

# 网红经济下电商直播对消费者购买行为的影响分析

关兵

驻马店技师学院

**摘要：**在当今这个数字化飞速发展的时代，网红经济以其独特的方式渗透进了市场的每一个角落，其中电商直播更是如同一股不可小觑的新兴力量，重塑着消费者的购买行为模式。不容忽视的是，电商直播所营造的即时互动与真实体验氛围，正潜移默化地影响着消费者的决策过程。因此，深入分析电商直播对消费者购买行为的影响有助于理解这一新兴经济形态背后的运作机制，同时也对未来市场趋势的预测和消费者行为的引导具有不可估量的价值。本文主要探讨了网红经济下电商直播对消费者购买行为影响的相关内容，希望能够为电商直播行业的发展提供一定支持。

**关键词：**网红经济；电商直播；消费者购买行为；影响分析

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6261.2022.11.160

## 引言

网红经济的兴起是数字化时代浪潮下的必然产物，伴随着互联网的深入发展，社交媒体的普及让众多普通人有机会展现自我并累积人气，进而形成强大的粉丝基础。这些网红凭借其独特的个人魅力或专业技能，在社交平台上不断吸粉，并逐渐获得了商业价值的转化能力。与此同时，电商直播的流行则是商业模式创新与技术进步相结合的典型范例，直播平台为商品展示和交易提供了一个即时互动的全新场景，而网红们则借助自身影响力，为电商带货，从而实现流量变现。这一模式既满足了消费者追求个性化、真实体验的购物需求，又为商家提供了一条高效、低成本的营销渠道。于是，在网红经济与电商直播的共力推动下，一个全新的消费时代正悄然到来。

## 一、网红经济与电商直播概述

### （一）网红经济和电商直播的定义

网红经济是指依托网络红人在社交媒体上聚集的人气及影响力，通过一系列商业化操作将粉丝转化为购买力，从而实现商业价值转化的新型经济模式。这种经济模式打破了传统明星与粉丝间的单向传播，网红们凭借个人魅力、专业技能或创意内容在网络平台上与粉丝建立紧密联系，形成了具有高互动性和高忠诚度的粉丝社群。

而电商直播则是直播技术与电子商务结合孕育出的一种新兴商业模式。在电商直播中，网红、主播或意见领袖通过直播平台实时展示商品，并与观众进行即时互动，从而促成交易。电商直播能够将商品信息以更直观、更生动的方式呈现给消费者，同时提供了实时问答、优惠券等互动形式，大大增强了购物的趣味性和体验感。

### （二）网红经济与电商直播的相互关系

网红经济与电商直播，这两者之间的关系可谓紧密相连，相互促进，共同构建了当下数字营销领域的新格局。

首先，网红经济为电商直播提供了坚实的人气和影响力基础。在社交媒体平台上，网红们通过精心打造个人形象、分享专业知识或展示独特才艺，吸引了大量粉丝的关注和喜爱。这些粉丝对网红产生了强烈的信任感和归属感，形成了具有高黏性和高活跃度的社群。当网红们转战电商直播时，这些粉丝自然成了直播间的忠实观众，为电商直播带来了可观的流量和潜在的购买力。

其次，电商直播为网红经济提供了有效的商业变现途径。在过去，网红们主要通过广告代言、线下活动等方式实现商业价值转化，但这些方式往往受到时间、空间等因素的限制。而电商直播的出现为网红们打开了一扇全新的商业大门，借助直播平台网红们可以实时与粉丝互动，展示和推荐各种商品来引导粉丝进行购买，从而让网红们的商业价值得到了更充分的体现，为他们带来了更丰厚的经济回报。<sup>[1]</sup>

