

快手抖音决心发力直播电商 要跟淘宝较高下



谁占先手

抖音起步更早 快手成绩更好

1.不是粉丝越多效果越好

虽然抖音试水电商业务板块起步稍早,但快手至今为止的成绩更好。

互联网商业模式专家穆胜分析认为,快手的流量是有私域属性的,天然对于带货有更高的容忍度,毕竟是用户自己选择要看的。换句话说,粉丝的价值高。而抖音用算法干预分发,其流量本质上还是属于公域,也就是说,即使关注了某个账号,也不一定能看到其发布的内容。

正是基于这个原因,虽然抖

音的用户数、粉丝数反超快手,但业界认为“只是个数字”,品牌商根本不能依据这个数字来判断带货效果。

有商家直言,曾找过各种量级的带货主播,事实证明,并不是粉丝越多效果越好。试过找过有400万粉的主播,但结果竟然是卖了个位数的产品,引流情况也很差!也找过几万、几十万粉的主播,反而都能卖成百上千件。“抖音带货的不稳定性还是很明显的”。

2.明星的势能不是次次适用

另外,快手平台内部已经孵化出不少具有代表性的头部主播,例如辛巴、散打哥等。根据最新的《直播电商主播GMV 5月榜》的数据,在带货TOP20的名单中,快手以12位主播上榜,位列第一,上榜的主播数量远超淘宝直播和抖音。

反观抖音,截至目前都尚未孵化出属于自己的头部主播,大多是邀请明星入驻来吸引用户,并直接体现抖音在明星直播带货的战绩这块。然而,明星的势能也不是次次适用,比如逐渐疲软的罗永浩,也在给抖音拉响警钟。

3.不要忽视品牌宣传价值

不过,也不能就此说这场双雄对决抖音就输定了。多名来自直播带货行业不同链条的人士都认为,头部主播、明星甚至是企业家,包揽了大部分流量和目光。但从长远发展来看,中腰部主播才是支撑平台的核心力量。

有分析指,抖音近期密集签约明星直播,打造标杆和放大粉丝效应,借此吸引更多团队入驻及更多粉丝围观,下一步再借此提升与供应链的谈判能力,扶持更多中腰部主播,这才是抖音托起2000亿GMV的策略和路径。

网红猫创始人张帅在一次行业分享中举了这样的例子:一个几十万粉

丝的抖音账号,单月销售额可以做到一两百万,这个数字已经相当于淘宝一个腰部网红的带货水平。张帅算了算,100万左右粉丝的主播在抖音的池子里大概有3万人,能找到其中20个带货能力强的话,一个月销售额能破10亿。这让他在2020年放下了快手的业务,几乎将所有资源都投入到了抖音。

此外,“抖音在品牌端的势能很强。”张帅发现,LV、Gucci等大牌都在抖音开了蓝V账号。他认为,“对大品牌来说,在淘宝和快手卖3000万,而在抖音卖1000万相比,他们倾向于选择后者,因为抖音除了卖货,还有品牌宣传价值。”



《粤港澳热点大讲堂》第一期即将开播 畅谈民法典及疫时跨境纠纷应对

为助力大湾区发展和疫后经济重振,向粤港澳民众和企业提供更多公益性的专业资讯,在广东省人民政府港澳事务办公室的指导下,广东省粤港澳合作促进会联合诺亚财富,共同创办了《粤港澳热点大讲堂》系列栏目,邀请粤港澳三地专业人士,围绕三地民众普遍关心的热点话题进行交流和解读。

第一期《粤港澳热点大讲堂》将于7月7日19:30-21:00以线上直播的形式进行。本期直播以粤港澳三地资深律师为特约嘉宾,将以实际案例为引,探索三地法治合作机制,并就《中华人民共和国民法典》中有关继承、物权等条款进行解读;同时为三地企业在疫情影响下发生的跨境法律纠纷提供专业建议。

本期栏目嘉宾:刘涛(广东省粤港澳合作促进会副会长、广东省人大常委会委员、广东省律师协会副会长)、林新强(广东省

粤港澳合作促进会法律专业委员会香港区主任、施文律师行主管合伙人、香港律师会会长(2013-2014年)、中国委托公证人、太平绅士)、李焕江(广东省粤港澳合作促进会法律专委会澳门区主任、澳门法学协进会会长、澳门力图律师事务所资深合伙人、司法部中国委托公证人、澳门私人公证员)

栏目主持人:刘彦(诺亚国际首席执行官)

话题一:何以为“典”? 堪当第一

5月28日,十三届全国人大三次会议表决通过了《中华人民共和国民法典》,是我国第一部以“法典”命名的法律。从“法”到“典”,一字之变,被命名为“法典”的法律有哪些重要特征,为什么这部法律会如此命名?对比港澳两地现行法律又有哪些亮点?对人们生活和社会发展会有哪些积极影响?

