

电商直播平台开发：“电商+直播”平台发展特点

产品名称	电商直播平台开发：“电商+直播”平台发展特点
公司名称	广州微码互联科技有限公司销售部
价格	1000.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区中山大道中379号6栋6602室（注册地址）
联系电话	13422202839 13422202839

产品详情

现在电商直播发展也进入竞争激烈阶段。很多的电商平台目前的也比较的明确，目前的直播带货也非常受欢迎，转化率也比较高，但是怎么利用直播电商的优势这是关键，现在短视频和直播比较火热就是抖音了，但是，也有部分新兴的直播平台也在慢慢发展，正在行业风口中分一杯羹。

根据数据，2019年直播电商市场规模达到43381亿元，同期对比增长226%，所以预计2020年将会以超百百分比的增速增长到9610亿元。由于直播模式带货效率更高，成为商家争相拥抱的模式；各平台也纷纷入局加码直播电商，希望分一杯羹，因而直播电商火热发展的同时竞争也十分激烈。

在直播电商售卖过程中，平台方是链条的核心，它提供了带宽、技术支持、营销推广，吸引内容创作者和商家入驻、分发内容，形成了公域流量。平台的公域流量又可以转化为内容创作者或商家的私域流量，而商家的私域流量又沉淀在平台上、成为平台的公域流量。因而，平台占据流量配置的核心地位。

“电商+直播”平台发展特点：

- 1、电商平台交易色彩较重，用户购物的目的也比较明确，因而直播购物转化高；
- 2、电商平台品类丰富，供应链稳定，可以满足用户多元化的需求，提高用户直播用户购物体验，达到引流效果；
- 3、平台流量分发重效率，商家/主播“二八效应”明显，更容易打造平台标杆主播吸引其他商家入局；
- 4、MCN机构参与度更高，平台可以从红人管理中抽身，专注于平台工具的打造；
- 5、大品牌入驻率更高，平台也致力于提高整理商品的质量水平。

“内容+电商”平台发展特点：

- 1、平台属性偏向于内容社区，早期通过娱乐性内容积累大量用户，形成巨大的流量池；

2、平台品类相对有限，集中于转化率较高的服装、美妆等产品，比较符合平台年轻化群体追求颜值提升的需求，也适合短视频+直播方式来展示；

3、平台流量分发效率与内容并重。部分内容平台为了开发长尾效应的商业潜力，偏重内容多元化；而有的内容平台重效率，有利于打造“爆款”产品；

5、品牌入驻度较低，因为平台用户在做出购买决策时更关注产品深度内涵和性价比，对品牌的重视度在下降。

在直播电商蓬勃发展的同时，平台也难免会暴露一些短板。从消协的调研数据看，直播电商用户购物全流程的整体满意度低于80%，其中宣传、商品质量和售后服务满意度相对较低。