

# 中国电商直播行业现状深度调研与未来前景研究 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国电商直播行业现状深度调研与未来前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711386.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、行业相关概述

电商直播是一种购物方式，是以直播为渠道来达成营销目的的电商形式。电商直播在法律上属于商业广告活动，主播根据具体行为还要承担“广告代言人”“广告发布者”或“广告主”的责任。

电商直播是数字化时代背景下直播与电商双向融合的产物，以直播为手段重构“人、货、场”三要素，但本质仍是电商。直播电商按照直播形态可分为卖货型、场景引入型、教学型、供应链型直播；按照直播产品来源可分为企业直播和达人直播。

资料来源：观研天下整理

直播电商作为一种新兴的商业模式，深刻改变了产业链布局，在推动消费持续扩大和促进就业持续增长等方面发挥了重要作用，对我国经济社会发展起到了积极作用。但随着直播电商快速发展暴露出的问题，目前直播电商已经到了从快速发展到规范发展的新阶段。

资料来源：观研天下整理

### 二、短视频用户强渗透为直播电商行业培育海量消费者，2023年达到 5.97亿人

在当今数字化时代，短视频产业正以惊人的速度蓬勃发展，成为人们日常生活中不可或缺的一部分。数据显示，截至2022年12月，短视频用户规模达10.12亿，同比增长7770万，增长率为8.3%，在整体网民中的占比为94.8%。短视频用户人均单日使用时长为168分钟，遥遥领先于其他应用。截至2023年12月，全网短视频账号总数已达惊人的15.5亿个，职业主播达1508万人，可见短视频已成为全民基础应用，同时也是网民获取新闻资讯的首要渠道。

数据来源：观研天下整理

综上所述目前我国短视频用户渗透率极高。而由于短视频平台通常具有“直播”内容场域，因此大规模短视频用户可转化为直播电商用户。近年来我国网络直播平台数量逐步增多，电竞、电商、教育等新形态直播内容兴起为行业注入新的发展活力，吸引了大批用户入驻互联网平台，网络直播用户规模呈现快速增长态势。尤其是2020年因疫情原因，我国网络直播用户规模出现了大幅增长。同时各大平台积极推进“直播+”发展，也使更多内容形态出现，吸引更广泛的用户群体。庞大的在线直播用户成为直播电商发展的重要群体基础。

目前直播电商作为电子商务的一种新形式新业态，已成为网络购物用户购买商品的重要途径之一，并呈现井喷之势。根据中国互联网络信息中心发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年12 月，我国网络直播用户规模达 8.16 亿人，占网民整体的 74.7%。其中电商直播用户规模为 5.97 亿人，占网民整体的54.7%。

数据来源：观研天下整理

### 三、行业依旧在释放增长信号，2023年我国直播电商市场规模达4.9万亿元

作为数字经济的重要组成部分，近年来我国直播电商行业发展呈现快速增长态势，在释放消费潜力、畅通国内循环、拓展就业创业空间、赋能产业转型升级、助力乡村振兴、打造高质量消费供给体系等方面发挥了积极作用，并逐渐成为经济高质量发展新引擎。“全域兴趣电商”更是通过短视频、直播、商城、搜索等多场域协同互通，为商家带来新增长。

虽然相较于行业发展早期，行业增速出现一定下滑，但作为零售业近年来发展最快的一条赛道，以及商家推广产品、吸引消费者的重要途径，直播电商依旧在释放增长信号，市场仍在不断扩大。根据数据显示，2023年我国直播电商市场规模达4.9万亿元，同比增速高达35.2%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 四、店播趋势显著，2023年市场规模占比超五成

电商直播按照直播产品来源可分为企业直播和达人直播。其中头部达人因自身具备高流量特征，能够以提升商品销量为支撑向品牌商争取较大的让利空间，而若头部达人持续压低商品销售价格，会导致品牌商产品利润空间被压缩且品牌商需为头部达人支付较高的佣金与坑位费成本。

因此在上述情况下，近年近年在头部达人屡受风波、平台陆续发布鼓励店播的流量机制以及品牌商降本需求显现等多重因素下，品牌商的店播趋势逐渐显著。数据显示，2019-2023年品牌商店播的市场规模占比从30.5%增长到了51.8%，预计2024年品牌商店播的市场规模占比将提升至54.2%。

