

项目 1

直播间的开设

项目导入

早在 2005 年，网络直播这个领域就已经诞生，但是直到 2014 年，一些正式的直播平台才被人们广为知晓，网络直播也向着娱乐化和内容优质化的方向不断发展。国内主要网络平台开设直播功能的时间如表 1-1 所示。

表 1-1 国内直播平台开设时间

类 型	平 台	开设时间
电商平台	蘑菇街	2016 年 3 月
	淘宝	2016 年 3 月
	京东	2016 年 9 月
	唯品会	2020 年 6 月
	拼多多	2019 年 11 月
	网易考拉	2019 年 8 月
社交及视频平台	快手	2016 年 4 月
	抖音	2017 年 11 月
	哔哩哔哩	2018 年 11 月
	微信	2019 年 5 月
直播平台	斗鱼	2016 年 11 月
	虎牙	2014 年 11 月

本项目将重点介绍直播电商的发展历程、直播平台的优缺点与定位，以及与直播电商相关的法律法规。



教学目标

知识目标

- (1) 能准确描述直播电商的发展历程。
- (2) 能准确描述直播平台的优缺点与定位。
- (3) 能准确描述直播团队中的岗位及其任务。
- (4) 能举例说明与直播电商相关的违法行为。

能力目标

- (1) 能根据自身特点选择直播平台。
- (2) 能下载、注册相关的直播 App 并完善资料。
- (3) 能对案例进行分析，列举出案例中的严重违法行为。
- (4) 能认清自身优缺点，与同学组建完整的直播团队。

素质目标

- (1) 具备良好的语言交流和沟通能力。
- (2) 具备独立思考能力。
- (3) 具备遵纪守法意识。
- (4) 具备团队协作精神。



课前自学

一、认识直播电商

(一) 直播电商的含义

直播电商是一种营销行为，指在直播平台上展示产品或服务，通过直播推销商品的一种营销方式。

(二) 直播电商的特点

1. 强交互性

直播电商具备“当场”“同台”“互动交流”的特性，消费者在观看直播时可与主播进行实时的交流，询问主播关于产品的问题，更加全面地了解产品，明确自己对产品的需求，提高决策效率。这种强交互性远强过以前的移动电子商务平台和社区电商平台，也更容易获得用户的信赖。

2. 强 IP 特性

IP 是知识产权的通称，具体来说，主播具备较强的 IP 特性，指的是其在用户思维中



有与众不同的标识，对用户来说也是一种感情的寄予。

3. 区块链特性

直播电商一方面具备大量的、多元化的主播；另一方面，主播在电商平台、微信公众号之外，也有自己的私域流量，相对于传统电商，直播电商具有更明显的区块链特性。这不仅使主播拥有更多展示自我、与观众互动的机会，也有利于提升品牌的曝光度和知名度。

（三）直播电商的优势

在电子商务领域，直播电商对传统电商的“人—货—场”模式进行了升级，目的是基于企业用户的全生命周期营销管理体系，构建新的直播营销模式体系，并与用户建立深度互动连接。

1. 更好地体现 4C 优势

在移动互联网时代，传统的 4P（产品、价格、渠道、促销）营销理论逐渐升级为 4C（顾客、成本、便利、沟通）营销理论。直播电商可以很好地体现 4C 营销理论的巨大优势，具体表现为：以用户为中心，直播用户体验感更好；用户通过进入直播电商场景可以直接购买性价比更高的商品，从而省去中间商赚取的差价；厂家和其他用户之间的触达更便利，特别是一些具有强 IP 属性的视频主播，可与用户建立起高度的信任感，沟通效果更好。

2. 取得用户的信任

直播电商可以以有趣、有料、有用的营销内容进行产品营销，从而更好地获得广大用户对产品的信任。主播在直播平台上通过各种有趣的形式宣传产品，用户可在直播间获得优惠券，在直播间下单之后享受送货上门。这种购物方式使商家能与用户频繁、高效地直接进行信息互动，直播用户对视频主播及其产品的信任感更强。

