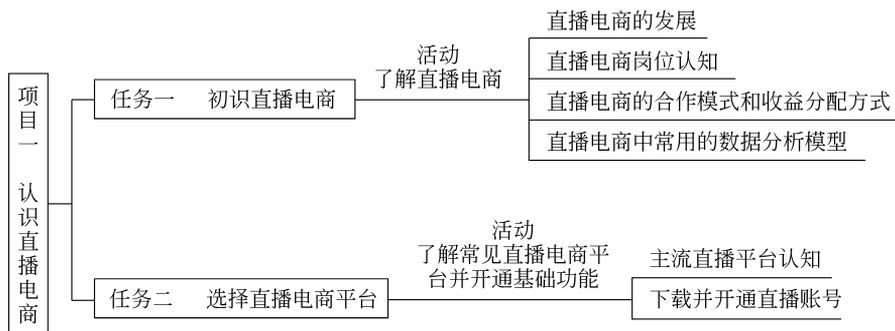


## 认识直播电商

直播电商是指通过直播平台进行商品展示和销售的一种商业模式。它结合了线上直播和电子商务的特点,通过直播形式展示商品,与观众进行实时互动,并提供在线下单购买的功能。直播电商的流行源于社交媒体的普及和直播技术的发展。通过直播平台,商家可以直接与潜在客户进行实时沟通,演示商品的使用方法,介绍商品的独有特点,并回答观众提出的问题。观众可以通过弹幕、点赞、评论等方式与主播互动,提供反馈和意见。

### 思维导图



## 任务一 初识直播电商

### 学习目标

**知识目标:** 了解直播电商的特点和模式、直播电商发展的历程及驱动力、直播电商的岗位需求、直播运营与推广的岗位职责以及直播电商常用的数据分析模型。

**能力目标:** 能够利用网络平台进行直播资料的查找。

**素养目标:** 树立正确的职业价值观,遵守职业道德。

### 活动 了解直播电商

#### 活动描述

小张是电子商务专业的在校大学生,立志通过所学专业知识和推动家乡乡村振兴,近几年随着直播电商的快速发展,小张计划成立一个农产品直播创业团队,通过网络平台开展农产

品直播销售。请同学们查阅资料,了解并熟悉直播相关信息并思考回答以下问题:直播团队组建规则有哪些?并举例说明自己参与过的直播电商。



## 知识指南



直播电商的特点

### 一、直播电商的发展

#### (一) 直播电商的特点

直播电商是将直播技术与电子商务模式相结合的一种商业模式,其特点如下。

##### 1. 实时互动性强

直播电商能够为购物行为带来实时互动,能够通过直播视频等形式对商品进行展示、介绍、演示,同时也可以是在直播过程中与观众进行互动,解答疑问,提供更多购物帮助。

##### 2. 营销属性强

直播电商不仅进行商品展示,也充满了各种有趣、独特的营销手段。这些营销手段往往可以带给消费者更多的惊喜和尝试的机会,从而更容易取得他们的信任,提高销售效果。

##### 3. 购物透明度高

在直播电商平台上,消费者不仅可以看到商品的展示和介绍,还可以实时了解商品的价格、优惠券等信息。这种透明度可以使购物过程变得更加高效和精准。

##### 4. 引导消费导向强

直播电商往往会面向不同的消费者群体提供不同的直播内容和购物体验,通过多样的形式引导促进消费者的购买行为。

##### 5. 平台利益多元化

直播电商平台可以通过广告、货源、佣金等方式实现多元化收益,形成独立于商品本身的利润,为平台的经济模式打下坚实的基础。

直播电商模式已经成为电子商务领域的一个重要方向,在未来的发展中还有很大的潜力。直播电商模式可以为消费者提供更丰富的购物体验,并帮助商家更好地进行品牌推广和销售。图 1-1 所示为电子商务专业学生正在做直播。

