

体育用品直播带货影响因素研究

易正权 谢斐

成都艺术职业大学体育学院, 中国·四川 成都 611433

摘要: 直播带货是销售商品的一种电商销售模式。基于 PEST 模型, 以宏观的视角分析政治、经济、社会和技术等方面对体育用品直播带货的影响。体育用品企业在直播带货过程中, 要建立合作关系、提供优质产品和服务、加强品牌推广和营销、持续创新和改进、加强用户互动和参与、关注消费者反馈和需求, 才能使企业更好的发展。

关键词: PEST 模型; 体育用品; 直播带货; 影响因素

Research on the Influencing Factors of Live Streaming Sales of Sports Equipment

Zhengquan Yi Fei Xie

College of Physical Education, Chengdu Vocational University of Arts, Chengdu, Sichuan, 611433, China

Abstract: Live streaming sales is an e-commerce sales model for selling goods. Based on the PEST model, analyze the impact of politics, economy, society, and technology on live streaming sales of sports equipment from a macro perspective. In the process of live streaming sales, sports equipment enterprises need to establish cooperative relationships, provide high-quality products and services, strengthen brand promotion and marketing, continuously innovate and improve, enhance user interaction and participation, pay attention to consumer feedback and needs, in order to achieve better development of the enterprise.

Keywords: PEST model; sports goods; sell goods through livestreaming; influence factor

1 引言

直播带货是指通过网络直播平台进行商品展示的一种电商销售模式。体育用品具有广泛的市场需求, 利用直播带货来拓展销售渠道, 不仅能够提升体育用品的品牌的曝光度和销售转化率, 还能增强消费者的购买体验和品牌忠诚度, 这种销售方式为体育用品行业带来了新的机遇。但是, 体育用品直播带货的成功与否受到多种因素的影响。因此, 研究体育用品直播带货的影响因素对于促进体育用品行业的发展具有重要意义。

2 PEST 模型

PEST 模型是一种常用的战略分析工具, 用于评估政治、经济、社会和技术等外部环境因素对企业的影响。这种方法可以帮助企业了解宏观环境的变化和趋势, 从而制定相应的对策, 以帮助企业预测风险、发现机会, 以及适应和应对外部环境的变化。

3 体育用品直播带货 PEST 模型分析

3.1 政治因素对体育用品直播带货的影响

3.1.1 政策

政府发布的相关文件和政策举措可以为体育用品直播带货提供支持和指导, 促进行业的健康发展。2023 年 8 月, 广东省人民政府办公厅印发的《广东省扩大内需战略实施方案》文件中强调, 支持线上线下商品消费融合发展。引导生产企业通过直播电商、社交电商等新模式进行营销推广。

大力培育本土电商平台, 推动本土直播电商基地建设, 培育引进直播电商人才。2024 年 3 月, 北京市商务局印发的《关于促进北京市直播电商高质量发展的若干措施(2024—2025)》文件中提出, 到 2025 年, 累计指导认定约 30 个北京市特色直播电商基地, 打造约 50 个直播电商示范案例或场景, 培育约 100 家直播销售额 1000 万元以上的在京品牌商家, 力争 2025 年实现直播电商交易额 1.5 万亿元。政府的政策鼓励企业和个人参与直播带货, 极大提升了市场活力。政策引导资金的投入和技术的创新, 推动了体育用品直播带货品质提升, 从而吸引更多消费者参与直播购物。

3.1.2 法律和法规

法律和法规对直播带货活动进行了明确规定, 以保护消费者的权益并规范直播带货行为。《中华人民共和国电子商务法》要求电子商务经营者提供真实、合法的商品和服务, 禁止虚假宣传和欺诈消费者。《中华人民共和国广告法》规定广告应当真实、合法, 禁止虚假宣传和误导消费者。《中华人民共和国反不正当竞争法》禁止虚假宣传、损害商业信誉等不正当竞争行为。《中华人民共和国产品质量法》规定产品应符合质量标准, 禁止销售劣质或伪劣产品。《中华人民共和国消费者权益保护法》保障消费者享有真实信息、公平交易和安全使用等权益, 经营者提供真实商品信息, 不得欺诈消费者。这些法律和法规为直播带货提供了明确的依据。经营者应遵守规定, 确保直播内容的真实性和合法性, 保护消费者的权益。消费者应选择合法、真实的直播带货产品和服务, 增强自我保护意识。

