

Instagram宣布放弃直播购物 其它直播功能不受影响

2月15日早间消息，Instagram宣布，从3月份开始，将不再让创作者在直播中标注产品。

Instagram表示：“从2023年3月16日开始，你将无法在Instagram的直播中为产品贴标签。这一变化将帮助我们聚焦在为用户提供最具价值的产品与功能。”



这一变化标志着 Meta 进一步远离在线购物。今年2月，该公司将购物标签从 Instagram 的家庭动态中移除；10月，该公司关闭了 Facebook 上的直播购物。但是 Instagram 上的商店并没有完全消失。Instagram 表示：“你仍然可以在 Instagram 上开设和经营你的商店，我们将继续投资于用户和企业的购物体验，包括推送、故事、Reels 短视频功能、广告等。”其它直播功能不受影响。

随着在线购物在中国大受欢迎，许多科技公司都在 QVC 式在线购物上投入大量资金。虽然 Meta 正在退缩，但其他社交平台仍在开发购物工具。例如，去年 11 月 TikTok 开始在美国测试其应用内购物功能。据悉，TikTok 也在美国开发实时购物功能；得益于与 Shopify 的合作，YouTube 允许创作者直接在平台上销售产品；亚马逊的直播购物平台则有很多视频

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16764256088765.html>