

更高效的可信度，提升品牌宣传效果，影响好友的购买决策。例如，小红书是社交关系营销的典型代表。许多美妆博主通过分享自己真实的化妆过程、使用心得及产品推荐，建立起与粉丝之间的信任关系。如刘真，拥有百万粉丝的美妆博主，会详细介绍一款新出的口红。她会在笔记中展示口红的外观设计、上手试色、在嘴唇上的真实效果，并讲述这款口红的质地、味道等细节。她的粉丝因为长期关注她的内容，对她的推荐深信不疑。她在笔记中提到“这款口红真的是我近期最爱，姐妹们一定要试试”，粉丝们就会受到影响，产生购买欲望。

社交网络营销的策略：1.品牌建设策略。首先确定品牌地位，精确识别用户需求，明确用户群体定位，比如乐高玩具公司，以儿童为核心，拓展到成年乐高迷，产品满足儿童及成人对创意搭建、收藏展示需求，如星球大战系列；然后塑造品牌形象，通过“内容为王”的特点吸引用户的“眼球”；最后建立起品牌的平台社区，积极与用户互动，提升用户的参与度，提高用户对品牌的认可度、忠诚度 2.内容营销策略。首先制定内容计划，精准锁定用户，然后制作优质内容，最后做好推广。比如户外运动品牌的用户为户外爱好者以及追求冒险挑战的青年群体，则就可以制作一些探险视频、装备测评、户外探险攻略等吸引大众观看。在一定程度上，不单靠用户点赞、收藏、评论来扩展品牌效应，还可以自行加入付费广告等方式提高内容曝光度。3.精准营销策略。对于用户精准画像，做到广告投放目标明确，以达到效果评估最优化。比如在抖音电商的一位年轻女性用户，经常浏览时尚穿搭、美妆教程相关内容，抖音就会将服装、化妆品等相关广告精准投放给她。商家能明确目标受众，广告投放转化率高，通过销售额、转化率等数据可评估投放效果，优化后续投放策略。

Liu Junjie

Лю Цзюньцзе

Институт бизнеса БГУ (Минск)

Научный руководитель Р. Lapkouskaya

直播电商对消费者冲动性购买行为影响研究

Исследование влияния потоковой электронной коммерции на импульсивное покупательское поведение потребителей

摘 要：随着互联网技术的进步和经济的快速发展，居民的生活方式发生着改变，在快速的生活和快速的网络购物中，人们的冲动购物已经成了一种普遍现象。网络直播以移动互联网为媒介，通过主播与用户之间的交互作用激发了用户的购物欲望。本研究以网络购物作为研究对象，探讨电商直播中对消费者冲动购买行为的影响。并为电子商务企业提供相应的对策建议。

关键词：电商直播；冲动性购买行为；积极情绪；激励性；互动性。

一、电商直播的定义

网络直播是一个具有社会化商业性质的平台，它将即时的社会关系与网络商业结合起来^[1]。**研究**认为电商直播是网络直播与电子商务行业相结合的产物，销售员利用直播，向消费者宣传产品，理解产品的特性，又能刺激消费行为。

二、冲动性购买行为的定义

冲动的购买就是没有计划的，冲动购买看作一种无计划性的、能激发消费者的消费欲望的复合购物。主要特点：1.**内外部因素**的综合作用，内部主要有消费者的可自由支配时间和资金，外部的影响有产品的属性和价格，销售人员的推荐等2.**伴随的情感回应**，情绪可能引起冲发性购买行为。3.**强烈的突发性的欲望**，在消费者被外部事物所触动时会出现未经思考的后果而冲动的购买

三、研究结论

本研究在已有冲动性购买意愿和行为等相关文献的基础上，结合电商直播特点和SOR理论，构建了电商直播情境下的冲动购买模型，最终得出结论：

表1.1 假设检验结果（数据来自问卷调查统计结果）

研究假设	检验结果
H1：激励性正向影响积极情绪	成立
H2：互动性正向影响积极情绪	成立
H3：专业性正向影响积极情绪	不成立
H4：稀缺性正向影响积极情绪	成立
H5：积极情绪正向影响冲动性购买行为	成立

(1) 主播的互动性和商品的稀缺性以及激励性对冲动购买行为有正向的影响。互动性会影响消费者的积极情绪进而影响其用户的购买行为，通过主播和用户的交互，可以帮助用户解决商品和心理问题，让用户开心、激动，从而激发用户的购买欲望。激励性以及产品稀缺性能够引起消费者的积极情绪，进而影响冲动购买。专业性并不能影响消费者的积极情绪，所以假设不成立。专业性主要是影响认知信任来影响消费者的冲动购买行为。

(2) 积极情绪显著影响冲动购买行为。本研究证明，当消费者自身产生积极情绪时，都会产生冲动购买行为的现象。

参考文献

1. 刘凤军，孟陆，陈斯允，段琨. 网红直播对消费者购买意愿的影响及其机制研究 [J]. 管理学报, 2020,17(01):94-104.

2. 陈艳红.社会化商务环境下消费者在线冲动购买行为研究[D].华中科技大学,2018.

Y. Moroz

Я.Д. Мороз

БНТУ (Минск)

Научный руководитель Н.И. Липлянина

技术创新及其对中国商业的影响

Технологические инновации и их влияние на бизнес в Китае

在发展和改进过程中,中国经历了从便宜商品的生产商到世界创新技术销售和生产的领袖之一的转变。国家特别重视中小企业,并投入大量资金进行开发。创新技术让中国集约化发展,创新活动促进科学和教育的快速发展,这将对未来国家的发展产生积极的影响。

这篇文章的目的是认识技术创新对各个行业的影响。

在电子行业中国占领领先地位,是全球最大生产国之一。华为、小米等中国公司通过引入自动化系统和机器人技术,能够快速适应市场变化,提高了产品的生产率并使达到最高的质量。

引进绿色技术并使用可再生能源正在成为生产的重要因素。中国公司努力减少工业废料并提高能源效率,这符合全球环保趋向。

在汽车行业,中国正在非常积极地努力占领领先地位。他们不仅发展电动汽车,而且在自动驾驶领域积极研究并引入新技术。像 Baidu, Alibaba, Tencent 大公司,在编制人工智能和别的技术创造自动驾驶汽车。

除了电动汽车和自动驾驶技术的发展以外,中国汽车工业同时也积极将智能技术引入汽车中。这包括智能仪表板和通讯系统以及语音和手势控制功能。BYD 和 NIO 只是许多中国汽车制造商的小部分,旨在模型中开发和实施智能技术。

中国是最大农业产品生产者之一。新技术的引进有助于提高生产效率和提高产品质量。利用传感器、无人机、农业信息系统等数字技术让改进作物监测、控制害虫、降低土壤污染,以及改进预报收成。计算机系统分析土壤状况并帮助达到田地各部分的最大产量。这在耕地有限和粮食需求不断增长的情况下尤其重要。

然而,此类产量的增加可能会对环境产生负面影响。所以,在生产中必须保持新技术的使用平衡,以避免更严重的环境污染。

中国纺织行业是世界上最大的行业之一。运用数字技术是该行业的一个非常重大的成就。凭借数字创新,设计、面料裁剪、印花和刺绣流程已变得自动化且更加高效。这减少了生产时间、废物,并提高了产品质量。区块链技术也成为一个重要