

人工智能赋能的跨境电商直播营销策略优化研究

杨瑾馨

汕尾职业技术学院, 广东 汕尾 516600

DOI: 10.61369/ETR.2026150010

摘 要 : 随着数字经济全球化发展的进程不断加快, 人工智能技术也得到了快速发展, 在这一背景下, 跨境电商直播也已经成为外贸转型升级的重要发展方向, 而人工智能技术的融入也能够为相关行业营销模式的创新和质量提升提供强有力的支撑。本文主要从跨境电商直播营销现状入手, 深入分析了人工智能赋能跨境电商直播营销的意义, 并对人工智能赋能的跨境电商直播营销策略优化路径进行了系统化探讨, 希望能够为行业实践提供新的思路, 有效推动跨境电商直播行业的高质量 and 可持续发展。

关 键 词 : 人工智能; 跨境电商; 直播营销; 策略优化

Research on Optimization of Cross-Border E-Commerce Live Streaming Marketing Strategies Empowered by Artificial Intelligence

Yang Jinxin

Shanwei Polytechnic, Shanwei, Guangdong 516600

Abstract : With the accelerating globalization of the digital economy, artificial intelligence technology has developed rapidly. Against this background, cross-border e-commerce live streaming has become an important direction for the transformation and upgrading of foreign trade. The integration of artificial intelligence technology can provide strong support for the innovation and quality improvement of marketing models in related industries. Starting from the current situation of cross-border e-commerce live streaming marketing, this paper deeply analyzes the significance of AI empowering cross-border e-commerce live streaming marketing, and systematically discusses the optimization paths of cross-border e-commerce live streaming marketing strategies empowered by artificial intelligence. It aims to provide new ideas for industrial practice and effectively promote the high-quality and sustainable development of the cross-border e-commerce live streaming industry.

Keywords : artificial intelligence; cross-border e-commerce; live streaming marketing; strategy optimization

引言

在全球化进程的引导下, 国际贸易的模式也正在发生深刻的变革, 而数字技术的普及也能够进一步推动各行各业的转型升级, 这对于跨境电商直播转型发展具有十分重要的现实意义。近些年我国跨境电商直播行业规模正在持续扩张, 头部企业和中小微企业都在加快布局, 希望能够抢占全球数字贸易新赛道。但是在快速布局的过程中仍然会出现一些问题, 包括语言文化限制、用户匹配度低和数据价值挖掘不足等。而人工智能技术作为数字经济的核心技术之一, 能够为企业提供智能推荐、实时翻译和数据分析等功能, 这些新的功能能够为解决跨境电商直播营销痛点提供新的思路。

一、跨境电商直播营销现状

跨境电商直播本质上是将电子商务和直播形态进行深度融合的新型营销模式, 这也是全球化和数字化结合产生的新方向。而在市场层面, 我国作为全球最大的跨境电商市场之一, 能够以完善的供应链体系、成熟的直播电商生态和良好的政策环境为基础, 推动跨境电商直播向智能化、个性化和全球化方向发展^[1]。但是在发展过程中仍然存在一些问题, 如同质化现象比较突

出、跨境物流响应速度较慢和主播团队的跨文化沟通能力不足等。具体来说, 在内容创作上, 部分直播在选品策略、场景搭建和互动方式上缺乏文化适配性和创新性, 导致用户参与度与转化率偏低, 而且也没有形成差异化的竞争优势, 使相关企业很难在多元文化市场中建立品牌信任与长期用户黏性。而在跨境物流响应方面, 部分商品受到物流周期比较长和清关流程复杂等因素的影响, 导致客户的体验感下降, 很容易影响到他们的复购意愿。而在主播团队文化沟通方面, 部分主播在面对不同国家和地区的

用户时缺乏对当地语言习惯、消费心理及社交礼仪的深度理解，经常会出现表达生硬、文化误读甚至敏感词误用等问题，这不仅削弱了直播的亲合力与专业性，而且也很难精准触达目标受众的需求^[3]。