3.1.3 政府干预

《网络主播行为规范》文件中要求,网络主播应遵守法律法规,保护国家和他人的合法权益,这为直播带货行业的健康发展提供了指导。政府审查和监管直播内容,确保直播的真实性和合法性,对违法行为进行惩罚和关闭。政府的监管力度也加强了对直播平台的管理,要求平台方加强审核与管理,并建立投诉举报机制,以维护消费者权益。《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式提供商品服务的,应当在其首页、视频画面、语音、商品目录等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。直播带货必须说清楚“谁在带货”和“带谁的货”,这成为营销的前提和底线。

3.2 经济因素对体育用品直播带货的影响

3.2.1 经济增长率

国家统计局数据显示,2023年全年国内生产总值(GDP)超过126万亿元,按不变价格计算,比上年增长5.2%。其中,实物商品网上零售额13.0万亿元,增长8.4%,占社会消费品零售总额的比重为27.6%。随着互联网的普及和电子商务的发展,直播带货的销售模式将在经济发展中发挥更大的作用。直播带货不仅让各地优质商品走向全国消费市场,更为体育产业注入了新的活力^[1]。

3.2.2 就业率

2023年全国城镇调查失业率平均值为5.2%,国民经济运行总体平稳。就业率的提高增强了消费者的购买力和消费信心,尤其在全民健身的大背景下,推动体育用品市场不断扩大。直播带货本身也受益于高就业率的环境影响,更多的人选择成为主播或相关从业者,推动了行业的发展,形成了一个良性循环。

3.3 社会因素对体育用品直播带货的影响

3.3.1 人口结构

截至2023年12月,全国网民规模达10.92亿人,互联网普及率达77.5%。通过直播带货,消费者可以在实时互动中观看产品展示、了解产品功能和特点,并直接购买。一方面,年轻人群对于时尚、新潮的体育用品有较高的兴趣,他们更愿意通过直播带货的方式购买这些产品。直播带货还能提供更多的产品信息和购买建议,增加消费者的购买决策便利性。另一方面,中等年龄人口也是体育用品直播带货的潜在消费者。他们关注健康、休闲和生活品质,对于体育用品的需求也相对较高。通过直播带货,他们可以了解到最新的产品推荐和使用技巧,从而更好地选择和购买适合自己的体育用品。

3.3.2 文化价值观

随着健康生活理念的普及,越来越多的消费者参与到运动健身中来,直播带货中的体育用品受到消费者欢迎,推动了体育用品的销售。直播带货能通过互动和分享,增强消费者的参与感和归属感,使得消费者愿意使用直播购物。在

中国的网民中,青年人占比最多,年轻一代消费者更加注重个性化和时尚,直播带货中融入了一些潮流元素和娱乐化内容,能够有效吸引年轻群体的关注。

3.3.3 社会趋势

社交媒体的兴起改变了信息传播和分享的方式,体育用品直播能够更广泛地与消费者互动,提高购买转化率。观众通过分享直播内容、评论和点赞等方式,扩大了产品的曝光度和影响力。随着人们对健康和运动的重视程度提高,体育用品直播还能够展示运动和健康的生活方式,激发人们对体育用品的兴趣和购买欲望。了解社会趋势可以帮助企业更好地把握消费者的需求和市场机遇^[2]。

3.4 技术因素对体育用品直播带货的影响

3.4.1 科技发展

互联网的普及、技术的进步,使得直播带货的技术手段更丰富、营销手段更精准。直播技术的进步使得体育用品直播带货更加便捷和高效。高清视频和实时互动功能可以向观众展示产品的细节和使用效果,增加购买的决策依据。观众可以通过直播平台实时互动和提问,获得更多的产品信息和购买建议。企业可以与体育明星、健身教练等合作,通过他们的影响力和粉丝群体,扩大产品的影响力和销售渠道。这种跨界合作不仅可以增加产品的曝光度,还可以提高产品的品牌形象和市场认可度。这些机遇为体育用品直播带货的发展提供了更广阔的空间,推动了行业的繁荣和发展^[3]。

3.4.2 创新

通过创新的内容制作和呈现方式,体育用品直播带货可以提供更多样化的购物体验,从而吸引更多的观众购买体育用品。创新的内容制作可以通过展示体育用品的功能、特点和使用方法,让观众更直观地了解产品的优势和适用场景。创新的内容呈现方式可以通过增加专家评测和用户分享的环节,提供更全面和客观的购买参考。创新的内容制作和呈现方式还可以通过增加互动环节,让观众参与到购物过程中来。

