

抖音电商对电商行业发展的影响分析

赵帅利

深圳市中特技工学校，广东 深圳 518110

摘要：本研究旨在探讨抖音电商发展对电子商务行业的影响。通过采用文献研究法、个案分析法、观察法和描述性研究法，分析抖音电商的发展状况，并对商业模式、算法模式进行探究，分析行业成交数据；同时，通过观察研究生活中的经验、案例，尤其是结合诸如蜂花等品牌利用抖音电商所产生的实际价值，探究总结其发展对于电商行业、企业和消费者各方面的影响。结果显示，抖音电商对电商行业，尤其是淘宝、京东等第三方交易平台，企业的营销模式，人们的购物模式、生活方式都产生了巨大影响。对于我们从事抖音电商运营和传统电商方式的企业和个人都具有重大参考意义。然而，本研究仍存在一些局限性，敬请各位专家老师批评指正。

关键词：抖音电商；公域流量；私域流量

TikTok Analysis of the Impact of e-Commerce on the Development of the E-Commerce Industry

Zhao Shuaili

Shenzhen Zhongde Technical School, Shenzhen, Guangdong 518110

Abstract : The purpose of this study is to explore the impact of TikTok e-commerce development on the development of e-commerce industry. By adopting literature research method, case analysis method, observation method and descriptive research method, analyze the development of TikTok e-commerce, explore the business model and algorithm model, and analyze the industry transaction data; Meanwhile, study the life experience and cases, especially the actual value generated by the brand, explore the influence of its development on the e-commerce industry, enterprises and consumers. The results show that TikTok e-commerce has had a huge impact on the e-commerce industry, especially the third-party trading platforms such as Taobao and Jingdong, as well as the marketing mode of enterprises, people's shopping mode and lifestyle. It is of great reference significance for our enterprises and individuals engaged in TikTok e-commerce operation and traditional e-commerce mode. However, this study still has some limitations, please criticize and correct the experts and teachers.

Keywords : TikTok e-commerce; public domain traffic; private domain traffic

一、抖音电商

(一) 抖音电商

抖音一直以来就是一个短视频分享平台，后来字节跳动公司将原本内置于今日头条的放心购发展为现在的抖店^[1]。放心购一直没有绝佳业绩，随着抖音短视频流量的暴增，引爆了这个区域，才让抖音短视频与卖货结合，发展为电商的完全形态。

抖店允许个人、个体工商户、企业 / 公司入驻，流程简单，审核快捷，一般1-3个工作日可以完成认证^[2]。

抖店目前类目繁多，涵盖家电、数码、服饰、食品、电子电器、家电、珠宝、生鲜、农产品等品类，基本包含生活里的方方面面。这与现有的第三方电商平台已经别无二致。

但是，它独特的引流模式又区别于其他电商平台。淘宝主要偏重站内流量，站外流量主要是商家联盟的一些精准引流模式；京东除了站内流量，还允许商家利用搜索引擎营销，获取全网流量；抖音流量则是私域流量^[3]、商城流量、公域流量一起利用。

(二) 抖音电商发展现状

抖音电商当前正处于快速发展的阶段，具有显著的市场潜力和影响力。

首先，抖音平台作为短视频社交平台的代表之一，拥有庞大的用户数量和高度粘性的用户群体，抖音在《2023年抖音年度观察报告》里指出自己日活用户8亿+，2023年1-10月份抖音活跃用户发布过创作内容的用户占比达到74%，挤每10位抖音活跃用户中，有7位以上发布过作品。这为电商提供了巨大的市场潜力^[3]。众多品牌商家纷纷入驻抖音平台，利用抖音的流量优势，通过直播、短视频等多种形式进行商品推销和销售。抖音电商已经成为一个具有相当规模和影响力的行业。

其次，直播带货在抖音平台上得到了广泛应用和发展。商家通过抖音的直播功能，与用户实时互动，进行商品展示和销售。这种形式不仅提供了商品的展示和购买渠道，还通过主播的个人号召力和影响力，提高了用户对商品的点击率和购买率。直播带货已经成为抖音电商的重要推动力之一，并且发展势头良好^[4]。

(三) 抖音电商爆火的原因探究

1. 抖音内容优势

抖音最初的广告语为“抖音，记录美好生活。”它也的确提供了许多优质的内容，例如穿搭、美食、萌宠、热梗、民族乐器、玩法、戏曲、歌曲、明星、非遗、综艺、旅行、公益等主题内容，既提供娱乐价值，也提供情绪价值，还提供学习、保健、生活百科等生活便利，深受用户的喜欢^[5]。