二、人工智能赋能跨境电商直播营销的意义

（一）丰富交叉研究体系，拓展电商营销理论边界

将人工智能技术融入跨境电商直播营销过程不仅可以丰富人工智能和电子商务、国际贸易领域的融合方式，而且还可以为数字经济背景下的电商营销理论发展注入新的内容。传统的电商营销理论大多都是以本土市场和传统电商形态为主，很难适配新时代下跨境电商直播跨域、实时、互动等特征，这会直接影响到直播的精准性、时效性与文化适配性。因此将人工智能技术融入跨境电商直播过程可以帮助相关企业构建技术驱动型的跨境电商直播营销理论框架，能够有效弥补传统理论在跨境影响和技术赋能方面的研究空白^[4]。同时通过深度融合也能够使技术驱动、市场需求和文化理解等方面形成闭环，使企业能够深入了解人工智能技术是如何通过优化营销各个环节来推动行业高质量发展的，从而有效拓展数字经济下电子商务模式转型和升级的理论边界与实践路径。

（二）破解企业营销痛点，提升市场竞争能力

对于跨境电商企业来说，人工智能技术能够为其提供实时多语种翻译、用户行为预测与个性化推荐等核心能力，是提升企业市场竞争力的重要支撑。在具体的营销环节中，人工智能技术能够有效地解决跨境直播的语言障碍并且进行实时翻译实现多语种的及时转换，从而使跨区域互动更加顺畅。而智能推荐系统也可以以用户画像为基础实现将产品和内容与用户的需求进行精准匹配，从而有效提升用户的观看体验和精准触达效率。另外，数据分析工具也能够对直播数据和用户行为数据进行实时挖掘与复盘，通过分析收集到的真实数据来为企业优化直播策划并为下一场直播的选品策略、话术设计、时间安排等提供科学依据^[5]。通过灵活运用人工智能技术可以有效帮助跨境电商企业实现直播营销的个性化、精准化和智能化运营，从而最大程度上提升用户的观看时长、互动频率和销售转化率，不仅能够降低运营成本，而且也能帮助企业更好地了解全球市场需求的变化情况，为他们后续优化品牌出海策略和推动品牌国际化建设提供精准的数据支撑。

三、人工智能赋能的跨境电商直播营销策略优化路径

（一）内容营销优化，人工智能驱动内容精准化

对于跨境电商直播营销来说，内容是保证用户黏性和信任感的核心载体，而人工智能技术能够从内容策划、制作和传播等环节为企业内容生产提供全方位的技术支持，从而推动直播内容向着精准化、个性化和本土化方向发展，以此来不断提升内容的跨境传播效果。在内容策划阶段，工作人员可以利用人工智能的大数据分析技术来深入挖掘目标市场的消费需求、文化特征和流行

趋势，在整个运营流程中也可以捕捉用户的行为偏好和兴趣点，从而为他们构建多角度的海外用户画像和市场画像，使工作人员可以借助相关的信息来优化直播内容，不仅能够保证产出的内容符合目标市场的文化语境和消费需求，而且还可以避免文化冲突^[6]。例如，在面向东南亚市场进行直播时，工作人员可以融入当地的民俗文化进行节庆互动并使用当地语言设计趣味问答，用这种方式调动观众的参与积极性，并且也能够增强海外用户的情感认同与文化亲近感，使直播内容真正做到入乡随俗。而在内容制作阶段，工作人员可以借助人工智能的内容生成技术对直播脚本的智能创作和产品展示素材的智能剪辑和优化进行高效处理，大大缩短内容生产周期。同时也可以结合虚拟数字人技术，为企业打造多语种和本土化的虚拟主播，有效弥补真人主播在跨域直播中的时间、语言和精力限制，实现全天24小时的直播运营，最大程度上提升运营直播内容的产出效率和覆盖范围^[7]。而在内容传播过程中，相关人员也可以利用人工智能的智能推荐算法根据用户的画像特征和观看行为来精准匹配差异化内容，同时也可以通过算法来实时优化推送策略，从而不断提升内容的曝光量和触达效率，保证每一场直播都能精准触达目标用户群体。

