



新媒体直播行业 直播间货场 环境氛围包装

直播调性 | 直播道具 | 装饰物料

START 

直播间的“货场”打造

直播间货场环境对消费者的影响



品牌的调性

品味

档次

文化

价值观

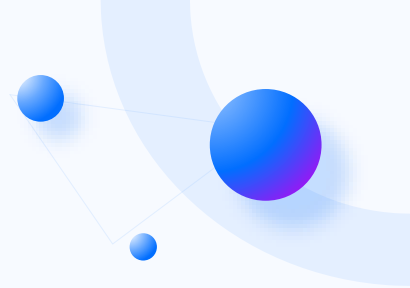
经销商的实力展示

多样化展示

实力展示

信息真实度

展示交付成绩



直播间的“货场”打造

直播环境



- 主打车型
- 光线
- 礼品陈列

直播间的“货场”打造

直播画面的高级感表达：打好光能遮百丑



💡 环境照明

开启平板灯或吊灯，提供整体均匀的照明，使整个空间明亮通透。可以选择色温在 4000 - 6000K 之间的白色灯光，模拟自然日光效果

💡 车辆照明

车辆的主体照明可以突出汽车的外形和线条。射灯的色温建议选择 5000 - 6000K 之间，以确保汽车的颜色真实还原。注意灯光的高度，避免在车身上形成阴影

💡 人物面光

使用面光可以防止主播脸部过暗，作为视线的焦点，容易拉低整个直播间画面的质量。面光的强度和颜色应与背景光相互协调，避免人物与背景的光线反差过大或过于相似。建议使用5500K 左右的中性色温灯光，能还原出自然的肤色

直播间的“货场”打造

直播物料的重要性



01

促销类物料

直播间外促的政策强提醒，对产品和政策进行动态的展示，方便直播间的观众随时了解福利和活动内容等，内容可以是直播优惠信息、福利礼品

02

装饰类物料

营造展示直播环境和氛围，打造观众记忆点，位置合理醒目展示可以快速吸引粉丝进入直播间，增加曝光率

03

道具类物料

提升观众的注意力，增加直播间人设打造，增加增粉率，帮助唤醒用户线下消费的记忆，促进进店

直播间的“货场”打造

直播物料的布置注意事项



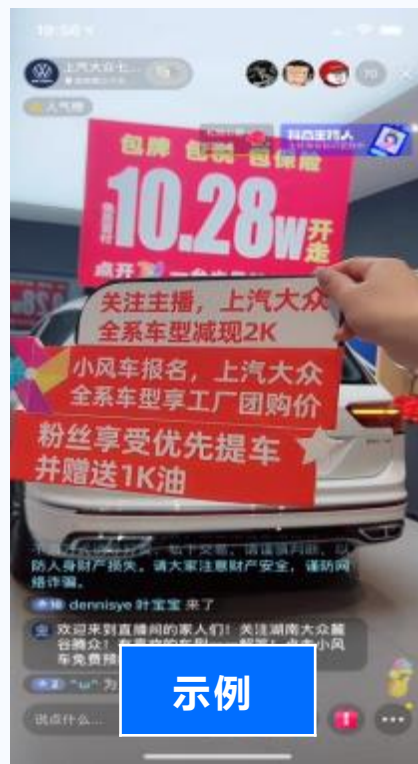
1. 物料的设计需要明确的直播主题，与车辆政策呼应
2. 在直播物料布局过程中，必须注意车辆的放置，避免物料遮挡产品
3. 物料必须合理规划布局，以提高场地利用率
4. 物料颜色要结合车辆颜色配搭，避免颜色太饱满，颜色要协调
5. 物料布置要随着重大节日活动和直播主题的变化设置

直播间的“货场”打造

直播展示类

直播促销类物料展示:

直播过程需要用车顶牌, 花架来展示直播间的政策, 提升粉丝的直播间停留和小风车留资, 为了方便让粉丝看清你的政策



直播间的“货场”打造

直播展示类

直播装饰类物料展示:

直播过程运用装饰类的物料提升和打造直播间的气氛，吸引更多粉丝进入直播间，大幅提升直播间进入率



直播间的“货场”打造

直播展示类

直播道具类物料展示:

