

互动仪式链视角下电商直播中消费者购买意愿研究

——基于抖音直播间的参与式观察

虞双杨

杭州职业技术学院

DOI: 10.12238/ems.v6i7.8125

[摘要] 直播电商的出现改变了传统的消费行为，也引发了学界对互动仪式链的探讨。本文通过参与式观察，以抖音直播间为案例，从互动仪式链视角，探究抖音直播中消费者的购买意愿及其影响因素。研究发现，直播互动仪式中的主播、直播间、观众三方互动构成了消费者购买意愿的互动仪式链。通过互动仪式链分析发现，在直播间中存在共同关注焦点、群体团结和情感能量三种类型的情感能量。

[关键词] 互动仪式链；电商直播；消费者购买意愿；参与式观察

Research on consumers' purchase intention in e-commerce live broadcast from the perspective of interactive ritual chain — based on participatory observation in Tiktok live broadcast room

Yu Shuangyang

Hangzhou Vocational and Technical College

[Abstract] The emergence of live streaming e-commerce has changed traditional consumer behavior and sparked discussions in academia about interactive ritual chains. Through participatory observation, this paper takes Tiktok live broadcast room as an example to explore the purchase intention of consumers and its influencing factors in Tiktok live broadcast from the perspective of interactive ritual chain. Research has found that the interaction between the anchor, live room, and audience in live streaming interactive ceremonies constitutes the interactive ritual chain of consumer purchase intention. Through the analysis of interactive ritual chains, it was found that there are three types of emotional energy in the live broadcast room: shared focus, group unity, and emotional energy.

[Keywords] interactive ritual chain; E-commerce live streaming; Consumer purchase intention; participant observation

引言

随着互联网的快速发展，电商直播作为一种新兴的购物方式，正逐渐改变着消费者的购物习惯。在这一背景下，从互动仪式链视角探究电商直播中消费者购买意愿的形成机制显得尤为重要。本文旨在通过参与式观察的方法，以抖音直播间为案例，深入分析互动仪式链在电商直播中的作用及其对消费者购买意愿的影响。通过对抖音直播间的深入观察，我们可以更好地理解直播互动仪式中主播、直播间、观众三方如何共同构建互动仪式链，进而促进消费者购买意愿的产生。同时，本研究也将为电商直播平台和企业提供有价值的参考和启示，有助于提升直播营销的效果和消费者的购物体验。

1. 文献综述与理论基础

1.1 电商直播的发展与现状

随着互联网技术的不断革新，直播行业蓬勃发展，而电商直播作为其细分领域的代表，近年来更是呈现出爆炸式的增长态势。电商直播不仅为传统电商注入了新的活力，也极大地丰富了消费者的购物体验。

电商直播的兴起，得益于其独特的优势和特点。首先，电商直播通过实时互动和展示，增强了消费者的参与感和信任感。主播在直播过程中，可以实时回答观众的问题，展示商品的使用效果，使消费者更加直观地了解商品信息。其次，电商直播结合了娱乐性和营销性，为消费者提供了一种全新的购物体验。主播通过幽默风趣的语言、生动的表演和丰富的互动环节，吸引了大量观众的关注和参与。最后，电商直播还通过大数据分析、精准推送等技术手段，实现了对消费

者的个性化推荐和精准营销,提高了购物转化率。

1.2 互动仪式链理论及其应用

互动仪式链理论是一种社会学理论,它强调了人类行为中的互动性和仪式性。该理论认为,人们的互动行为构成了一种仪式链,这些仪式链在不断地进行传递和演变,从而影响着人们的情感、认知和行为。

在电商直播中,互动仪式链理论具有重要的应用价值。首先,电商直播本身就是一种互动仪式。主播通过直播形式与观众进行实时互动,观众则通过评论、点赞、分享等方式参与到直播中。这种互动仪式不仅增强了观众的参与感和归属感,也提高了主播的影响力和知名度。其次,互动仪式链理论可以帮助我们理解电商直播中消费者购买意愿的形成机制。在直播过程中,主播通过展示商品、分享使用心得、回答观众问题等方式,构建了一个共同关注焦点。观众在参与互动的过程中,逐渐形成了对主播和商品的信任和情感认同。这种信任和情感认同进而转化为购买意愿和购买行为。

1.3 消费者购买意愿影响因素研究

消费者购买意愿是指消费者在购买商品或服务时所表现出的主观意愿和倾向。在电商直播中,消费者购买意愿受到多种因素的影响。

首先,产品质量是影响消费者购买意愿的重要因素之一。消费者在购买商品时,通常会关注产品的质量、性能、价格等方面。如果产品质量好、性价比高,那么消费者的购买意愿就会相应提高。其次,主播的影响力也对消费者购买意愿产生重要影响。在电商直播中,主播作为商品的推荐者和展示者,其形象和信誉直接影响到消费者的购买决策。如果主播具有较高的知名度和良好的口碑,那么消费者对其推荐的商品就会更加信任,从而产生购买意愿。