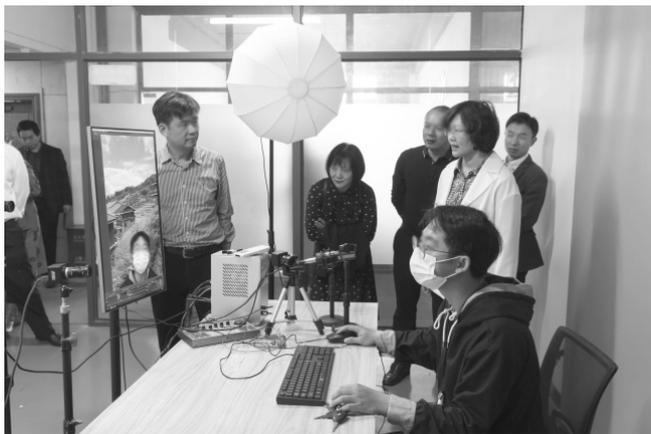


图 1-1 电子商务专业学生正在做直播

## （二）直播电商的发展历程及驱动力

### 1. 直播电商的发展历程

（1）初期探索阶段（2014—2016年）。2014年，淘宝推出了直播功能，但当时的直播并未与电商结合，只是纯粹的社交直播。2016年左右，一些电商平台开始尝试将直播技术与电商模式相结合，例如淘宝直播、拼多多直播等。

（2）快速爆发阶段（2017—2018年）。2017年，淘宝直播成为主流，通过淘宝直播的超级品牌日、“双11”等活动，在直播电商中取得了良好的成绩。2018年，搭载了直播电商功能的小程序快速崛起，通过将直播电商与微信生态相融合的方式，直接打通了微信的流量入口，创造了更多商业机会。

（3）多元化发展阶段（2019年至今）。2019年，直播电商成为中国电商市场的焦点之一，产值也持续增长。同年，短视频直播、音频直播等多种直播形式的出现，进一步提高了直播电商的曝光量和多样性。

（4）国际化拓展阶段（2020年至今）。直播电商迅速开拓国际市场，并在国际市场上取得了不俗的成绩。同时，一些全球性的大品牌开始积极尝试直播电商，带来了该领域的国际化发展趋势。

直播电商经历了初期探索、快速爆发、多元化发展和国际化拓展等阶段，随着技术、市场、消费者需求的持续发展，直播电商的发展前景非常广阔。

### 2. 直播电商的驱动力

直播电商之所以能够快速崛起和迅速发展，其驱动力主要来自以下三个方面。

（1）消费者需求的变化。随着社会的进步和人们生活水平的提高，消费者对商品和服务的品质、个性化和服务体验的要求也越来越高。直播电商作为一种新型的线上购物方式，可以在互动性、营销性和购物透明度等方面给消费者带来更全面、便捷、高效的购物体验，从而满足消费者的精神需求和实际需求。

（2）商家营销策略的变化。商家要在市场竞争中保持领先地位需要经常寻找新的营销方式来提高销售效果。直播电商作为一种线上销售方式，具有与传统销售方式不同的营销特点，可以通过互动、直观、透明的形式与消费者产生更深入的联系，加强品牌和产品的曝光度和知名度，吸引更多消费者的关注并激发购买欲望。

（3）技术的进步和创新。直播电商所依托的直播技术近年来在不断地创新和进步，例如，高清画面、增强互动、人工智能等技术的应用，使直播电商更加符合消费者的购物需求。同样，各个电商平台针对直播进行技术升级改进，对直播流程进行梳理，通过数据分析等方式提高营销效果，推动直播电商行业逐步发展和壮大。

