



广西工商职业技术学院
Guangxi Vocational College of Technology and Business

项目1 认识直播平台

任务1-2

电商直播平台环境分析



所属课程：直播营销



授课老师：陆莹



目录

01 直播电商的发展概览

02 直播电商平台的分析



课程目标

知识目标

- 了解网络直播的发展历程。
- 理解直播电商的内涵。
- 掌握直播电商的产业链。
- 了解常见的直播电商平台。
- 掌握各个直播电商平台的属性。

能力目标

- 能够选择合适的直播电商平台做商品营销。
- 能够分析直播电商平台的差异。

素质目标

- 培养独立思考并解决问题的能力。
- 培养灵活的商业头脑和市场意识。



02

直播电商平台的分析

- 子任务1 常见的直播电商平台
- 子任务2 直播电商平台的属性分析



子任务1 常见的直播电商平台



淘宝直播电商



快手直播电商



抖音直播电商



子任务1 常见的直播电商平台

1. 淘宝直播电商

(1) 淘宝直播注重内容建设，持续推出多样化的直播方式。

淘宝直播先后推动产业带直播、村播培养、明星入驻、高管走播等，极大地丰富了平台和商家直播间的活动形式与内容，辅以各种特色节目和栏目，使得平台持续升温引流。



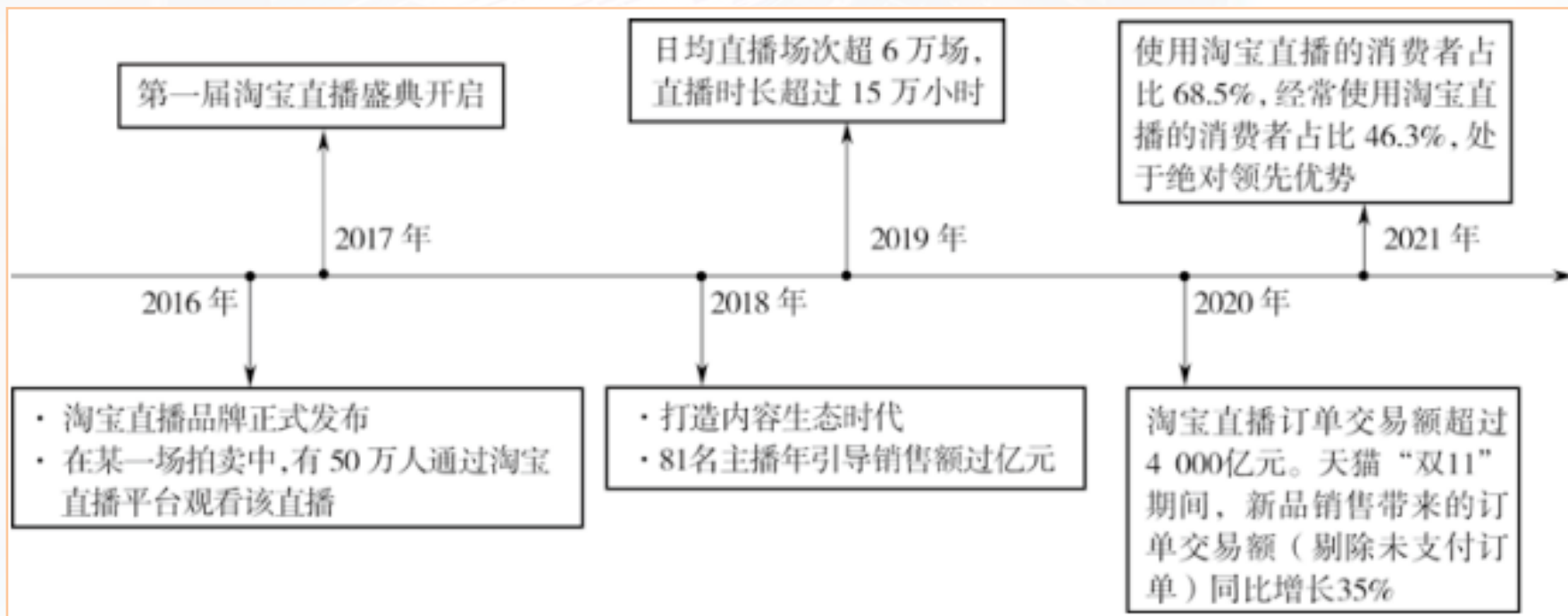


子任务1 常见的直播电商平台

1. 淘宝直播电商

(2) 淘宝直播电商的发展现状。

淘宝直播电商发展历程如图所示。





子任务1 常见的直播电商平台

2. 快手直播电商

快手是北京快手科技有限公司旗下的短视频软件，其前身是GIF快手，创建于2011年3月，是用于制作和分享GIF图片的一款手机应用软件。

快手主要面向三四线城市及广大农村用户群体。此外，快手主播有较强的粉丝积累。

右图所示为快手直播界面。





子任务1 常见的直播电商平台

2. 快手直播电商

图示为快手直播电商发展历程。





子任务1 常见的直播电商平台

3. 抖音直播电商

抖音隶属于北京字节跳动科技有限公司，最开始是一款音乐创意短视频社交软件，上线于2016年9月，主要用户群体为年轻人群。

抖音属于“头条系”，抖音直播流量推荐方式和头条类似，是重算法、轻粉丝的逻辑，会依据用户偏好和浏览习惯将内容和用户进行匹配，通过算法进行精准推荐。

右图所示为抖音直播界面。





子任务1 常见的直播电商平台

3. 抖音直播电商

(1) 抖音直播电商的发展现状。

一方面，抖音的流量逻辑使得其头部主播的商品容易爆红，实现高流量下的高触达和高转化率；

另一方面，在算法分发模式中，平台掌握信息的分发权，对流量及商业化把控较强，用户多为被动接受内容推荐，这不利于主播运营私域流量与构建深度粉丝关系。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/548106131035006133>