2. 抖音直播间互动仪式链的构建与分析

2.1 抖音直播间的互动仪式链要素

抖音直播间的互动仪式链主要由内容创作、传播分享、社交互动以及消费决策等要素构成。首先,内容创作是互动仪式链的起始环节,主播通过拍摄、编辑和分享短视频,展示自己的才华、分享生活点滴或推广商品。这一环节的关键在于内容的创意和质量,能够引发观众共鸣和兴趣的内容更容易进入下一环节。

接下来是传播分享环节,抖音平台通过智能推荐算法,将主播创作的内容推送给可能感兴趣的观众。同时,观众也可以通过点赞、评论、转发等方式,将内容分享给自己的社交圈,进一步扩大内容的传播范围。这一环节的实现得益于抖音平台的技术支持和用户的积极参与。

随后是社交互动环节,观众在直播间内通过弹幕、评论、私信等方式与主播进行实时互动,分享自己的看法、感受和和建议。主播则根据观众的反馈及时调整直播内容,形成良好的互动氛围。这种社交互动不仅增强了观众的参与感和归属感,也为主播提供了了解观众需求、优化直播内容的宝贵机会。

最后是消费决策环节,观众在互动仪式链中逐渐对商品

产生兴趣,并在主播的引导下进行购买决策。这一环节的实现受到多种因素的影响,包括商品品质、价格、主播的推荐力度以及观众的个人需求等。

2.2 主播在互动仪式链中的角色与行为

主播在抖音直播间的互动仪式链中扮演着至关重要的角色。他们是内容的创作者和传播者,通过精心策划和呈现高质量的直播内容,吸引观众的关注和参与。主播的行为举止、语言表达以及情感投入等都会直接影响到观众的观看体验和购买意愿。在互动仪式链中,主播需要积极与观众进行互动,回应观众的提问和评论,增强与观众之间的联系和信任。同时,主播还需要善于运用各种互动手段,如抽奖、限时优惠等,激发观众的参与热情和购买欲望。通过这些行为,主播能够构建起一个积极、健康的互动仪式链,促进消费者购买意愿的形成。

2.3 直播间环境对互动仪式链的影响

直播间环境作为互动仪式链的重要载体,对观众的观看体验和购买意愿产生着潜移默化的影响。一个舒适、整洁、美观的直播间环境能够提升观众的观看体验,使其更加愿意停留在直播间并参与互动。直播间环境的布置和装饰也是影响观众感受的重要因素。主播可以根据自己的直播内容和风格,选择合适的背景、道具和灯光等,营造出符合主题的直播间氛围。这种氛围的营造有助于增强观众的代入感和沉浸感,使其更加投入地参与到互动仪式链中。

2.4 观众参与与互动仪式链的形成

观众的参与行为不仅是对主播的认可和支持,也是对其他观众的影响和带动。当观众看到其他人在直播间内积极参与互动、分享购买经验时,他们也会受到启发和鼓舞,更加愿意参与到互动仪式链中。同时,观众的参与行为也会反过来影响主播和直播间环境。主播会根据观众的反馈和需求调整直播内容和形式,使其更加符合观众的口味和期望。而直播间环境也会因为观众的参与而变得更加丰富多彩和充满活力。

3. 消费者购买意愿的互动仪式链分析

3.1 共同关注焦点与购买意愿

共同关注焦点是抖音直播间互动仪式链的起点,也是消费者购买意愿形成的关键因素之一。在直播间中,主播通过展示商品、分享使用心得、回答观众问题等方式,引导观众关注特定的商品或话题。观众则通过评论、点赞、分享等方式,表达对共同关注焦点的兴趣和认同。这种共同关注焦点不仅增强了观众之间的联系和互动,也为主播推广商品提供了有力的支持。

共同关注焦点对消费者购买意愿的影响主要体现在两个方面。首先,共同关注焦点能够激发消费者的好奇心和探究欲,使其对商品产生浓厚的兴趣。当观众看到其他人在直播间中积极讨论某个商品时,他们也会想要了解更多关于该商品的信息,进而产生购买意愿。其次,共同关注焦点能够增强消费者对商品的信任感和认同感。当主播和观众都在关注同一个商品时,消费者会认为这个商品是值得信赖的,并且

愿意为之付出购买行动。

3.2 群体团结对购买意愿的促进作用

群体团结是抖音直播间互动仪式链中的重要环节,也是促进消费者购买意愿的关键因素之一。在直播间中,观众通过参与互动、分享经验、互相帮助等方式,形成了一个紧密的群体。这种群体团结不仅增强了观众之间的情感联系,也为主播推广商品提供了良好的氛围。

群体团结对消费者购买意愿的促进作用主要体现在两个方面。首先,群体团结能够增强消费者的归属感和认同感。当观众感受到自己属于一个团结、友好的群体时,他们会更愿意为这个群体做出贡献,包括购买主播推荐的商品。其次,群体团结能够降低消费者的风险和不确定性。在群体中,消费者可以通过与其他成员交流和比较信息,减少对商品的疑虑和担忧,从而更加放心地做出购买决策。