3. 促使传统联网企业更好地向移动互联网企业转型

传统互联网企业升级转型的主要途径之一是“网络协同 + 数据智能”，而企业数据融合智能化升级的核心理念则是通过对企业用户数据进行连接，并对用户体验进行全方位的全生命周期画像，以及创造价值链。但要在私域用户之间建立有效连接，就必须构建一个独立的用户流量池，即将用户连接在一起成为真正属于直播企业自身的私域流量。而通过直播，企业电商平台能够更好地吸引私域用户，进而把私域用户流量转化成属于企业自身的用户流量池，这将极大地助力直播企业实现数据化和智能化的企业转型和改造升级。

二、直播电商发展历程

直播电商出身于“草莽”，从诞生之日起就以平民化的个性色彩进入网民的世界。直播从兴起到今日的盛行经过了 3 个发展阶段。

（1）直播 1.0 时代：网民主要通过电脑上网，9158、YY 语音、六间房等推出的秀场直播模式开始兴起。

(2) 直播 2.0 时代: 网络游戏的流行催生出游戏直播产业, 网络直播市场进一步垂直细化。

(3) 直播 3.0 时代: 随着网络技术和智能终端设备的普及, 映客、花椒等新兴的移动直播平台不断涌现, 移动直播产业开始兴起。各类网络红人、综艺节目、电商导购等直播活动层出不穷, 直播进入泛娱乐化的 3.0 时代。

根据中国互联网络信息中心 (CNNIC) 统计的数据, 截至 2016 年 6 月, 网络直播用户规模达到 3.25 亿, 占网民总数的 45.8%。其中, 视频直播市场用户活跃量规模达到 2000 多万, 这标志着全民直播时代的到来。自 2018 年起, 中国直播电商行业成为风口。2019 年, 李佳琦等 KOL 的强大流量和变现能力进一步催化直播电商产业迅速发展。2020 年的疫情催生了“宅经济”的进一步火热, 激发了直播电商行业的活力, 其市场规模相较于上年增长 121%, 达 9610 亿元。2021 年我国直播电商市场交易规模达到 23615 亿元, 2022 年达到 34879 亿元, 2023 年达到 49168 亿元。

三、直播平台

(一) 电商类直播平台

电商类直播平台的优点: 具有较强的营销性质, 商家可以通过直播的形式与用户互动, 以较低的成本吸引用户关注自己的商品并进行交易, 而用户在这些平台上观看直播的主要目的也是购买商品, 转化率较高。

电商类直播平台的缺点: 电商类直播有些类目是不能进行直播的, 但是因为直播的卖家过多, 有时会导致内容混乱的情况出现, 从而混进一些不良直播内容。

淘宝直播是电商类直播平台的典型案例。

淘宝直播是阿里巴巴推出的直播平台, 定位于“消费类直播”, 用户可边看边买, 涵盖的范畴包括母婴、美妆、个护家居、女装等。淘宝直播自 2016 年 3 月试运营以来, 观看直播内容的移动用户超过 4 亿人, 月成交额破百万元的直播间达 1.2 万个。2023 年, 该平台新增内容创作者 863 万, 新开播账号 77 万。在多个电商直播平台当中, 淘宝直播是转化率最高的平台。

(二) 短视频平台

短视频平台的优点: 用户在这些平台上不仅可以发布自己创作的短视频内容, 还能通过直播展示才艺、销售商品。比较典型的短视频直播平台有抖音、快手、美拍、西瓜视频等。

短视频平台的缺点: 抖音平台特别注重内容上的运营, 算法系统倾向于推荐高质量内容, 在互动性上较弱; 快手平台内容质量整体偏低; 西瓜视频平台用户群体年龄偏大, 社区氛围不是很好, 缺乏互动。



以下是两个短视频平台的典型案例。

1. 抖音

抖音是由字节跳动公司孵化的一款音乐创意短视频社交软件。抖音是理性与娱乐兼备的一个平台，其带货直播的风格与淘宝接近，产品介绍较详细，主播的人物设定也会被带到直播中。抖音直播带货的主要类型有居家日用、女装和食品饮料等。抖音与淘宝相比，品类不算丰富，在选品上以年轻化和爆款为主。抖音直播产品的价格跨度较大，具体取决于主播带货产品。