直播电商的快速崛起离不开消费者需求、商家营销策略和技术的进步创新等驱动力，未来随着各个方面的提升和完善，直播电商的行业前景越加看好。

## （三）直播电商管理办法

直播电商管理办法用于规范行业发展和保护消费者权益，主要内容如下。

### 1. 建立平台制度，强化平台责任

平台应建立明确的直播上架审核制度，对直播内容进行审查，杜绝虚假宣传、误导消费等行为。

## 2. 加强直播主播资质审核

直播主播应进行实名认证,需要提交个人信息和资质证明。平台应对直播主播资质进行审核,确保直播主播具备合法资质和能力。

## 3. 加强直播产品质量管理

直播电商应对所销售产品进行质量检测,确保产品符合国家相关标准,并对无证产品、虚假宣传等行为进行严格管理。

## 4. 加强交易和支付安全管理

平台应采取相应措施和技术手段,确保交易和支付的安全,防范欺诈行为。

## 5. 建立投诉处理机制,维护消费者权益

平台应建立投诉受理渠道,及时处理消费者投诉,保障消费者合法权益。

## 6. 强化行业自律,促进行业健康发展

加强行业自律机制,定期组织行业商讨会议,达成行业共识,促进行业的健康有序发展。

直播电商管理办法是规范直播电商行业的相关行为,保护消费者权益,促进行业的健康有序发展,要求平台和直播主播遵守相关法律、法规和行业规范,增强责任和自律意识。

## 二、直播电商岗位认知

### (一) 直播电商岗位

随着直播电商的快速发展,行业中涌现出了许多新的岗位,目前直播电商行业主要的工作岗位如下。

#### 1. 直播达人

直播达人负责进行直播推销和产品展示,需要具备良好的口才、形象和展示能力。

#### 2. 直播导师

直播导师负责对直播达人进行辅导和培训,提高其推销和展示能力,需要具有专业的直播技术和销售知识。

#### 3. 直播策划

直播策划负责策划直播内容和推广方案,需要具有良好的市场营销素质和创意能力。

#### 4. 直播技术人员

直播技术人员负责直播技术的支持和维护,需要具备专业的技术知识和技能。图 1-2 所示为直播前的设备调试。

#### 5. 直播运营

直播运营负责平台推广、用户维护、监督直播内容等工作,需要具有敏锐的市场洞察力和优秀的沟通能力。

#### 6. 电商销售经理

电商销售经理负责商家的合作招募、产品选择和销售管理等工作,需要具备商业洞察力和出色的人际沟通能力。

#### 7. 数据分析师

数据分析师负责对直播数据进行分析和解读,并提出运营建议,需要具备较强的数据处理和分析能力。

从直播技术、市场营销、数据分析到电商销售等方面,直播电商行业需要拥有一定技能和知识的人才不断涌现,是一个不断拥有新鲜工作岗位的行业。图 1-3 所示为主播和果农共同直播农产品。



图 1-2 直播前的设备调试



图 1-3 主播和果农共同直播农产品

## (二) 直播运营与推广的岗位职责

直播电商的运营和推广是整个直播电商生态链中相当重要的环节,以下是直播运营和推广的主要职责。

### 1. 直播推广策略的制定和执行

制定有效的直播推广策略,包括各种推广渠道的运营管理、社交媒体推广、代言人推广及各种促销活动等,并负责执行和推广计划。

### 2. 直播平台和管理和运营

负责直播平台的日常管理和运营,包括直播内容策划、节目制作和发布等。

### 3. 直播数据的监测和分析

负责监测直播数据,包括直播浏览量、直播用户互动数、购买转化率、用户画像等,制定营销策略并执行。

### 4. 直播达人的招募和培训

负责招募优秀的主播和达人,安排培训课程,提高其在直播推销、内容制作、产品导购等方面的能力。

### 5. 直播活动的策划与执行

负责直播宣传活动的策划、执行和效果追踪,带领团队与商家合作推广。

### 6. 直播平台与商家的协调

负责直播平台和商家之间的业务沟通和协调,维护商家合作关系,提高营销效果。

直播运营和推广的职责是非常重要的,需要具备市场营销素质、分析能力、判断力和良好的合作沟通能力等多项能力。

## 三、直播电商的合作模式和收益分配方式

### (一) 直播电商的合作模式

#### 1. 平台自主开展直播电商

这种模式是电商平台自主开展直播电商业务,通过招募达人、网红等明星为代表人物来展示产品和助力推广销售。例如,淘宝直播通过签约一批明星达人来推销某个品牌

或单品。

#### 2. 品牌与网红合作开展直播电商

品牌通过与明星、网红等合作,以其高关注度和粉丝数量来进行代言和推销。这种模式通常是品牌主导,利用网红的影响力为产品做宣传和推广,从而获得更多消费者的关注,激起其购买欲望。

