

新形势下网红经济的可持续发展分析

张馨月

中央财经大学, 北京 100080

[摘要] 随着数字媒体技术的发展, 网红经济成为数字时代的一种新兴产业。网红经济作为一种新型的经济形态, 在全球范围内对社会经济产生了深远的影响, 随着市场的日益成熟和消费者需求的不断变化, 网红经济在直播内容、产品宣传、市场竞争等方面出现了一系列问题和挑战。文中从多元化商业模式、高质量创作内容、责任道德规范、创新平台合作的维度提出了促进网红经济可持续健康发展的建议, 以实现经济结构优化和产业升级, 提升企业竞争力, 提高消费者福祉。

[关键词] 网红经济; 商业模式; 直播带货

DOI: 10.33142/mem.v5i4.13306

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

Analysis of the Sustainable Development of influencer Economy under the New Situation

ZHANG Xinyue

Central University of Finance and Economics, Beijing, 100080, China

Abstract: With the development of digital media technology, the influencer economy has become an emerging industry in the digital age. As a new form of economy, the influencer economy has had a profound impact on the social economy worldwide. With the increasing maturity of the market and the continuous changes in consumer demand, the influencer economy has encountered a series of problems and challenges in live streaming content, product promotion, market competition, and other aspects. This article proposes suggestions to promote the sustainable and healthy development of the influencer economy from the dimensions of diversified business models, high-quality creative content, ethical standards, and innovative platform cooperation, in order to achieve economic structure optimization and industrial upgrading, enhance enterprise competitiveness, and improve consumer welfare.

Keywords: influencer economy; business model; sell goods through livestreaming

1 概述

1.1 研究背景

随着科技的进步, 互联网的快速发展, 网红通过自己的个人魅力和优质的作品获得了关注, 促进了网红经济的发展。同时, 随着世界不确定因素的不断涌现, 包括新冠疫情的冲击, 网红经济应运而生, 网红经济是一种新兴的经济, 需要更多完善的监管策略, 也需要从业者理解自身的价值与责任。随着网红经济的不断发展, 问题也随之产生。例如头部网红赚得盆满钵满, 而底层网红却两手空空; 部分网红靠夸张行为等手段博取流量, 使网络环境恶化; 商业合作不透明, 虚假宣传使公众利益受损, 可见网红经济的可持续发展还有很长的路要走。在当今社会想要成为一名“网红”并非难事, 由于成为一名“网红”的门槛非常低及在“网红”巨大盈利的诱惑下许多人都抱着一夜成为网红的梦想, 希望靠成为网红发财致富 [1]。因此, 研究如何促进网红经济可持续发展成为重要的问题, 只有多方努力才能促进新形势下网红经济的健康长久发展。

1.2 研究意义

现在的人们已经不只是停留在论坛、网站、微博等社交软件上, 更多的是以平台直播和短视频的形式进行自我表达。营销软件产品, 通过直播、微信营销的方式做详细的产品介绍^[2]。一方面有影响力“网红”“大 V”在社交

平台上引领舆论导向、信息方向; 另一方面社交媒体平台为了获取更多的粉丝、流量而使出浑身解数。目前关于在新形势下网红经济的发展存在的挑战相关理论研究尚且不足。本文介绍网红经济的起源与发展, 分析网红经济的问题和挑战以及探索网红经济在新形势下的发展策略。该研究可以丰富新形势下的网红经济的理论研究, 为网红经济的可持续发展提供理论参考。同时, 研究网红经济的可持续发展具有重要的经济、社会、文化意义, 可以为相关产业发展提供指导, 促进了产业链条的协调发展, 为社会创造更多的经济文化价值。

2 网红经济的起源与发展

2.1 网红经济的起源

网红经济是一种依托于互联网尤其是移动互联网传播及其社交平台的经济模式。它通过网络红人(网红)的影响力, 吸引大量社会关注度, 形成庞大的粉丝基础和定向营销市场。网红经济的起源可以追溯到互联网时代下新兴的社交媒体平台的出现, 尤其是微博、抖音、快手等。最早的网红经济出现在 2008 年, 这一年在淘宝上出现了被称为“淘女郎”的第一拨网络红人, 这些人的诞生标志着网红经济的萌芽探索期。随着社交媒体的发展, 直播电商的出现为流量变现找到了一种可持续的商业模式, 成为网红直播经济爆发式增长的推手。网红经济正在经历一些

变化趋势，随着消费者需求的变化，网红经济也受到了变化影响。总的来说，网红经济起源是个循序渐进的过程，受到了技术、社会多方面因素的影响，成为现代社会中一个重要的商业模式。