通过直播道具, 打造个性化直播间, 提升人设, 打造专属直播间属性



直播间的“货场”打造

丰富直播间的场景-人货场匹配要素升级

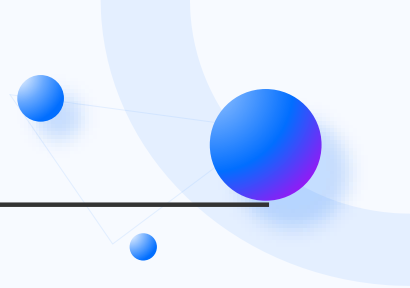
| 做基于场景的双向沟通 | | |
|--|------------------------------|--------------------------------|
| 人 | 货 | 场 (景) |
| 潜客 | 车型 | 店内 (前厅后场) |
| 粉丝 | 商品套餐 | 仓库、停车场 |
| 顾客 | (一口价、包牌价格) | 赛道 |
| 熟客 | 服务套餐 | 户外 |
| 粉丝团 | 个性化定制 | 活动现场 |
| 陌生人 | 维修保养 | 工厂 |
| 重视拉新 直播间人群被细分, 重点应统一问候: 新进直播间的朋友 | 不只有汽车作为商品, 还有专业、定制的服务 | 场地不仅仅局限于门店 积极开拓优质场景 |

直播间的“货场”打造

直播间搭建-人货场匹配要素升级

遇到内容瓶颈怎么办，思考一下

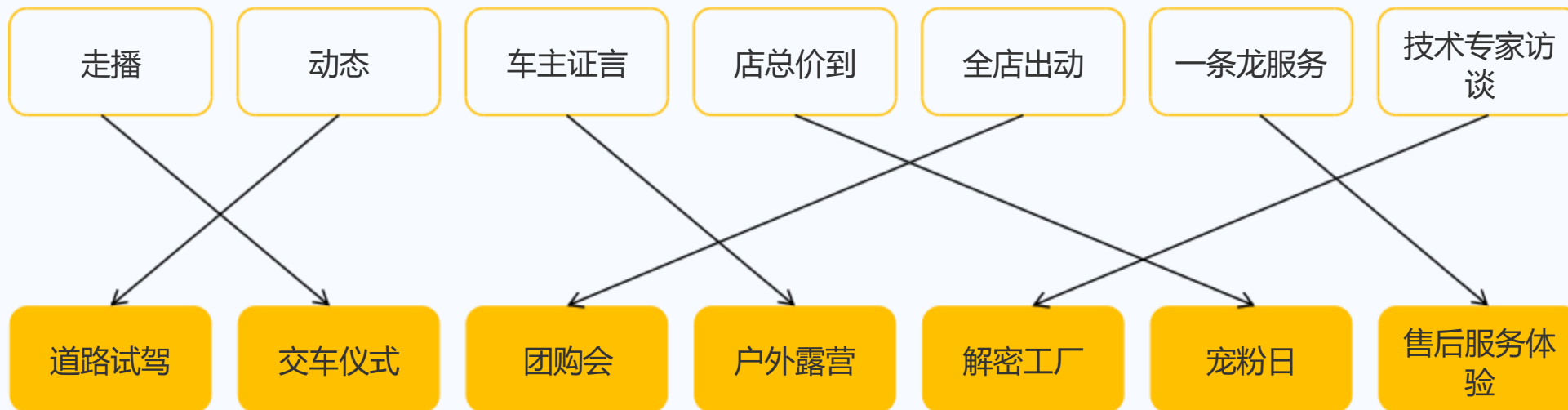
能否实现突破，拓宽内容呈现方式



直播间的“货场”打造

直播间搭建-人货场匹配要素升级

连连看



汽车门店基于整个服务业态策划开展多主题多形式直播

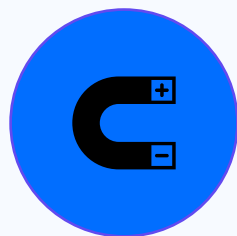
直播间的“货场”打造

通过有吸引力的场景化增进直播间的流量



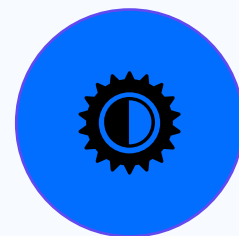
乐趣

有趣的直播



吸引

能引人注意的直播



反差

道具与场景形成反差的直播

直播间的“货场”打造

案例分析



每日免费获取资料

- ☑ 每日微信群内分享7+最新行业报告；
- ☑ 每周分享当周**华尔街日报**、**经济学人**；
- ☑ 行业报告均为公开版，权利归原作者所有，**参一江湖**仅分发做内部学习。

| 行业报告 | 英语外刊 | 行业社群 | 参一江湖 · 聚焦行业前沿



关注公众号
领取粉丝福利



Thanks