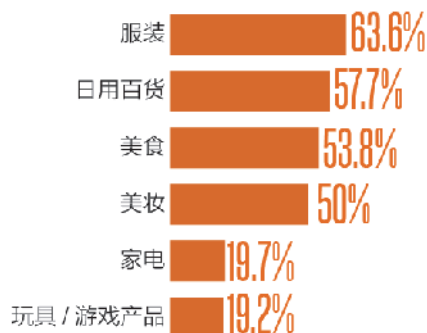


你今天被带货了吗?

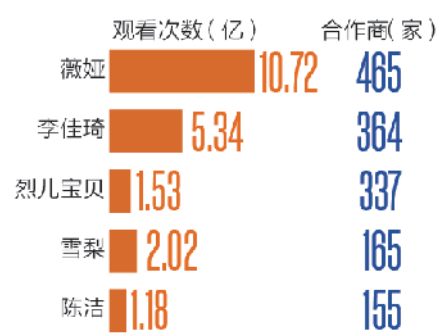
过半用户已习惯每月至少一次通过直播购物

便宜又热闹,看直播最爱买服装和快消品

消费者在直播电商购物的品类偏好

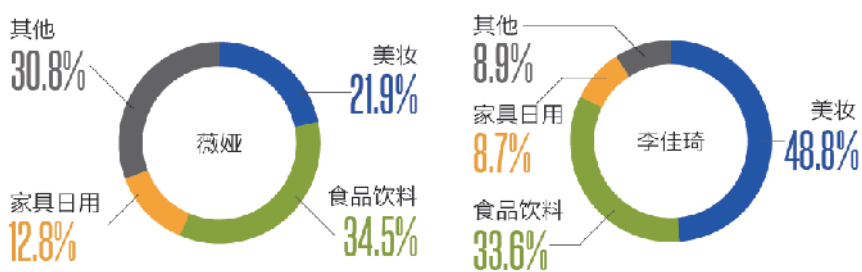


今年3-4月淘宝直播带货红人榜TOP5

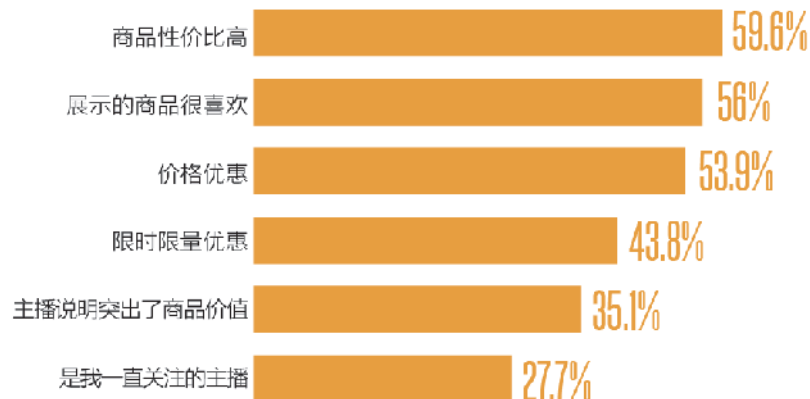


头部带货达人卖快消品居多

2020年3月16日-4月15日薇娅、李佳琦直播带货产品组成



2020年3-4月国内消费者通过直播电商购物的驱动因素



货不对板、售后难保障,直播购物弊病待解决

直播带货模式火爆的同时,因产品质量或产品信息不透明等问题,电商直播间“翻车”事故还是层出不穷。今年情人节前,罗永浩在直播间销售玫瑰花,但不少消费者收货之后却发现玫瑰花已打蔫或腐烂。此前,罗永浩售卖小龙虾,但收到货后不少消费者才发现小龙虾的生产日期是去年5月。去年,李佳琦在直播间销售的一款脱毛仪也被爆出货不对板、机身磨损等问题。

据中国消费者协会近日发布的《直播电商消费者满意度在线调查报告》(下称《报告》)显示,有37.3%的消费者在直播购物中遇到过消费问题,但其中仅有13.6%的消费者表示会进行投诉,近半数消费者因认为“损失比较小”放弃维

权,还有不少消费者认为投诉处理流程复杂和投诉无实际用途。艾媒数据也显示,商品售后服务差、消费者维权难是直播电商的主要弊病。不少消费者指出,在直播间购买商品后维权没有法律文书约束、维权难以找到客服或经营者和维权找不到证据链。