2.2 网红经济的发展

网红经济已经成为数字经济的重要组成部分，其发展至今经历了几个重要的阶段，从发展萌芽成长期到崛起爆发期再到如今的发展转型期，未来仍有很大的发展空间。萌芽期时网络不太发达，内容形式单一，人们多以文字、图片和视频形式发布内容；崛起期依托于社交媒体如微信、微博平台的发展，自媒体崭露头角，吸引大量粉丝，打造专有品牌，为流量变现找到了一种可持续的商业模式；爆发期时品牌商家看到了网红的传播力量和影响力推动产品或服务的销售，并提升品牌知名度，越来越多的个人通过直播等形式积累粉丝，实现商业价值；转型期随着市场竞争激烈，用户的需求也发生了变化，网红们需要不断提升创新能力，转型升级发展平台商业模式优化，适应市场变化。随着技术的不断进步和市场的不断变化，网红经济也将不断创新发展。

3 网红经济发展的问题和挑战

3.1 直播内容单一

随着网络直播的兴起，人们对于直播越来越关注，涌现了大量网红，每个主播为了吸引更多的粉丝冥思苦想，在短视频或直播中植入广告以获取经济效益。但人们看见此类直播的红利都做出同样的直播来吸引眼球，渐渐地直播内容同质化严重，缺乏创新和个性，使消费者选择变得困难。如越来越多的明星加入直播行业，大多都利用自己的名气进行带货，观看直播的人数由几十人到上万人，但是直播内容、带货方式越来越大同小异，使得行业竞争十分激烈。市场竞争激烈源自直播内容千篇一律，缺乏直播新颖性，当消费者对类似直播不再有新鲜感，产品销量就会出现大幅下滑，所以网络主播想要保持高人气和高热度，延长直播寿命，需要在直播内容上不断创新变革^[3]。总之，直播内容形式的创新是必然的趋势，更好的满足消费者的需求，吸引更多观众，使直播行业焕发勃勃生机。

3.2 产品宣传失信

随着直播经济的快速发展，商家追求利益最大化，虚假宣传成为了主要的手段。一方面商家夸大产品的功效、迷惑消费者，导致消费者被误导购买不符合宣传的产品；另一方面商家会捏造消费者的评价，提升产品或服务的销量，制造虚假的口碑效应，使消费者在购买时无法了解产品真实的质量。近年来，盲盒由于猎奇心理、新鲜刺激、不可预知、不确定性等特点备受年轻的消费者追捧，市场热度持续走高，但由于盲盒对于消费者来说存在一定的信息不对称性，因此出现一些商家过度营销、涉嫌虚假宣传、商品质量难以保障等问题甚至引发消费纠纷。相关研究表

明，许多网红品牌在初始阶段受到大众欢迎，后续经营却不如预期，核心问题即是品牌营销与产品质量服务脱节，忽视品牌实际本质^[4]。总而言之，虚假宣传会降低消费者对网红推荐产品的信心，损害商家在消费者心中的信誉，影响市场公平竞争，不利于直播经济的可持续发展。

3.3 市场竞争激烈

随着直播行业的快速发展，越来越多的人加入其中，每个人都想从中获得较大的利益，市场竞争尤为激烈，甚至出现了直播平台挖角、主播跳槽引发的不正当竞争纠纷等。首先，一些卖家为了获取最大的利益，与品牌方协商好进行垄断定价，使市场商家议价空间减小，同时品牌商家对网红需求不断增加，加剧网红经济的市场竞争^[5]。其次，随着越来越多的网红涌入市场，许多商家追随热点话题，模仿成功案例，内容开始出现同质化现象。第三，建立稳定和深度的粉丝关系对网红经济的可持续发展至关重要，网红需要花费更多的时间和精力建立个人品牌，粉丝获取难度增加，需要不断创新互动方式增强粉丝忠诚度。综上所述，网红经济的发展由于入门门槛较低，越来越多同质化内容的出现，市场竞争尤为激烈，商家须不断提升自己的实力在竞争中脱颖而出。

4 网红经济可持续发展的发展策略

4.1 提高准入门槛

网红经济近年来呈现快速增长的态势，形式多种多样，覆盖各个领域，行业竞争加剧。虚假宣传、侵权行为等不良现象时有发生，通过多种方式提高网红经济的准入门槛迫在眉睫。首先，建立认证机制。通过审核账号内容原创性、粉丝数量、社交影响力等指标设立网红认证机制，确保内容质量达到合格标准。其次，严格标准治理。加强网络直播平台综合治理，制定更严格的规范和标准，确保直播带货遵守相关法律法规，支持电商平台运用自身的数据优势和管理权限对开设直播带货的商家、主播个人进行资质审查和实名认证，维护行业的良好秩序。最后，加强信息透明度。网络直播带货产品生产企业主动接受网民和社会的监督，要求主播带货内容明确披露是否为付费推广收取赞助的行为，增强消费者对内容真实性的认知。提高网红经济的准入门槛可以规范市场秩序，保护消费者的权益，提升行业的形象和信誉，提升整体竞争力，促进行业健康发展。

4.2 保持内容原创

内容的原创性是十分重要的，这不仅是对创作者的尊重，更促进网红经济的良性循环。首先，用户更喜欢原创且有真正价值的内容，之所以有浏览量、收藏量、点赞量，因为网络主播发布的内容更加吸引大家的眼球，受到人们的喜爱。其次，所有的搜索引擎都对于原创内容具有识别能力，如果一名创作者的内容与别人的内容重复率高，搜索引擎对该创作者抓取的概率会降低，有些甚至不会被