此外，网红经济与电商直播在互动性和真实性方面形成了完美的互补。网红经济注重的是人格化营销和口碑传播，通过网红的个人魅力和影响力来打动消费者。而电商直播则通过实时互动、真实展示等方式，为消费者营造了一种身临其境的购物体验。当网红在直播中展示商品时，消费者可以即时提问、了解详情，甚至要求网红进行试用或试穿，大大增强了消费者的购物体验，同时也提高了他们对商品的信任度和购买意愿。

## 二、电商直播对消费者购买行为的影响

### （一）提高了消费者的购买决策速度

一方面，电商直播通过网红主播的实时展示与详细解说，为消费者提供了更为直观、全面的产品信息。网红主播在直播过程中不仅展示商品的外观、功能、使用方法等基本信息，更通过亲身体验、实时互动等方式，让消费者在短时间内对商品有一个深入的了解。这种信息传递方式相较于传统的文字、图片描述更为生动、真实，有效降低了消费者的信息搜寻成本和理解难度。因

此，消费者在观看直播的过程中往往能够更快地做出购买决策，有效提高了整体的购物效率。

另一方面，电商直播中的限时优惠、限量抢购等营销策略也为提高消费者购买决策速度起到了推波助澜的作用。在进行直播的过程中，网红主播会不定期地推出限时折扣、满减优惠、赠品等优惠活动，这些优惠活动不仅激发了消费者的购买欲望，更让他们在购物过程中感受到了紧迫感。在这种氛围下，消费者往往会更加迅速地做出购买决策，以免错过难得的优惠机会。这种心理效应在电商直播中尤为明显，成为推动消费者快速决策的重要因素。<sup>[2]</sup>

### （二）增强了消费者的信任度和忠诚度

电商直播借助网红的影响力和信誉，为商品和品牌打造了强大的信任基础。网红们通过自身的专业知识、亲身体验以及真诚的分享为消费者提供了更为可靠和全面的产品信息，他们在直播中展示商品的真实效果、详细解答消费者的疑问，甚至公开透明的分享供应链和价格构成，让消费者感受到了前所未有的信任感。因此，当网红推荐某款商品时，消费者往往会更加信任并愿意购买，从而直接促进了销售量的增长。

此外，电商直播还通过持续的优质服务和互动，深化了消费者与品牌之间的关系，进而提高了消费者的忠诚度。具体而言，网红主播在直播时会关注消费者的需求并耐心解答消费者的提问，为他们提供个性化的购物建议和服务，让消费者感受到了被尊重和重视，从而更加信任和依赖该品牌。同时，品牌也通过电商直播提供了丰富的售后服务和保障，如贴心的退换货政策、及时的问题解答等，进一步增强了消费者的购买信心和忠诚度。当消费者对某次直播购物体验感到满意时，他们不仅会成为该品牌的忠实粉丝，还会积极向亲朋好友推荐该品牌，这种口碑传播效应进一步扩大了品牌的影响力和市场份额。

同时，消费者在观看直播的过程中可以实时进行提问、投票、分享等，增加了消费者的参与感和体验感，让他们有机会更深入地了解商品和品牌。通过与网红和其他消费者的交流互动，消费者可以更加全面地了解商品的实际使用效果、其他消费者的购买体验等，从而大大提高了消费者的信任度。另外，当消费者在直播中获得了满意的答复或解决了困扰自己的问题时，他们会对该品牌产生更深的认同感和忠诚度，有助于提升品牌形象和口碑，为品牌带来了稳定的客户基础和持续的销售增长。

### （三）激发了消费者的购买欲望

电商直播通过生动且富有感染力的展示方式极大地增强了商品的吸引力，进而激发了消费者的购买欲望。

网红主播不仅仅是商品的简单展示者，他们更是情感的传递者和生活方式的引领者。通过精心布置的直播场景、精心挑选的商品以及精心设计的演示环节，网红主播成功地将商品的魅力和价值淋漓尽致地展现给消费者。同时，他们用自己的专业知识、个人品味和生活态度来为消费者解读商品，使商品不仅仅是满足物质需求的物品，更是展现个性和追求生活品质的象征，形成了富有情感和生活气息的直播氛围，消费者的购买欲望被自然而然地被激发出来。