话题二:关于遗产继承的“新意”与“硬核”

粤港澳地区经济发达,遗产继承一直受到较多关注。本次民法典在遗产继承方面有哪些新的变化?与港澳两地现行法律对比如何?我们有哪些好的方法可以更好的进行财富传承与规划,并有效地规避投资风险?本期节目将举例说明民法典中有关遗产继承的新变化及亮点,围绕宽宥制度、遗产管理人制度,让继承制度更符合个人需求。

话题三:关于物权:物尽其用,民尽其力

物权制度作为最重要的民事基本制度之一,是产权保护的基石,其重要性不言而喻。众多社会关注的热点问题,《民法典》均予以了回应。本期节目将举例说明居住权、

共同挑战

刷单疑云 投诉众多
用户体验有明显不足

今年5月时,业内有消息传出,快手原本制定的2020年电商GMV目标为1000亿元,但在得知抖音电商今年的GMV目标是2000亿元之后,快手电商迅速将原先的1000亿元目标调高至2500亿元。对比淘宝直播2019年的GMV在2000亿-2500亿元之间,这意味着两大直播电商在2020年将要冲击淘宝直播去年的业绩。

这是个可实现的目标吗?

在资本界,有投资人表示,资本对直播带货有非常高度的关注,但大部分都是观望的心态,认为其作为一个新风口、新业态,行业的标准化、规模化,或者说要形成长期规范式的稳定客户群,难度是比较大的,是否具有长期价值投资,需要谨慎考虑。

在行业本身来说,电商直播间销售数据注水的问题也已为大众所关注。随着快手抖音直播热度渐高,已然成为了刷单重点灾区对象。像快手网红辛巴在6月14日的一场直播中带货高达12.5亿元,其销售的whoo天气丹套盒产品就曾遭到“刷单”质疑。

如果说“刷单”是坑害商家,那么虚假宣传则是欺骗消费者。

在新浪黑猫平台上,关于快手抖音的投诉内容都多达1.1万条以上,其中大部分都是关于货不对板、售后处理不及时、无理由拒绝退款等。不少投诉均表示自己不管是联系主播、商家,还是平台,都没有得到很好的解决。

对此,抖音回复记者时表示,上述问题是电商行业发展以来平台严厉打击的对象。针对刷单等虚假交易行为,抖音坚持严防严控零容忍,推行体系化规则规范及处理措施。对用户反馈的交易订单问题,抖音通过订单监控对违规行为实施罚款、流量打压、店铺降权、清退关店等系列处罚措施,并定期对处罚商家进行公示。

相对而言,快手电商经历了野蛮生长阶段(假货、高仿、商品质量问题等),目前在功能、规则、管理已趋近主流电商平台。在快手给记者的回复中,也提供了更详尽细致的平台监管规则和措施。对于带货行为中的刷单问题,快手称,平台主要依托风控后台系统、人工智能等技术,通过账号、设备等多维度数据建模,可有效识别和处置刷量行为。

网经社分析师莫岱青认为,“快抖”电商存在的用户体验问题,部分根源在于供应链方面的不足,这也是它们与京东、苏宁易购合作的其中一个原因,相信两家公司能借助大电商的供应链来提升自身电商发展。尽管如此,抖音快手电商完善供应链的路,依旧还长。

高空抛物和业主委员会三方面的特点。

话题四:跨境纠纷调解公益解决

新冠疫情对我国多个行业的商事活动产生了广泛而深刻的影响。为公正、专业、高效地帮助三地企业解决因疫情引发的跨境纠纷,本期将基于具体案例,为有关商事主体未雨绸缪、因势利导、解决跨境纠纷提供意见建议,助力粤港澳企业有序复工复产、共同协商发展合作共赢。

扫描左边二维码,即可免费预约观看