3.3 互动仪式链中的其他影响因素

除了共同关注焦点、群体团结和情感能量外,互动仪式链中还存在其他影响消费者购买意愿的因素。例如,主播的个人魅力和专业素养、直播间的氛围和环境、商品的品质和价格等都会对消费者的购买决策产生影响。

主播的个人魅力和专业素养是吸引观众关注和产生购买意愿的重要因素。一个具有亲和力和专业性的主播能够赢得观众的信任和喜爱,从而提高商品的销量。同时,直播间的氛围和环境也会对观众的购买意愿产生影响。一个舒适、愉快、充满正能量的直播间氛围能够提升观众的观看体验和购买欲望。

4. 参与式观察结果与案例分析

4.1 参与式观察方法介绍

参与式观察是案例研究和质性研究的重要组成部分,是社会调查研究的重要方法。在电商直播领域,这种方法允许研究者深入到抖音直播间,以参与者的身份观察和体验直播互动,从而获取第一手资料,深入了解消费者购买意愿的形成机制。参与式观察的主要特征是非侵入性,即在不干扰直播正常进行的情况下,通过观察、记录和分析直播中的互动仪式链要素,揭示消费者购买意愿背后的深层原因。

在电商直播的背景下,参与式观察具有独特的优势。首先,它能够帮助研究者更好地理解直播间的互动仪式链,包括共同关注焦点、群体团结、情感能量等因素如何相互作用,影响消费者的购买决策。其次,参与式观察能够捕捉到直播间的实时互动和动态变化,从而更准确地把握消费者购买意愿的形成过程。最后,通过与主播和观众的深入交流,研究者可以获取更多关于消费者心理、行为特征以及购买动机的详细信息,为后续的案例分析提供丰富的素材。

4.2 抖音直播间观察记录与整理

在参与式观察过程中,研究者对抖音直播间的互动仪式链进行了详细的记录与整理。这包括直播间的环境布置、主播的言行举止、观众的互动行为以及商品展示等方面。通过对这些观察数据的整理和分析,研究者能够揭示出互动仪式链在电商直播中的具体表现和作用机制。

例如,研究者发现,在抖音直播间中,主播通常会通过精心策划的开场白、生动的商品介绍和有趣的互动游戏等方式,吸引观众的注意力并激发他们的购买欲望。同时,观众也会通过弹幕、评论等方式表达自己的观点和感受,形成一个充满活力的互动氛围。这种互动仪式链不仅增强了观众对主播和商品的信任感,也促进了消费者购买意愿的形成。

4.3 典型案例分析与解读

为了更深入地理解互动仪式链在电商直播中对消费者购买意愿的影响,研究者选取了典型案例进行分析和解读。案例中,主播在抖音直播间中推销一款新上市的口红。她通过试色、分享使用心得等方式展示了口红的优点和特色,并引导观众关注商品的品质、价格和适用场合等方面。同时,她还与观众进行了积极的互动,回答了观众提出的问题并分享了化妆技巧。在这个过程中,观众逐渐对这款口红产生了浓厚的兴趣,并纷纷表示愿意购买。

通过对这个案例的分析,研究者发现,互动仪式链在电商直播中发挥了重要作用。主播通过展示商品、分享经验、回答问题等方式与观众形成了共同关注焦点,增强了群体团结和情感能量。这些要素相互作用,共同促进了消费者购买意愿的形成。

4.4 观察结果与互动仪式链理论的验证

通过参与式观察和典型案例分析,研究者对互动仪式链理论在电商直播中的应用进行了验证。观察结果表明,互动仪式链确实存在于电商直播中,并对消费者购买意愿产生了重要影响。共同关注焦点、群体团结和情感能量等要素在直播间中得到了充分体现,并共同作用于消费者的购买决策过程。

同时,研究者还发现,互动仪式链的作用机制并非孤立存在,而是与其他因素相互交织、共同影响消费者的购买意愿。例如,商品的品质、价格等客观因素以及消费者的个人特征、心理需求等主观因素都会对互动仪式链的效果产生影响。

5. 结语

本研究从互动仪式链视角深入剖析了电商直播中消费者购买意愿的形成机制,通过对抖音直播间的参与式观察,揭示了互动仪式链在促进消费者购买意愿方面的重要作用。研究发现,共同关注焦点、群体团结和情感能量等要素共同构成了电商直播中的互动仪式链,对消费者购买意愿产生了积极影响。

[参考文献]

- [1] 谭希欣. 社交电商直播中消费者购买意愿的影响因素研究[D]. 华东政法大学, 2023.
- [2] 李红霞. 电商直播对美妆产品消费者购买意愿的影响因素研究[D]. 山西财经大学, 2023.
- [3] 王晓成. 直播电商中消费者购买意愿影响因素研究[D]. 上海财经大学, 2023.
- [4] 朱海燕, 江江. 电商直播中人际互动对消费者购买意愿的影响[J]. 北方经贸, 2023, (07): 48-54.
- [5] 田丽丽, 李德俊. 电商主播在线互动对消费者购买意愿的影响研究[J]. 技术与市场, 2023, 30 (07): 187-192.