网红主播会运用各种创意手段，将直播间打造成一个充满趣味和吸引力的购物场所。在通常情况下，他们可能会讲述品牌故事、展示商品背后的文化内涵，或者邀请明星嘉宾前来助阵，为消费者营造出一个愉悦、轻松的购物环境，让消费者更容易被商品所吸引，从而产生购买欲望和冲动。同时，电商直播还提供了便捷的购物渠道和支付方式，让消费者能够随时随地完成购物过程，进一步提升了他们的购物体验 and 购买欲望。<sup>[3]</sup>

限时折扣、满额赠品、限量抢购等营销手段在直播中频繁出现，为消费者营造了紧张刺激的购物氛围，消费者在这种氛围中往往会因为担心错过优惠或抢购机会而产生冲动购买的欲望。同时，直播中还会出现一些意想不到的环节和惊喜，如主播临时加推的爆款商品、突如其来的折扣等，这些都让消费者的购买欲望在瞬间被点燃。

### （四）改变了消费者的购物习惯

在过去，消费者需要亲自前往实体店挑选商品，而现在，他们只需坐在家中通过手机或电脑观看直播，便能轻松选购心仪的商品。电商直播不仅提供了商品展示、详细解说，还有实时互动、答疑解惑等环节，使让消费者能够更加全面、深入地了解商品信息，不仅节省了消费者的时间和精力，还提供了更加便捷、高效的购物体验。因此，越来越多的消费者开始倾向于通过电商直播购买商品，逐渐形成了新的购物习惯。

网红主播作为意见领袖和时尚引领者，他们的推荐和示范往往能够影响消费者的购买决策。网红主播直播期间会向消费者介绍热门商品、分享搭配技巧、展示使用效果等，这些内容不仅激发了消费者的购买欲望，还引导着他们的购物选择。消费者在观看直播的过程中，往往会被网红主播的推荐所吸引，进而购买他们推荐的商品。由此可见，这种购物选择的变化不仅体现了消费者对网红主播的信任和认同，也反映了电商直播对消费潮流的引领作用。

电商直播还通过个性化推荐和定制化服务等方式，进一步满足了消费者的个性化需求，从而改变了他们的购物习惯。具体来说，网红主播会通过互动评论了解消

费者的需求和喜好，从而为他们推荐适合他们的商品和服务。同时，电商直播还提供了定制化服务，如量身定做的服装、专属定制的礼品等，让消费者能够享受到更加个性化、专属化的购物体验，能够充分满足消费者的个性化需求，并有助于提升他们的购物满意度。

### 三、当前电商直播中存在的问题

首先，主播在直播中往往掌握着更多的商品信息，而消费者则处于信息劣势地位，导致消费者在购买决策时缺乏足够的信息支持，从而增加了决策的风险和不确定性。此外，部分主播可能会利用信息不对称进行虚假宣传或误导消费者，加剧了这一问题的严重性。

其次，由于直播销售的特殊性质，消费者在购买商品后往往面临着退换货困难、售后服务不到位等问题，严重损害了消费者的权益。同时，一些主播在直播过程中过度强调商品的优势和促销信息，而对售后服务却避而不谈或含糊其词，很多消费者在购买后的会产生不满和失望的情绪，从而会对电商直播的声誉和长期发展造成一定影响。<sup>[4]</sup>

最后，在一些情况下，主播可能会根据消费者的购买历史、浏览记录等信息进行差异化定价，导致不同消费者在购买同一商品时面临不同的价格，对消费者的公平交易权造成了损害，也破坏了市场的竞争秩序。同时，部分主播还可能会利用价格歧视进行不正当的竞争行为，进一步扰乱了市场秩序。