#### 3. 电商平台与品牌合作

一些电商平台利用自身资源和渠道优势与品牌进行合作,开展直播电商。这种模式通常是电商平台对外招募品牌,提供品牌介绍、直播导师、店铺装修、推广渠道等方面的支持。通过品牌的推广和直播导师的引导,最终达到推销商品的目的。

#### 4. 直播电商第三方服务商合作

直播电商第三方服务商是指一些专门的直播电商公司,可以为品牌提供一站式的解决方案。例如,直播电商服务供应商可以为品牌提供直播技术支持、达人推荐、营销策略设计等服务。

直播电商的合作模式是多种多样的,不同的合作方可以根据各自的需求和优势进行搭配,以取得最佳的效果。

### (二) 直播电商的收益分配方式

#### 1. 分成模式

电商平台和直播达人、网红、商家等按照预先约定好的分成比例分配收益。例如,某电商平台与某直播达人合作,平台分成为60%,达人分成为40%,即销售额的60%归平台,40%归直播达人。

#### 2. 推广返佣模式

商家或品牌通过各种渠道进行推广,并对其推广者给予返佣。例如,在淘宝直播中,商家可以通过苏宁推广、淘宝客等推广渠道,向其他用户进行推广,苏宁或淘宝客等推广者为商家推广成功后被给予返佣。

#### 3. 按照提供服务的类型和时间进行结算的服务费用方式

例如,直播技术服务商向电商平台提供技术支持和服务,直接按照服务时间和服务类型向平台收取服务费用。

需要注意的是,在不同的合作模式下,直播电商的收益分配方式可能是不同的。各方可以根据实际情况进行协商和调整,以达到共赢。

### 四、直播电商中常用的数据分析模型

#### 1. SWOT

SWOT是一种常用的战略分析工具,用于评估一个组织、项目或个人的优势、劣势、机会和威胁。SWOT代表以下四个要素。

(1) 优势(strengths): 组织、项目或个人在内部具有的相对优势资源。这些资源可以是技能、知识、资金、品牌声誉、专利等。优势因素有助于实现目标和竞争力。

(2) 劣势(weaknesses): 组织、项目或个人在内部存在的相对劣势和不足之处。这些因素可能是缺乏关键技能、有限的资源、低品牌认知度等。劣势因素可能会阻碍实现目标和竞



数据分析模型

争力。

(3) 机会(opportunities): 外部环境中可能有利于组织、项目或个人的发展和成功的有利条件。这些条件可以是市场趋势、新兴技术、政策变化、市场需求等。机会因素可以被利用来实现目标和增强竞争力。

(4) 威胁(threats): 外部环境中可能对组织、项目或个人的发展和成功构成威胁的不利条件。这些条件可以是竞争对手的崛起、市场变化、法规限制、经济不确定性等。威胁因素可能会影响目标的实现和竞争力。

SWOT 分析的目的是识别和评估内外部因素对组织、项目或个人的影响,以便制订相应的战略和行动计划。通过充分利用优势和机会,同时解决劣势和威胁,可以提高组织、项目或个人的竞争力和成功率。

## 2. PEST

PEST 是一种分析外部宏观环境因素对组织或行业影响的框架。PEST 模式代表政治(political)、经济(economic)、社会(social)和技术(technological)因素。

(1) 政治因素涉及政府政策、法规和政治稳定对组织或行业的影响。这包括税收政策、贸易规定、劳动法 and 政府稳定性等方面。

(2) 经济因素包括整体经济状况,如通胀率、利率、汇率和整体经济增长。这些因素可能影响消费者购买力、企业投资决策和市场需求。

(3) 社会因素考虑到文化、人口统计和社会趋势对组织或行业的影响。这包括人口统计数据、消费者态度和行为、生活方式趋势和社会规范等因素。

(4) 技术因素是指技术进步和创新对组织或行业的影响。这包括技术变革速度、研发活动、自动化和技术基础设施的可用性等方面。

通过分析这四个因素,组织可以识别外部环境中的潜在机会和威胁,并相应调整其战略。

## 3. 波特五力

波特五力(Porter's five forces model)是由迈克尔·波特(Michael Porter)提出的一种竞争分析框架,用于评估行业竞争的激烈程度和行业的吸引力。该模式基于五个关键因素,包括竞争对手的威胁、新进入者的威胁、替代品的威胁、供应商的议价能力和买家的议价能力。

