小程序直播参加“广州直播节”，给微信用户提供了“72小时不打烊”的“云购物”

体验。

小程序直播成商家标配，在微信卖货就用小程序直播

此次广州直播节的微信专场通过小程序集合页展示，用户可以通过朋友圈广告、微信搜一搜“广州直播节”或微信扫一扫左滑切换识物，扫一扫广州塔实体或者广州塔图片，都能进入小程序“直播街”，从而可进入各个商家的“直播间”。据了解，广州直播节期间，多个行业的头部商家、广东老字号品牌和百货、众多本土中小零售企业等通过小程序直播为消费者提供大量优质广货和优惠让利。

微信小程序直播能力自公测以来，帮助商家打造线上经营闭环，完成快速转型，促进生意增长，已成为

了不少行业商家数字化经营的“利器”。新冠肺炎疫情期间，不少行业的门店导购纷纷通过小程序直播

推动线上业绩增长，借助社群、朋友圈等方式来应对疫情对线下门店经营的冲击。数据显示，公测至今

，开通小程序直播的商户增长迅猛，4月开通小程序直播的商家数量环比提升90%，日均直播时长环

比翻两番，5月1日当天直播时长近5000小时，被分享次数最高的直播间可达20万次；4月通过

小程序直播“云下单”的用户规模环比提升220%。

从行业来看，零售百货、旅游行业企业、服装品牌等类型的商家表现优秀，其中携程通过小程序直播带来近1亿元销售额，海澜之家单场带来300万人观看，“汉光百货”联手知名护肤品牌直播客单价超过3300元。

目前，包括广汽传祺、Home Facial Pro、MO&Co.、URBAN REVIVO、唯品会、完美日记、歌莉娅、茵曼等广州本地标杆企业均已接入微信小程序直播，并成为全国电商卖货产业中的佼佼者。凭借微信小程序直播流量属于商家，低门槛、快运营、便利性、社交互动性强、转化效率高的特点，3月8日小程序直播当天，广州本地品牌欧时力GMV环比增长160%，直播期间订单量增长近1.2倍；广州本地时尚品牌完美日记2月小程序直播的场均观看人数环比增长3—1.0倍

, 购买转化率比其他平台高出 2 至 3 倍。

广州城市名片，微信助力广州直播电商发展战略

2011年1月，微信在广州诞生。据腾讯公司今年一季度财报显示，微信和WeChat合并月活跃

账户数已超过12亿，其中小程序日活跃账户数超4亿，2019年全年交易额超8000亿元。发展

9年至今，微信已不仅仅是一款社交应用，也成为连接人和商品、人和服务的重要载体。公众号、微信

支付、小程序、企业微信，是腾讯发展产业互联网、助力各行各业实现数字化转型升级的四大工具。

今年以来，广州不断推动直播电商发展。3月23日，出台全国首个直播电商发展三年行动方案，从加强顶层设计、打造产业集群、推动商贸领域应用、构建人才支撑体系、营造发展良好氛围等五方面提出16条政策措施；3月30日，宣布启动“广州直播带货年”，当天成立由各大平台、行业商协会、商家、媒体共同组成的“直播带货一起上”联盟，是全国首个跨平台跨领域广覆盖的直播产业联盟；4月12日，邀请全国知名行业人士成立全国首个直播电商智库，为广州直播电商发展建言献策。受新冠肺炎疫情影响，随着线上消费需求旺盛，直播带货成为各行各业商家复工复产的重要手段，小程序直播应时推出，助力广州打造本土直播样本。

作为千年商都，广州一直有着良好的营商环境，市场要素活跃，创新创业氛围浓厚。直播电商作为新业态，近几年发展迅猛，广州凭借货源多、物流快、供应链完备等优势，正在形成集聚效应。

小程序直播基于微信生态帮助商家构建新的线上经营模式，商家“自主自控、自播自卖”的带货模式是其区别于其他直播平台的特色，基于微信庞大的用户体量和与微信生态能力之间的“组合拳”，能有效帮助商家激活社交活力、提升用户留存和打造商业闭环。

此次广州直播节小程序直播为参与商家提供了快速开店服务，未来小程序直播将迭代产品能力，逐渐面

向各行各业各层次商家开放，进一步降低开通门槛，扶持中小商户，让直播为更多商家和消费者创造价

值，让好的直播内容更容易被用户发现。

电商变现新渠道，小程序直播会带来哪些机遇

在 1 月 9 日的 2020 年微信公开课 P r o 上，微信小程序交出三周年成绩单：2019

年小程序日活超 3 亿，累计创造 8000

多亿交易额，小程序的相关负责人也预告说即将推出最新的官方小程序直播组件。

一、

小程序直播大势所趋

微信亲自下场引领直播潮流

1、微信小程序生态

基于微信超过十亿的用户数，商户通过小程序直播将容易也更直接的触达到消费者，用户也可以通过小程序进入直播间，直播过程中点击商品链接可以直接跳转到购买页面，边看边买；