（二）用户运营优化，人工智能构建全链路智能化

用户运营是跨境电商直播营销的重要环节，而人工智能技术可以通过打破传统的泛流量运营模式，构建出从用户获取、留存到转化的全流程智能化用户管理体系，从而不断提升用户运营的效率和质量。比如在用户获取环节，工作人员可以以人工智能的大数据分析和精准推荐技术为支撑，将海外社交媒体、第三方电商平台、独立站等多渠道数据进行统一整合，以此深入挖掘潜在用户群体，从而实现精准触达与高效引流。同时，通过算法分析功能来将不同渠道的获客效果进行归因分析，可以全面识别高价值渠道与用户特征，帮助工作人员优化渠道投放策略，从而使营销资源向着高价值渠道精准倾斜，不断提升用户获取的精准度和效率^[8]。在用户留存环节，企业可以利用人工智能技术构建用户分层管理体系，根据用户的观看时长、互动频次、消费能力和购买意愿等指标，来将所面对的用户群体划分为潜在用户、活跃用户和核心用户等不同层级，使后续的直播营销策略能够针对不同层级的用户特征来制定个性化的运营策略。比如，在面向潜在用户时可以为他们推送个性化的直播预告和产品福利，使他们能够有继续观看直播的兴趣。而针对核心用户，可以在为他们提供产品福利的同时还要提供配套的核心用户专属优惠和定制化服务，从而不断提升用户的黏性和忠诚度。同时利用人工智能的智能客服技术也可以实现7×24小时实时响应用户咨询，自动识别并解答常见问题，从而不断提升用户体验，增强用户信任感与品牌认同感。最后在用户转化环节，企业管理人员可以通过人工智能的实时数据分析技术来对直播过程中的用户行为进行实时监测和分析，精准捕捉加购、询单、停留时长等关键转化信号，通过这种方式识别用户的购买意向，推动实现从精准触达到即时转化的成功率。

（三）运营管理优化，人工智能实现直播全流程智能化

跨境电商直播营销的运营管理部会涉及到直播策划、供应链协

同、数据复盘和风险防控等多个环节，融入人工智能技术后可以各个环节进行智能化管控，不仅可以提升整体的运营效率，而且还能够降低运营风险，从而推动直播营销的标准化和规模化发展。比如在直播策划环节，工作人员就可以利用人工智能的项目管理和智能规划工具，为直播选品、脚本生成、时间排期及资源调配提供更加科学的支持策略。而结合收集的历史直播数据也可以优化直播时间和时长等关键参数，不断提升直播策划的科学性和效率^[10]。另外，在协同供应链的过程中，也可以借助人工智能的数据分析和预测技术来对直播的销售数据进行实时分析和销量预测，从而精准预判库存需求和物流峰值，实现供应链的智能化调度与动态补货。根据直播过程中的实时销售数据能够及时调整库存水平，以此保证产品的充足供应。而在智能化工具的支持下也可以推动物流环节的智能化调度，实现包裹分拣、路径规划与配送时效的动态优化，从而提升跨境物流的效率，有效改善用户

的购物体验。最后在数据复盘环节可以利用人工智能的大数据分析和可视化技术分析跨境电商直播营销的全周期数据表现，从直播的观看数据、互动数据、销售数据和用户数据进行全面实时的分析，生成多角度的数据分析报告，为后续的运营决策提供精准依据。

四、结论

人工智能技术的快速发展为跨境电商直播营销的高质量发展带来了新的动力，能够推动相关行业朝着智能化、自动化方向发展。因此，电商直播企业需要从现阶段的经济发展现状入手，深入分析当前最新的发展方向，深入梳理自身企业发展和人工智能技术融合的有效路径，在保证自身发展目标的前提下优化人工智能技术的使用效果，从而实现技术赋能和业务增长的同步发展。

参考文献

[1] 陈建琼, 陈力乔, 卓笑思, 等. 新质生产力赋能跨境电商直播的实践路径研究 [J]. 河北企业, 2025, (01): 18-21.
[2] 王维. 人工智能在跨境电商中的应用 [J]. 新经济导刊, 2024, (10): 80-86.
[3] 王建国. A 跨境电商公司营销策略优化研究 [D]. 云南师范大学, 2024.
[4] 张妍. 人工智能时代高职跨境电商专业教学改革策略 [J]. 辽宁省交通高等专科学校学报, 2024, 26(05): 85-90.
[5] 王利民. 跨境电商视域下农产品直播如何发力 [J]. 村委主任, 2024, (16): 184-186.
[6] 张晓怡, 吕玉花. 河南跨境电商农产品出口问题及策略研究 [J]. 粮食问题研究, 2024, (04): 15-19.
[7] 孟妮. 人工智能打开跨境电商赋能提效 " 新大门 "[N]. 国际商报, 2024-07-25(003).
[8] 牛建国, 夏飞龙. AIGC 促进跨境电商高质量发展的机制研究 [J]. 企业经济, 2023, 42(10): 85-94.
[9] 谭小燕. 新时代人工智能 ChatGPT 在跨境电商领域的应用研究 [J]. 现代商业研究, 2023, (03): 170-172.
[10] 陈竹韵. 基于 RCEP 的跨境电商直播人才培养 [J]. 中国商论, 2022, (20): 160-165.