(1) 竞争对手的威胁: 同一行业内其他竞争对手与本组织的竞争程度。如果市场上存在大量强大的竞争对手,行业的竞争将更加激烈,利润可能受到压缩。

(2) 新进入者的威胁: 潜在的新竞争对手进入行业对现有组织造成的威胁。如果进入门槛低,新竞争对手可能会加剧行业竞争,降低利润。

(3) 替代品的威胁: 其他产品或服务可以替代组织所提供的产品或服务,对组织造成的威胁。如果存在很多替代品,组织可能面临价格竞争和市场份额的损失。

(4) 供应商的议价能力: 供应商对组织的产品或服务价格和质量的影響力。如果供应商较少且强大,他们可能会对价格和供应条件进行议价,对组织造成压力。

(5) 买家的议价能力: 买家对组织产品或服务价格和质量的影響力。如果买家较少且集中度高,他们可能会要求更低的价格和更好的服务条件,对组织造成压力。

通过分析这五种力量,组织可以了解行业竞争的激烈程度,识别潜在的机会和威胁,并制定相应的竞争策略。



## 直播速递



中国网络直播行业高速发展



## 实战训练

**名称** 调研直播电商岗位需求

**实训背景** 2020年,我国正式在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种。越来越多毕业生选择尝试或者从事直播销售、互联网营销等职业。根据项目一任务一中的活动描述,小张首先需要了解直播电商有哪些岗位、岗位要求是什么。

**实训要求** 浏览各大招聘网站,收集整理直播电商相关岗位,了解各岗位特点和适用人群,并完成填写直播电商相关岗位信息收集表。

**任务分析** 通过对直播电商岗位调研能够尽快地了解电商岗位职责和相关要求,在这个过程中可以尽快找到适合自己的岗位,这样才能扬长避短,从而早点做好职业规划。

**操作要点**

- (1) 熟悉表 1-1 中的相关信息。
- (2) 浏览各大网站,收集整理直播电商相关岗位信息。
- (3) 填写直播电商相关岗位信息收集表。

**任务实施** 以小组为单位,按照实训要求完成表 1-1。

表 1-1 直播电商相关岗位信息收集

岗位名称	岗位职责	岗位要求

## 任务二 选择直播电商平台

目前国内比较常见的直播电商平台包括淘宝直播、抖音直播、快手直播、拼多多直播、小红书直播等。



## 学习目标

**知识目标:** 了解常见的直播平台(抖音、快手、淘宝、拼多多、小红书)。

**能力目标:** 能够在手机上下载安装直播平台,并会开通最基本的直播账号和基本功能。

素养目标：培养职业价值观和职业情怀。

## 活动 了解常见直播电商平台并开通基础功能



### 活动描述

小张在对直播电商了解的基础上,准备选择合适的电商平台。在本任务中主要学习对比各种主流直播电商平台的特点,选择一家平台进行注册并开通基础功能,为农产品直播销售做好准备。



### 知识指南

#### 一、主流直播平台认知

##### 1. 抖音直播平台认知

抖音于 2016 年上线,是一款风靡全球的音乐创意短视频社交软件,以“记录美好生活”为品牌口号,用户可以通过选择歌曲、海量原创特效和滤镜,拍摄音乐短视频,形成自己的作品,也可找到涵盖生活妙招、美食做法、旅行攻略、科技知识、新闻时事、同城资讯等各种实用内容。抖音包含短视频、商家自播、主播带货等多种功能,致力于满足商家达人多形式变现需求,众多抖音创作者通过短视频、直播等丰富的内容形式,给用户个性化、高品质的体验。直播是抖音平台的功能之一。抖音直播平台如图 1-4 所示。