3.4.3 数字化转型

随着数字化技术的应用和互联网的普及,购物方式发生了巨大变化。直播带货通过直播平台实现品牌与消费者的实时互动,提升购物体验,为品牌提供更多推广渠道。数字化转型还扩大了直播带货的覆盖范围,消费者可以不受地域的限制,便捷地了解各类体育用品,品牌商也可以全球推广产品,扩大销售市场。直播带货的数字化转型还带来了数据分析的优势,品牌商可以通过直播平台收集消费者的反馈和购买行为数据,从而了解消费者需求和喜好,提高销售效果。

4 体育用品直播带货的对策

4.1 建立合作关系

体育用品直播带货的合作模式为体育用品行业带来了新的商机和增长点。通过与主播、电商平台和品牌的合作,

产品得到了更广泛的宣传和销售机会，消费者也获得了更便捷和直观的购物体验。随着直播行业的不断发展壮大，体育用品直播带货将成为体育用品行业的重要推广和销售方式。

4.2 提供优质产品和服务

体育用品直播带货要提供具有竞争力的产品和优质的服务，以满足消费者的需求，提高消费者的满意度和忠诚度。体育用品直播带货的产品必须具有高品质，直播带货还要提供准确、详细的产品信息和使用说明，以便消费者了解产品的特点、功能和使用方法。另外，优质的售后服务也是体育用品直播带货不可或缺的一环，专业的产品咨询和解答，及时处理消费者的投诉和问题，并提供灵活的退换货政策，以保证消费者的购物体验和权益。只有通过不断优化产品和服务，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，并实现可持续发展。

4.3 加强品牌推广和营销

体育用品直播带货要通过品牌推广和营销活动，提高品牌的知名度和美誉度，吸引更多的消费者购买产品。只有通过不断创新和提升品牌形象，才能在激烈的竞争中占据优势地位。因此，品牌方应该注重直播带货的推广策略，不断改进营销活动，以满足消费者的需求，从而实现销售的增长和市场的扩大。

4.4 持续创新和改进

体育用品直播带货要不断创新和改进，以提供更多样化和个性化的购物体验，满足消费者的需求和期待。通过提供直观、实时的购物体验，加强互动性和不断改进技术，以及加强与体育用品品牌的合作，体育用品直播带货有望成为未来体育消费的重要渠道。

4.5 加强用户互动和参与

体育用品直播带货要加强与消费者的互动和参与，通过社交媒体等平台与消费者进行互动和交流，增加消费者的参与感和忠诚度。通过实时互动、分享心得和举办线上活动等方式，提高消费者的满意度和忠诚度，进而推动销售额的

增长和市场份额的提升。在竞争激烈的体育用品市场中，加强与消费者的互动和参与是企业获得竞争优势和长期发展的关键。

4.6 关注消费者反馈和需求

体育用品直播带货要关注消费者的反馈和需求，不断改进和优化产品和服务，提高消费者的满意度和忠诚度。通过关注消费者的反馈和需求，企业可以更好地了解市场需求，开发出更加符合消费者需求的产品，提高产品的竞争力和市场占有率。同时，通过不断改进和优化产品和服务，企业可以提高消费者的满意度和忠诚度，增加销售额和市场份额。体育用品直播带货的发展离不开消费者的支持和反馈，只有不断满足消费者的需求，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

5 结语

体育用品直播带货受到政治、经济、社会和技术等多种因素的影响。以宏观视角了解体育用品直播带货影响因素，不仅有利于企业根据具体情况制定相应的对策，提高产品的竞争力和满足消费者的需求，还能促进企业高质量发展。

参考文献：

- [1] 睢利欣,杨涛.数字经济背景下我国体育消费升级研究[J].体育文化导刊,2024(6):68-74.
- [2] 石千惠,区峻,谭冬梅,等.网络健身直播对居民健身消费意愿的影响研究[J].商业经济研究,2024(2):87-90.
- [3] 付志华,陈颇.信息技术服务业促进体育用品制造业转型升级效率评价研究——以湖北省为例[J].天津体育学院学报,2022,37(3):282-288.

课题项目：成都艺术职业大学 2023 年校级科研课题“体育用品直播带货影响因素研究”（项目编号：2023KY029）。