2. 快手

快手的前身叫“GIF 快手”，诞生于 2011 年 3 月，最初是一款用来制作、分享 GIF 图片的手机应用。2012 年 11 月，快手从纯粹的应用工具转型为短视频社区，成为用户记录和分享生产、生活的平台。快手直播带货的主要类型有食品饮料、面部护理和居家日用等，主要是依靠信任 + 优惠来带货，主播不断用限量优惠来催促用户购买，购物氛围很浓厚。由于快手平台男性用户较多，因此其带货品类以男性产品为主，同时价格也会相对低廉，算是物美价廉的代表，但反过来说，其用户对价格非常敏感。

（三）综合类直播平台

综合类直播平台是包含户外、生活、娱乐、教育等多种直播类目的平台，因为其涵盖的直播内容比较丰富，所以受众群体也比较大。目前，具有代表性的综合类直播平台有斗鱼、虎牙、YY 直播、花椒直播、一直播、映客等。

综合类直播平台的优点：涵盖的直播内容比较丰富，受众群体比较大，在直播行业具有较大的优势。

综合类直播平台的缺点：平台对主播的要求比较高，主播之间的竞争比较大。因为这种类型的平台主播数量较多，粉丝主要集中在平台一线主播的直播间，新人主播或者在才艺方面没有优势的主播很难做出成绩。

虎牙直播是综合直播平台的典型案例。

虎牙直播是一个互动直播平台，为用户提供高清、流畅而丰富的互动式视频直播服务，产品覆盖 PC、Web、移动三端。虎牙直播还是中国领先的游戏直播平台之一，覆盖了超过 3300 款游戏，并已逐步涵盖娱乐、综艺、教育、户外、体育等多元化的弹幕式互动直播内容。

（四）教育类直播平台

教育类直播平台支持知识分享者采取视频或语音直播的形式与用户分享知识，知识分享者可以与用户进行实时互动，针对用户提出的一些问题进行在线解答。

教育类直播平台的优点：可以跨越空间，具有互动性，支持录播回看，具有社交功能，

可大范围传播知识等。

教育类直播平台的缺点：整体效果不如线下；平台普遍不够稳定，易出现卡顿等情况；对于线上直播课程的效果没有建立客观评估标准；目前线上直播课程过于单一；线上直播平台教师教育质量参差不齐等。

以下是两个教育类直播平台的案例。

1. 网易云课堂

网易云课堂是网易公司打造的在线实用技能学习平台，该平台于 2012 年 12 月底正式上线，主要为学习者提供海量、优质的课程，用户可以根据自身的学习需要，自主安排学习进度。网易云课堂立足于实用性的要求，与多家教育、培训机构建立合作，课程数量已超 10000，课时总数超 100000 小时，涵盖实用软件、IT 与互联网、外语学习、生活家居、兴趣爱好、职场技能、金融管理、考试认证、中小学、亲子教育等十余个大门类。

2. 荔枝微课直播

荔枝微课隶属于深圳十方融海科技有限公司，是一家国内大众知识分享平台。该平台专注知识分享，立志成为一所线上的社会大学，提升用户各项技能素养。在荔枝微课，每个人都可以开课分享，也可以听课学习。平台课程内容多样，包含自我成长、情感关系、职场提升、投资理财、育儿教育等各个方面。

四、直播电商团队中的岗位及其任务

直播电商作为新的电商形态，具有实时性、交互性、内容化、社交化、碎片化等特征，直播本身也在自我迭代的升级进化中，直播电商团队面向专业公司，专人专岗，成员之间有着清晰的分工合作流程。表 1-2 所示为直播电商岗位细分。

表 1-2 直播电商岗位细分

职业方向	标准岗位	细化岗位
产品岗	直播电商规划师	商务、选品、编剧、导演、制片等
营销岗	直播电商营销师	经纪人、主播、辅播、媒介对接、渠道
运营岗	直播电商运营师	项目运营、场控、文案、活动、社群运营
设计岗	电商设计师（短视频设计师）	视觉策划、拍摄、视频剪辑等
客服岗	电商客服管理师	售前客服、售中客服、售后客服
物流岗	电商物流管理师	库管、采购、分拣打包、打单发货等
技术岗	现场控制	道具、算法、编程、数据、信息安全等