推荐,因此用户无法搜索到相关的信息,那么自媒体账号会变得没有意义^[6]。再次,实现内容的原创可以寻找一个熟悉的话题确保足够的了解和热情,将对主题的理解转化成独特的内容,通过解说、演示、讨论等多种形式发挥创意,与观众进行多样化的互动,听取其建议和意见,甚至可以邀请参与直播内容创作保持观众的新鲜感和兴趣。总之,内容的原创性是短视频创作者的初心和成功的必要因素,保持直播内容的原创性,吸引更多的观众并提升影响力。

4.3 加强监管规范

网红经济的快速发展带来了一系列监管和规范挑战,为了保护消费者的合法权益,需要加强监管和维权力度,为消费者提供完善的维权渠道和服务,促进产业健康发展^[7]。一是打击虚假宣传。对与直播内容不符和过分夸大直播商品的直播者进行管控和惩罚,包括罚款、冻结账号等措施,捍卫消费者的权益。二是加强质量管控。众所周知,在直播线上平台购买的产品质量不能得到保证,消费者只能通过网红或电商平台对产品信息价格的介绍了解产品信息,保障网红产品质量十分必要。制定严格的产品质量标准,定期对产品进行质量抽检,及时处理消费者的投诉和维权请求,有效加强对网红产品质量和售后服务的监管。三是加强内容审核。不少网络主播在直播平台为了吸引眼球传播低俗不良信息,影响一些青少年的价值观,所以内容监管要严上加严,加强对网红内容的审核和监管,保护未成年人的健康成长。总体而言,加强对于网红经济的监管规范可以维护市场稳定秩序,促进网红经济健康发展。

4.4 拓展商业模式

网红经济的商业模式就是通过网红的影响力和粉丝群体实现商业变现的一种新型经济形态。网红通过展示自己的生活方式、插入广告、直播带货等方式引导粉丝购买产品,为了增加收入来源,实现长期发展仍需拓展网红经济商业模式。一是跨界合作,与其他领域的机构或网红进行合作,多领域共同创作内容,扩大粉丝群体和曝光度,提高销售量。二是品牌合作,通过产品代言、赞助活动、品牌推介等方式加强与品牌方合作推广,从而获取更多收入。三是知识付费,在一些知识分享平台提供知识类服务如付费课程、讲座等,吸引粉丝学习付费,实现知识的商业价值变现。四是线下合作,网红通过与粉丝面对面的交流增进与粉丝的感情,创建粉丝社群,增加粉丝黏度,通

过周边销售等方式获取收入。综上所述,拓展网红经济商业模式可以帮助提升品牌影响力,降低风险,适应市场变化,保持竞争力,提高用户黏性,增加用户忠诚度,实现网红经济长期可持续发展。

5 结论

随着网络的诞生和发展,一种新型经济应运而生——网红经济,其已然成为现代社会中一个重要的商业模式。网红经济通过在社交媒体上聚集流量与热度,将粉丝的关注度转化为购买力,实现流量变现。网红经济发展至今经历了几个重要的阶段,即萌芽期、爆发期和转型期,它不仅促进了商品和服务的销售,也催生了新的职业,为经济增长提供了新动力。尽管网红经济发展迅猛,但也面临着一些问题和挑战:一是直播内容单一,直播内容同质化严重,缺乏新颖性,行业竞争十分激烈;二是产品宣传失信,商家为追求利益最大化进行虚假宣传,难以保证产品质量;三是市场竞争激烈,越来越多的人涌入网红经济市场,准入门槛不断增高。针对这些问题本文提出以下促进网红经济可持续发展的策略:首先,提高准入门槛,即提升整体竞争力和保护消费者的权益;其次,保持内容原创,尊重用户的观感体验,吸引更多粉丝并提升影响力;再次,加强监管规范,维护市场稳定秩序,保障消费者合法权益,促进产业健康发展;最后,拓展商业模式,帮助品牌适应市场变化,保持竞争力,提高用户黏性,实现网红经济长期发展。

[参考文献]

- [1]蔡蕊.“互联网+”背景下网红经济发展现状及影响[J].市场周刊,2023,36(12):86-89.
 - [2]黄立霞.“网红经济”的发展与规制[J].上海商业,2023(9):10-12.
 - [3]赵鲁.网红经济背景下直播带货问题探究[J].老字号品牌营销,2023(16):40-42.
 - [4]贺嘉琳.浅谈网红经济下的品牌营销与发展[J].现代营销(下旬刊),2018(3):47-48.
 - [5]黄心怡.网络直播营销、消费者冲动性消费及其启示[J].投资与创业,2022,33(11):204-206.
 - [6]廖卫红,杨岚.网红经济中的消费陷阱与消费者理性研究[J].全国流通经济,2023(11):121-124.
- 作者简介:张馨月(2005.7—),女,蒙古族,籍贯:北京人,中央财经大学保险学院、精算研究院23级国际本科学士。