数据来源：观研天下整理

### 五、目前市场形成抖音、快手、淘宝三足鼎立局面 其中抖音电商优势最为显著

得益于市场发展向好，近年资本也在不断布局市场，京东、蘑菇街、小红书等相继布局。当前主流直播电商玩家有淘宝直播、京东直播、多多直播、抖音、快手、B站、小红书、微博、腾讯直播等。

当前我国直播电商平台较多，形成了多元化竞争体系，各平台直播带货模式不尽相同。从平台属性上看，我国直播电商平台主要以电商平台、“社交+内容”平台为主，抖音以短视频+直播带货、种草转化的模式迅速抢占直播电商市场份额，竞争力强劲；淘宝直播是我国传统电商平台进行直播电商业务布局的主要代表；从转化率上看，淘宝直播转化率较高；

从代表主播上看，淘宝直播头部主播代表较为集中，代表主播有李佳琦等。

我国直播电商行业主要平台业务对比及竞争力评价

平台	平台属性	带货模式	商品属性	转化率	代表主播
抖音	社交+内容	短视频+直播带货、种草转化	美妆+服饰百货	较高	疯狂小杨哥
快手	社交+内容	达人直播、打榜、连麦等	百元内低价商品为主	较高	散打哥
淘宝直播	电商	商家自播、明星直播、达人直播	淘宝体系内全品类	很高	李佳琦
东方甄选	直播	食品生鲜+家居用品	较高	董宇辉、顿顿	
京东	电商	帮助主播专业内容+品质供应链	京东电商全品类	/ /	拼多多
拼多多	社交+电商	以店铺直播为核心	百元以上的中高端产品为主	/ /	唯品会
唯品会	电商	原创视频+导购直播	唯品会优势品类	/ /	苏宁易购
苏宁易购	电商	达人、店铺直播	苏宁易购优势品类	/ /	小红书
小红书	社交+内容	直播+笔记	美妆类为主	/	美妆和时尚博主居多

资料来源：观研天下整理

总体来看，目前我国电商直播市场已经形成抖音、快手、淘宝直播三大直播电商平台的三足鼎立的竞争局面，2022年这三家市占率合计为88%。其中相较而言，抖音电商的销售体量和用户粘性优势显著。根据相关数据显示，2022年抖音电商直播交易规模为15000亿元，增速为40%；而快手和淘宝电商直播交易规模分别只有9000亿元和7700亿元。

#### 六、“泥沙俱下”下需健全监管规范体系，促进直播电商行业健康发展

值得注意的是，在直播电商快速发展的同时，一些发展问题也逐渐显现。例如由于行业准入门槛低，人人都可以当主播，就会出现部分从业人员自律意识不强、法律意识薄弱的情况，导致行业“泥沙俱下”。目前各大平台低价竞争现象严重。全网比价模式导致商品价格不断内卷，商家的利润空间被大幅压缩。此外由于直播营销有多主体、长链条、虚拟性、跨区域等特点，加之主播准入门槛低、直播的及时灵活以及数据的复杂性等特点，监管部门很难以主动监测方式发现各类违法违规行为，造成直播带货中营销无底线、虚假宣传、虚构交易、假冒伪劣、侵权违约等问题依然存在。根据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，发货问题、退款问题、商品质量、虚假促销、售后服务、网络欺诈、网络售假、货不对板、退换货难、霸王条款等是2022年直播电商投诉的主要问题。

资料来源：观研天下整理

对此有相关人士分析建议，一是要始终坚持直播电商支持服务实体经济发展，维护消费者合法权益的原则，规范直播电商行业各参与主体依法合规经营，激发内在活力，维护市场秩序。二是进一步健全直播电商监管体系，健全《电子商务法》等法律法规，建设直播电商行业规范，为直播电商行业健康发展营造良好营商环境。三是要强化直播电商平台责任，发挥直播电商平台在行业发展、直播服务等行业生态建设中的基础性作用，发展智慧电商，优化内容推荐算法，实施精细化内容和账号的分级分类管理。四是要聚焦直播带货的真实性和合规性，引导企业规范化开展营销活动，坚决把牢产品质量关，重拳整治虚构数据、虚假宣传等