五、与直播电商相关的法律法规

电商直播的诸多要素带有明显的广告活动的功能和特点，行为主体涉及商家、主播、网络服务平台、消费者，主要受《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国



反不正当竞争法》等法律法规和有关规定的影响。

“直播带货”在法律上称为网络营销行为，指在电商平台、内容平台、社交平台等网络平台上以直播形式向用户销售商品或提供服务的网络直播营销活动。主播是直播带货中的核心角色，不管是在购物平台直接直播带货，还是在直播平台分享电商链接进行带货，大多数人把这个新兴行业定位为互联网上的销售。然而在法律上，它并不是看上去那么简单，MCN 机构及主播都应该了解其法律定位，规范主播行为，否则轻则影响主播账号积分信誉，重则面临大额罚款甚至赔偿消费者损失。

2022 年 3 月 15 日，《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》（以下简称《规定》）正式实施，其中第十一条至第十七条规定，明确了网络直播营销的民事责任。《规定》中与直播电商相关的条款细则如下。

第十一条：平台内经营者开设网络直播间销售商品，其工作人员在网络直播中因虚假宣传等给消费者造成损害，消费者主张平台内经营者承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

第十二条：消费者因在网络直播间点击购买商品合法权益受到损害，直播间运营者不能证明已经以足以使消费者辨别的方式标明其并非销售者并标明实际销售者的，消费者主张直播间运营者承担商品销售者责任的，人民法院应予支持。

直播间运营者能够证明已经尽到前款所列标明义务的，人民法院应当综合交易外观、直播间运营者与经营者的约定、与经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定。

第十三条：网络直播营销平台经营者通过网络直播方式开展自营业务销售商品，消费者主张其承担商品销售者责任的，人民法院应予支持。

第十四条：网络直播间销售商品损害消费者合法权益，网络直播营销平台经营者不能提供直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者依据消费者权益保护法第四十四条规定向网络直播营销平台经营者请求赔偿的，人民法院应予支持。网络直播营销平台经营者承担责任后，向直播间运营者追偿的，人民法院应予支持。

第十五条：网络直播营销平台经营者对依法需取得食品经营许可的网络直播间的食品经营资质未尽到法定审核义务，使消费者的合法权益受到损害，消费者依据食品安全法第一百三十一条等规定主张网络直播营销平台经营者与直播间运营者承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十六条：网络直播营销平台经营者知道或者应当知道网络直播间销售的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施，消费者依据电子商务法第三十八条等规定主张网络直播营销平台经营者与直播间运营者承担连带责任的，人民法院应予支持。

第十七条：直播间运营者知道或者应当知道经营者提供的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，仍为其推广，给消费者造成损害，消费者依据民法典第一千一百六十八条等规定主张直播间运营者与提供该商品的经营者承担连带责任的，人民法院应予支持。

小案例

2021 年 12 月,浙江省杭州市税务局稽查局经税收大数据分析发现,网络主播黄薇(网名:薇娅)在 2019 年至 2020 年,通过隐匿个人收入、虚构业务转换收入性质、虚假申报等方式偷逃税款 6.43 亿元,其他少缴税款 0.6 亿元,依法对黄薇作出税务行政处理处罚决定,追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计 13.41 亿元。

2021 年 12 月 20 日,薇娅因偷逃税致歉后,其在淘宝、抖音、微博等多个平台的账号被封。12 月 21 日,中央纪委国家监委网站刊文表示,直播不是法外之地。

来源: https://www.ccdi.gov.cn/toutiao/202112/t20211221_159790.html。



课前自测

一、判断题

1. 2016 年 3 月,蘑菇街直播功能上线。由此,蘑菇街逐渐成为一个“直播+内容+电商”平台。()
2. 为了更快获取流量,偶尔也可以炒作一下流量。()
3. 抖音比快手更早进入短视频平台,所以能成为行业领先者。()
4. 电商平台交易色彩较重,用户购物的目的也比较明确,因而电商平台的直播购物相对于其他直播平台转化高。()

二、简答题

1. 抖音、淘宝的直播分别有什么特点?
2. 你对薇娅逃税事件有什么看法?