中消协《报告》表示,目前的法律法规体系下,在直播电商行业中相关平台、经营者与主播责任界定划分等问题上,还有必要进一步理清。建议相关平台明确经营者责任义务、有关部门和平台加强对主播群体的规范管理。同时建议消费者养成良好维权意识和习惯,保留必要的交易凭证,及时揭露和举报相关违法违规行。

“贴上”网红直播概念后,多只股票迎来了大涨

网红直播的火热也吸引了一批上市公司布局相关业务。截至发稿日,万得网红经济概念股共有36只。据新快报记者统计,其中有完美世界等13家信息技术公司、光线传媒等10家主业务为传媒、影视或泛娱乐的公司、三维通信等4家广告公司、梦洁股份等4家服装纺织公司,还有5家公司属于家庭与个人用品行业、百货商店行业、建筑行业 and 汽车零部件行业。“贴上”网红经济概念后,多只股票迎来了多日大涨。

其中,因与网红薇娅签约合作,梦洁股份5月12日起连续8日涨停。5月下旬,因企业连续两年陷入亏损、多次欠债被迫讨等丑闻而仅剩10亿元市值的长城影视宣布,将拓展“网红+直播+短视频”的新零售供应链生态圈。随后,长城影视的股价连续3日涨停。网红直播概念仿佛天然具有拉升股价的神奇魔力。

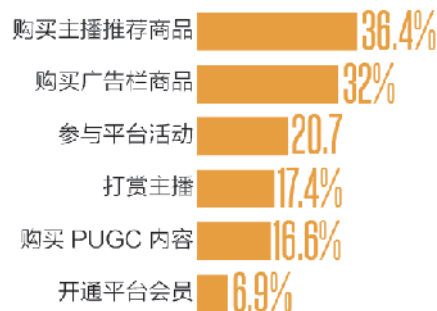
但新快报记者查阅相关概念股的业绩发现,不少企业业绩表现与其连涨的股价并不匹配。实际上,36只网红经济概念股中,有12只股票今年一季度陷入亏损。仅11只在今年一季度实现净利润同比上升,其中大多数还是属于信息技术公司。网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东表示,网红带货拉动零售上市公司涨停其实是一种“现象级”的情况,难以长时间持续。网红经济最终还是将成为一种商业营销方式的补充。

网红带货相关股票多日翻红也引来了深交所的关注问询。5月18日,深圳证券交易所向梦洁股份下发关注函,要求梦洁股份说明是否存在利用其他信息披露渠道主动迎合“网红直播”市场热点进行股价炒作并配合股东减持的情形。梦洁股份随后否认了这一“指控”,并表示薇娅今年3场直播为公司带来的实际收入不足600万元。上周五起,梦洁股份股价开始翻绿。本周一,梦洁股份跌停。深交所公告表示,对连续多日涨跌幅异常的梦洁股份将持续进行重点监控,并及时采取监管措施。自5月20日起,万得网红经济指数开始回吐涨幅。

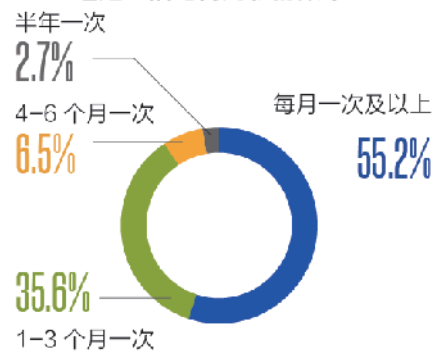
过半用户每月至少一次通过直播购物

传统在线直播行业主要盈利方式为用户打赏。随着“直播+”形式更丰富,直播行业的盈利方式也发生改变。

2019年国内用户进行各类在线直播消费的比例

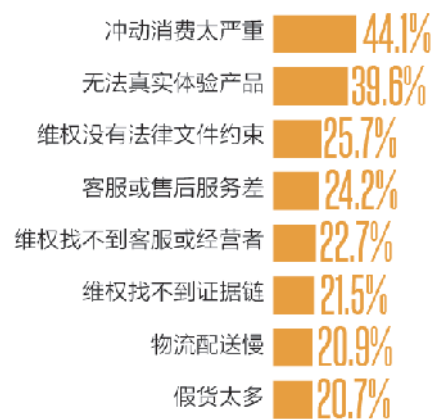


2020年3-4月国内电商直播用户通过直播电商购物的频率



2020年3-4月国内消费者指出直播电商存在的问题占比

售后服务差、难维权、假货多等问题仍限制着直播电商行业的发展。



火遍全国的直播带货,你参与了吗?