2、腾讯流量扶持，无需资质，无需流量费

微信小程序直播，无需网文资质审核，不需要额外支付直播流量费用，腾讯官方流量扶持，助力于各大

内容平台通过小程序直播进行内容变现；

3、商家可在小程序内形成闭环

除了发起直播更加方便，使用小程序直播组件最显而易见的好处是，用户观看直播、购物等流程可在商

家小程序内闭环，无需跳转其他小程序或 a p p ；

对品牌来说，直播成了一个可嵌入官方小程序的功能，小程序的活跃用户，通过社交裂变吸引而来的新

用户，都可以方便的以自己习惯的方式观看直播。

二、

【小程序直播 + 社交电商生成】

打造直播 + 电商领域新生态

小程序直播，依托于微信小程序的强大生态体系，帮助平台以更低的成本实现直播带货的功能，完成注册即可直播，同时可以生成直播间的介绍及分享海报，通过微信分享给好友或者朋友圈，帮助企业实现直播内容的快速变现。

1 直播 + 电商，适用于多种商业模式

小程序直播可接入多种电商模式，依托于强大的社交电商系统，轻松匹配出多种电商商城的商业模式，

结合小程序直播强大的流量变现能力，帮助平台快速变现，实现流量的快速增长；

2 直播详情

除了小程序直播拥有的各类直播功能外，依托于小程序直播完善的基础架构，增加了直播详情内容介绍

；

3 分享海报（可建立关系）

社交电商的拓客引流中，分享海报一直都是最为关键也最为有效的引流工具，在的小程序直播中，我们

也同样增加了分享海报，用户可以把直播内容生成海报，分享给好友或者分享到朋友圈，并且通过分享

海报进来的用户会与分享者建立关系，从而实现真正的社交流量变现；

直播回放

对于教育、培训等行业来说，直播回放是其重要的组成部分，把直播录制成回放的视频，或者打包成课程进行二次传播和重复利用；

而对于电商行业来说，直播带货是其核心组成部分，但回放功能也有其存在的必要价值，比如说，

商家可以通过直播回放做直播复盘，通过回放发现直播过程中存在的问题，从而在下次直播中进行优化

和调整，提高直播带货的变现能力；

5 多种直播方式（支持手机、设备直播）

平台在创建直播间选择‘直播类型’时，可以选择手机直播或者推流设备直播；

对于一些比较依赖多视角直播的用户，推流设备直播就显得尤为重要，比如说，教育培训或者老师上网课，需要直播录屏展示课件，那么就需要第三方推流设备（OBS、EV等）进行录屏，不再仅仅只能依赖手机进行直播；对于电商商家来说，需要画面来演示商品时，同样也能通过推流设备来实现，有效解决了之前只能通过切换手机镜头的问题，提高用户的观看体验；

总结：

当下是极为特殊的时间，新冠肺炎疫情的状况依然在不断变化，它对零售行业的影响尤其严重，不少门店面临客流量断崖式下跌的困境。因此，也有不少品牌开启了以「无接触服务」为特点的「线上自救」计划，到家服务，通过小程序商城线上下单、线下自提，社区团购等都成了非常时期非常有效的稳定客流量、拓展收入的手段。

小程序直播无疑是获取用户、促成交易最有效途径，对大部分商家来说，小程序直播就是微信推出的一场「及时雨」。

我们和其他直播的对比

抖音：1、销售额抖音要抽成

2、没有分销锁定关系，也没有分佣制度

3、要筛选店铺产品能否上抖音

4、需要有淘宝店，还需要交100元押金

5、流量虽然大，但是流量不是自己的

6、无法对接自己的电商体系

看点直播：1、599元半年，999元一年

2、属于工具型的

3、需要跟第三方对接（京东、微店）

4、没有分销锁定关系

5、不提供开放接口

6、支付不自主，资金先进入到京东或者微店，再结算给商家

有播、特抱抱：1、属于平台型的

2、数据不是自己的

3、支付不自主

鼎骏：1、数据自己掌握

2、社交属性强

3、有分销裂变体系

4、免资质

5、免流量

6、免服务器

7、支付自主，不经过第三方

8、可人工服务

9、做大后，可升级源码，增加应用，可拓展性强