据一项研究表面中国单人家庭数已经达到了134.8万，这就需要强大的陪伴，而抖音就提供了这样的一个内容的陪伴形式。

2. 抖音优质的用户体验

每个人只要完成实名认证都可以在平台发布符合规范的视频，视频内容时长为15–60秒，这也为现在快节奏的生活带来了巨大便利，尤其是基于智能手机的单手操作习惯的改进，他的上滑设计更加方便客户快速浏览，适用各种场景观看，甚至开车都可以迅速滑屏享受。在这个人人对智能手机深度依赖的现代社会，这样的设计非常符合用户的使用习惯，让人欲罢不能^[6]。

3. 用户优势

抖音日均活跃用户达8亿，这是一个巨大的优势。并且年纪涵盖了年轻人、中年人，甚至许多未成年用户，从一二线大城市到四五线城市，从城市到农村都有巨大的用户群体^[7]。

4. 抖音独特算法优势

“抖音的工作系统中，有三个主要的板块：（1）用户标记内容（2）创建用户的肖像及使用场景（3）训练机器学习算法。^[1]”这些无不精准记录客户，不断推送让客户“上瘾”的内容。基于强大算法的推荐机制无不展示着它强大的优势。

5. 视频推荐可视化，利用名人效应，转化率更高

抖音短视频可以发布产品介绍、试用、试吃等内容，这样一看目了然的内容，对用户来说信任度提升，转化率自然会比其他电商的图片展示更具优势，转化率更高；明星、达人带货，更具有号召力，转化率惊人^[8]。

二、抖音电商对电商行业的影响

(一) 抖音电商对电商企业发展的影响

2023年抖音国货崛起的热度一直未消，这也给国货企业带来了巨大的重振品牌的机遇，诸如鸿星尔克、蜂花、活力二八等企业也都收益翻倍，业绩增长巨大^[9]。

《2023年抖音年度观察报告》披露：“2023年9月，国货洗护老品牌蜂花官方账号在某直播间“捡粉丝”的评论成为热门。随即，蜂花官方账号乘胜追击发布相关视频，上架的79元洗护套装也成为网红爆款，并出现“捡箱子”的热梗。此后，精心、白象、鸿星尔克、莲花等多家国产品牌都抓住国货热潮，以高性价比的产品和有趣的互动评论出圈。^[2]”

“蜂花热点在榜播放量达6.6亿+，影响用户1.5亿，热点讨论次数近50W。^[3]”

2023年11月12日红星新闻披露双十一成交数据：“天猫公布的数据显示，截至11月11日零点，共有402个品牌成交破亿。

全周期累计访问用户数超8亿，创下历史峰值。

京东公布的数据显示，截至11月11日晚23:59，2023年京东11.11成交额、订单量、用户数齐创新高。累计超过60个品牌销售破10亿元，近20000个品牌成交额同比增长超3倍，新商家成交单量环比增长超5倍。^[4]

抖音平台上蜂花一家的数据，在电商行业发展历史上都是一个突破性的奇迹，天猫双十一的数据总和才和单独一家的流量差不多，那么抖音电商的巨大商机不言而喻，抖音短视频潜藏的巨大力量对于企业的品牌化运作的巨大价值也是不言而喻^[10]。

蜂花的巨大成功就是抖音电商推行的这种“FACT+S全域经营方法论”，是正确的，对推动电商发展产生了巨大影响。

而其他的企业也利用抖音短视频风口，纷纷入驻抖音平台，也实现了利润的增长，找到了新的与客户交流渠道，找到了提升品牌形象、扩大营销效果的新平台、新模式^[11]。

抖音巨大的流量优势也让一些新的企业找到了跨界融合，实现利润增长。例如，央视网卖货平台，邮政直播间都实现了利润的巨大突破。

(二) 抖音电商对电商行业发展的影响

1. 抖音电商为电商行业提供了新的商业模式

抖音电商基本集合目前现有的第三方平台、B2C商城、O2O模式的优势，既有线上的有形商品、无形商品的交易，也可以引流到实体店，是一个全新的更加综合型的电商模式。

抖音电商更是突破了内容变现的效率，几乎是直接转化；广告变现也显而易见；最重要的是开创了直播带货这样的全新模式^[12]。

2. 抖音电商为电商行业提供了颠覆性的意识变化

抖音电商通过短视频+购物的模式，让流量转化渠道发生了巨大变化，以往的第三方电商平台大多偏重站内流量，这毕竟是有限的，也给作弊提供了温床，也让平台具有话语权，一点程度上不利于企业权益保障。抖音就给与客户巨大的话语权、自主权，这需要体现在内容是自己制作的，价格是自己制定的，内容只需要审核，价格不需平台限制最低或者不合理价格，这对于商家来说是巨大的便利^[13]。