图 1-4 抖音直播平台

抖音电商是抖音旗下电商平台,致力于成为用户发现并获得优价好物的平台,众多抖音创作者通过短视频、直播等丰富的内容形式,给用户个性化、高效的消费体验。旗下抖店是电商商家实现一站式经营的平台,为商家提供全链路服务。抖音电商致力于成为用户发现并获得优价好物的首选平台。同时,抖音电商积极引入优质合作伙伴,为商家变现提供多元的选择,短视频、商家自播、主播带货满足商家达人多形式变现需求。

抖音直播平台具有以下特点。

(1) 用户基础庞大。抖音是全球范围内广受欢迎的短视频社交平台,拥有庞大的用户

基础,这使抖音直播平台具有潜在的受众群体和市场。

(2) 实时互动性。抖音直播平台允许主播与观众进行实时互动,观众可以通过评论、点赞和送礼物来与主播进行互动。这种实时互动性增强了用户参与感和黏性。

(3) 内容多样化。抖音直播平台上的内容非常丰富多彩,涵盖了各种类型的内容,如音乐表演、舞蹈、美妆教程、游戏直播等。这使用户可以根据自己的兴趣选择观看内容。

(4) 易于使用和分享。抖音直播平台的用户界面简洁明了,易于使用和浏览。用户可以轻松地分享直播内容到其他社交媒体平台,扩大内容的传播范围。

(5) 诸多商业化机会。抖音直播平台为主播提供了商业化机会,通过与品牌合作、接受礼物和打赏等方式,主播可以获得直播平台收入。这为创作者和商家提供了一种有效的推广和销售渠道。

抖音直播平台具有用户数量庞大、实时互动性、内容多样化、易于使用和分享以及诸多商业化机会等特点。这些特点使抖音直播平台成为一个受欢迎的直播平台,吸引了众多用户和创作者的参与。

## 2. 快手直播平台认知

快手直播平台是快手公司旗下的一项直播服务,可以让用户通过手机直接进行视频直播。快手直播平台于2016年上线,成立三年即成为中国最大的短视频直播平台之一。快手直播平台如图1-5所示。

快手直播平台是一个展示自己、互动社交、获得收益的良好平台,得到越来越多人的关注和喜爱。

快手直播平台具有以下特点。

(1) 大众化用户群体。快手是中国具有影响力的短视频社交平台之一,拥有庞大的用户群体。快手直播平台吸引了各种年龄段和兴趣爱好的用户,使直播内容多样化。

(2) 本地化内容。快手直播平台注重本地化内容,允许用户根据地理位置和兴趣选择观看特定地区的直播内容。这使用户可以更好地了解和参与当地的文化和生活方式。

(3) 社交互动性。快手直播平台注重用户之间的社交互动。观众可以通过评论、点赞、送礼物等方式与主播进行实时互动,增强了用户的参与感和黏性。

(4) 强调才艺表演。快手直播平台广泛展示各种才艺表演,如歌唱、舞蹈、乐器演奏、绘画等。这使有才艺的用户可以通过直播平台展示自己的才华,并与观众分享。

(5) 短视频和直播融合。快手直播平台将短视频和直播功能融合在一起,用户可以通过直播展示自己的生活和才艺,并将这些内容保存为短视频进行分享。

(6) 诸多商业化机会。快手直播平台为主播提供了商业化机会,通过与品牌合作、接受礼物和打赏等方式,主播可以获得直播收入。这为创作者和商家提供了一种有效的推广和销售渠道。

快手直播平台具有大众化用户群体、本地化内容、社交互动性、强调才艺表演、短视频和直播融合及诸多商业化机会等特点。这些特点使快手直播平台成为一个受欢迎的直播平台,吸引了众多用户和创作者的参与。

## 3. 淘宝直播平台认知

淘宝直播平台是淘宝推出的一项直播服务,该服务由于平台的强大流量入口,成为国内



快手直播  
平台认知