三、观看直播

下载抖音、淘宝、虎牙 App 并注册,分别观看这 3 个平台的直播 15 分钟,并用一句话记录直播内容。



课中实训

一、选择一个合适的直播平台

【任务描述】

小李是电子商务专业的大二学生,他发现直播工作是一项现代服务业的活动。随着电子商务的迅速发展,直播越来越被企业和个人重视。自 2020 年以来,网络直播带货成为广告营销行业新常态。小李想通过自己所学的专业知识进入直播行业,而选择一个合适的直播平台是当前最关键的问题。

本任务将以选择合适的直播平台作为出发点,重点介绍如何选择适合自己的直播平台、



下载并注册适合自己的直播 App、直播中的违法行为等内容。

【任务目标】

- (1) 能够下载、注册相关直播 App 并完善资料。
- (2) 能够根据自身特点选择一个直播平台。
- (3) 能够对案例进行分析，并列举直播中的严重违法行为。

【任务需求】

智能手机、实名认证手机号、PC。

【任务实施】

1. 选择合适的直播平台

- (1) 归纳总结自身特点。
- (2) 结合自身特点选择适合的直播平台。
- (3) 给出选择这个平台的理由，填入表 1-3 中。

表 1-3 选择合适自己的直播平台

自身特点	
选择平台	
选择理由	

2. 注册抖音账号

小李根据自身特点，最终选择了短视频平台抖音作为自己的直播平台，注册抖音账号的步骤如下。

- (1) 下载抖音 App。首先打开手机应用市场，在里面搜索“抖音”即可找到抖音 App。
- (2) 点击抖音右侧的“安装”即可安装抖音 App。
- (3) 安装后，点击“打开”，弹出界面中依次点击“同意”“允许”。
- (4) 在抖音界面右下角点击“我”，进入帮助与设置界面，点击“一键登录”，勾选“我已阅读并同意用户协议和隐私政策以及运营商服务协议”后即可进入抖音 App 界面。
- (5) 选择自己想要的登录方式。
- (6) 注册成功后进入添加头像和昵称界面，也可以点击右上角的“跳过”不填。
- (7) 点击界面右下角的“我”，然后点击“编辑资料”即可对资料进行编辑和完善。
- (8) 点击背景图，可更换背景图片。

3. 分析案例并列举严重违法行为

现在，小李有抖音账号了，但是对于直播中的违法行为还不是很清楚。下面我们一起来分析表 1-4 中的案例，找出这个案例中的违法行为并填入表中，帮助小李了解一下吧！

表 1-4 根据案例列举严重违法行为

案 例
200 元的香奈儿 “去年想买没买到，今年眼看水涨船高，还在纠结的宝贝，赶紧抓住机会”“国民女神都在穿，十点钟就结单，想要的宝宝扣个 1……” 听着直播间主播的声音，平时比较关注名牌的赵女士按捺不住，准备拿下一款名牌香水。 “主播口中的‘香奶奶’牌，其实就是大牌香奈儿，但 200 元的价格，怎么感觉是假货呢？”针对买家提出的疑问，主播谎称这些都是原厂淘汰下来的劣质货。面对买家的追问，主播用事先准备好的、应对顾客提问的话术，穷尽各种理由博取信任。 “抑扬顿挫的激情推销、刷单营造的库存危机、提前定制的专属幸运、夺人眼球的劲爆低价，在那样的氛围里，如果不买点东西就感觉亏大了！”赵女士坦言。 没过多久，赵女士收到快递，打开包裹后一股刺鼻的味道扑面而来。经过仔细察看，粗劣的做工、廉价的材质让她彻底清醒，当天下午就带着包裹去派出所报警。经鉴定，她收到的名牌香水确实是假货。而后警方根据赵女士提供的线索迅速展开侦查，刘某、敖某等 6 人先后落网。
列举严重违法行为

二、和同学组建一个直播团队

【任务描述】

小李现在已经选了一个合适的直播平台，接下来需要和同学组建一个直播团队。本任务将以如何组建直播团队这个关键问题作为出发点，重点学习直播间各个岗位的职责。

【任务目标】

认清自身特点，与同学组建直播团队。

【任务需求】

智能手机、实名认证手机号、PC。

【任务实施】

(1) 归纳总结自身特点。