抖音平台再一定程度上也分流了其他平台的巨大流量，并且成为主流网购平台的态势已经日益明显。

3. 抖音电商更尊重客户体验，处处体现对客户需求的重视和尊重

抖音电商的视频介绍视频、吃播、试用视频都在尊重客户的知情权，甚至用户可以定制视频内容，充分尊重客户的需求，这就让用户的体验度提升了一个档次^[14]。

4. 抖音电商将行业发展推向一个全新的水平

有目共睹的实施，抖音电商确实是将电商行业发展推向了一个全新的水平。抖音电商结合了各大平台的优势，例如，既可以进行传统电子商务的核心功能—网购，也有传统平台的分享、物流、客服功能，但是社交属性凸显更加优秀。它不是从网购的“1”发展到了其他的诸如分享等的“2、3、4……”的，是在优质的社交属性知识衍生出传统电商平台的功能，并且成为后起之

秀，表现亮眼。它独特的及时沟通、全面展示商品等的功能弥补了传统电商的一些瑕疵，服务的快捷度和体验感都达到了更高的层次。

(三) 抖音电商对人们生活的影响

人们对于抖音的依赖性越来越高，人们不仅是看自己喜欢的领域视频，也会关注新奇内容，更加关注达人和明星带货，因为可视化，人们更加喜欢抖音。

人们也无时无刻不在抖音分享着自己的观点、态度、技能、专业、向往和生活日常，这是一个既可以关注别人，也可以让人关注的平台。

抖音电商的购物便捷性和售后的便利性也让消费者的数量日益增加。

三、抖音电商发展的未来趋势

从行业趋势来看，抖音电商在服饰、食品饮料、个护美体、日用百货、彩妆和护肤等多个赛道都呈现出强劲的增长态势。其中，服饰行业竞争激烈，但低价商品受到欢迎；食品饮料行业注重品质、口感和营养成分；个护美体市场规模扩大，中小商家和

品牌增多；日用百货市场准入门槛降低，中小商家增多；彩妆行业品牌和商家数量增加，男士彩妆市场增长迅速；护肤行业国货品牌增长强劲，中高端商品更受青睐^[15]。

综上所述，抖音电商在当前的市场环境下呈现出快速发展的态势，具有巨大的市场潜力和影响力。未来，随着抖音平台技术的不断升级和电商业务模式的不断创新，抖音电商有望实现更加广阔的发展空间。

四、抖音电商存在问题

无论如何，抖音平台都是在发挥着积极的作用，但是存在的问题也不容忽视。

抖音电商存在如下问题：

1. 抖音内容差异化较大，还需要优化内容监管。
2. 抖音直播平台存在内容造假、虚假宣传的情况。
3. 抖音电商平台售假问题不容忽视。
4. 抖音电商存在一些违法内容审核不及时的情况。
5. 抖音电商平台应该更加重视产品的售后问题。

参考文献

- [1] 金华巨量小武《一篇文章带你读懂抖音电商》<https://zhuanlan.zhihu.com/p/270301298>, 2020年10月30日.
- [2] 发现报告官方账号《68页深度报告，详解2024年抖音电商营销趋势》，<https://zhuanlan.zhihu.com/p/686948457>, 2024年3月14日.
- [3] 星火辉耀《抖音平台的发展潜力如何？星火辉耀分析抖音电商潜力怎么》https://m.sohu.com/a/745137810_121865018?_trans_=010004_zyllqxtmrxf, 2023年12月18日.
- [4] 方建生, 叶健麟, 汤金婷, 等. 电商视角下短视频变现模式分析——以抖音为例 [J]. 电子商务, 2020(8):3.
- [5] 王虹森, 刘洁. 抖音兴趣电商的平台优势分析 [J]. 新媒体研究, 2022, 8(5):55-58.
- [6] 李若兰, 孙黎博. 跨境电商平台抖音商业模式研究 [J]. 财讯, 2020, 000(019):P.160-160.
- [7] 张婧. 抖音电商平台机制对品牌商家运营策略的影响 [J]. 知识经济, 2024(15):43-45.
- [8] 张钊益, 柳亚杰. 新媒体环境下跨境电商平台营销策略研究——以抖音为例 [J]. 营销界 (理论与实践), 2020.
- [9] 倪叔, 遗落. 后网红时代, 直播电商会如何发展? [J]. 计算机应用文摘, 2020(2):3.
- [10] 吴芙蓉, 余明英. 基于抖音看电商新形态兴趣电商 [J]. 老字号品牌营销, 2022(4):48-50.
- [11] 石佳. 抖音平台电商直播运营存在的问题及对策分析 [D]. 辽宁大学, 2021.
- [12] 黄合水, 杨娇, 樊春雪, 等. 未来的中国电商行业：市场增容，共同成长 [J]. 国际品牌观察, 2020.
- [13] 朱坤福. 关于抖音带货的运营模式及发展问题的思考 [J]. 大众商务, 2023(3):0255-0257.
- [14] 陈紫怡, 刘莉琼. 大学生对抖音电商的态度：营销策略的角度 [J]. 中国商论, 2022(13):42-44.
- [15] 沈静. 直播电商行业市场营销现状及转型发展研究 [J]. 全国流通经济, 2023(16):17-20.