### 四、电商直播中问题优化策略

#### （一）增强信息透明度，减少信息不对称

电商直播平台应当建立更为严格的信息披露机制，要求主播在直播过程中全面、真实地展示商品信息，不仅仅包括商品的外观、功能，更应涵盖其生产来源、材质成分等关键细节，进行多角度的商品展示和详尽的参数说明，让消费者能够更直观地了解商品的全貌，减少因信息不足而产生的误判。同时，引入第三方评测机构对商品进行独立、公正的评价也是提升信息透明度的重要途径，要以醒目的方式将测评结果展示在直播页面，当消费者在观看直播时能够随时查阅到这些评测数据，无疑会大大增加他们的购买信心。除此之外，平台还要加强对主播的监管力度，对于违规的主播必须要给予严厉的处罚，并在直播页面进行公示，以儆效尤。

#### （二）加强售后服务保障，提升消费者购物体验

为了提升消费者购物体验，加强售后服务保障显得尤为重要。因此，要建立完善的售后服务体系，让消费者在购买商品后能够享受到全面、高效的服务。具体来说，平台要设立专门的售后服务团队，为消费者提供全天候在线客服支持，随时解答他们的咨询和疑问。此外，加强对主播的监管和培训也是非常重要的，进一步

提高他们对售后服务重要性的认识。主播在直播过程中需要明确告知消费者售后服务政策，避免虚假宣传和误导消费者，对于出现售后问题的商品要进行积极的协调与沟通，确保问题得到及时解决。为了进一步提升消费者购物体验，电商直播平台还可以引入人工智能客服、大数据分析等先进的智能化技术，帮助平台更精准地了解消费者需求，进而为他们提供个性化的购物建议和售后服务。同时，在智能化技术的支持下还可以提高售后服务的响应速度和处理效率，为消费者带来更加便捷、高效的购物体验。

#### （三）建立公平的定价机制，消除价格歧视

电商直播平台必须坚守公平原则，对所有消费者实行统一、透明的定价策略，不得因消费者的个人信息、购买历史等因素而实行差异化定价。通过建立严格的监管机制对主播和商家的定价行为进行实时监控，一旦发现价格歧视行为，务必要立即予以制止和处罚。同时，平台还应倡导并践行诚信经营的理念，鼓励主播和商家在直播中真实、准确地标注商品价格，不得进行虚假宣传或误导性定价。对于消费者的投诉和举报要进行积极响应，并给予消费者合理的补偿和解释。此外，还可以引入动态定价机制，根据市场供求关系、商品质量等因素对价格进行实时调整，充分确保价格的合理性和公平性。<sup>[5]</sup>

### 结语

综上所述，在网红经济的驱动下，电商直播已成为新的消费趋势，二者相互促进，共同构建了新型的商业模式。在这一模式下显著提高了消费者的购买决策速度、增强了消费者的信任度和忠诚度、激发了消费者的购买欲望、改变了消费者的购物习惯。然而，当前电商直播仍面临着一些问题，需要增强信息透明度、加强售后服务保障，并建立公平的定价机制等，进一步优化消费者购物体验，推动电商直播行业的持续健康发展。

### 参考文献

- [1] 陈航英. 基于心理账户的网红直播消费者购买行为的影响研究[D]. 云南财经大学, 2021
  - [2] 李刻文. 电商直播特征对消费者在线购买行为的影响探究[D]. 上海财经大学, 2021.
  - [3] 蒋宇泽. 网络主播特征与消费者购买行为影响研究[D]. 浙江工商大学, 2021.
  - [4] 俞佳蔚. 跨境电商平台品牌形象对消费者购买行为的影响研究[D]. 东华大学, 2021.
  - [5] 付义博. 电商直播秒杀模式的应用对消费者购买心理的影响分析[J]. 商场现代化, 2021, (09): 16-18.
- 作者简介: 关兵, 1991-10, 女, 汉, 河南, 本科, 驻马店技师学院, 讲师, 河南省驻马店市。