违法行为，切实保障消费者合法权益。总之直播电商作为一种新兴的商业模式迅速崛起，随之而来也会暴露出一些新情况、新问题，要坚持在发展中规范，在规范中发展，通过广泛凝聚共识，多方协同发力，持续加强综合治理，促进直播电商行业健康发展。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国电商直播行业现状深度调研与未来前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国电商直播行业发展概述

#### 第一节 电商直播行业发展情况概述

- 一、电商直播行业相关定义
- 二、电商直播特点分析
- 三、电商直播行业基本情况介绍
- 四、电商直播行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、电商直播行业需求主体分析

#### 第二节 中国电商直播行业生命周期分析

- 一、电商直播行业生命周期理论概述
- 二、电商直播行业所属的生命周期分析

#### 第三节 电商直播行业经济指标分析

## 一、电商直播行业的赢利性分析

## 二、电商直播行业的经济周期分析

## 三、电商直播行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球电商直播行业市场发展现状分析

### 第一节 全球电商直播行业发展历程回顾

### 第二节 全球电商直播行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲电商直播行业地区市场分析

#### 一、亚洲电商直播行业市场现状分析

#### 二、亚洲电商直播行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲电商直播行业市场前景分析

### 第四节 北美电商直播行业地区市场分析

#### 一、北美电商直播行业市场现状分析

#### 二、北美电商直播行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美电商直播行业市场前景分析

### 第五节 欧洲电商直播行业地区市场分析

#### 一、欧洲电商直播行业市场现状分析

#### 二、欧洲电商直播行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲电商直播行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界电商直播行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球电商直播行业市场规模预测

## 第三章 中国电商直播行业产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

### 第二节 我国宏观经济环境对电商直播行业的影响分析

### 第三节 中国电商直播行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

#### 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对电商直播行业的影响分析

### 第五节 中国电商直播行业产业社会环境分析

## 第四章 中国电商直播行业运行情况

### 第一节 中国电商直播行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国电商直播行业市场规模分析

- 一、影响中国电商直播行业市场规模的因素
- 二、中国电商直播行业市场规模
- 三、中国电商直播行业市场规模解析
- 第三节 中国电商直播行业供应情况分析
  - 一、中国电商直播行业供应规模
  - 二、中国电商直播行业供应特点
- 第四节 中国电商直播行业需求情况分析
  - 一、中国电商直播行业需求规模
  - 二、中国电商直播行业需求特点
- 第五节 中国电商直播行业供需平衡分析
- 第五章 中国电商直播行业产业链和细分市场分析
  - 第一节 中国电商直播行业产业链综述
    - 一、产业链模型原理介绍
    - 二、产业链运行机制
    - 三、电商直播行业产业链图解
  - 第二节 中国电商直播行业产业链环节分析
    - 一、上游产业发展现状
    - 二、上游产业对电商直播行业的影响分析
    - 三、下游产业发展现状
    - 四、下游产业对电商直播行业的影响分析
  - 第三节 我国电商直播行业细分市场分析
    - 一、细分市场一
    - 二、细分市场二
- 第六章 2019-2023年中国电商直播行业市场竞争分析
  - 第一节 中国电商直播行业竞争现状分析
    - 一、中国电商直播行业竞争格局分析
    - 二、中国电商直播行业主要品牌分析
  - 第二节 中国电商直播行业集中度分析
    - 一、中国电商直播行业市场集中度影响因素分析
    - 二、中国电商直播行业市场集中度分析
  - 第三节 中国电商直播行业竞争特征分析
    - 一、企业区域分布特征
    - 二、企业规模分布特征
    - 三、企业所有制分布特征
- 第七章 2019-2023年中国电商直播行业模型分析

## 第一节 中国电商直播行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

## 第二节 中国电商直播行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国电商直播行业SWOT分析结论

## 第三节 中国电商直播行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国电商直播行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国电商直播行业市场动态情况

### 第二节 中国电商直播行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 电商直播行业成本结构分析

### 第四节 电商直播行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

### 第五节 中国电商直播行业价格现状分析

## 第六节 中国电商直播行业平均价格走势预测

- 一、中国电商直播行业平均价格趋势分析
- 二、中国电商直播行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国电商直播行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国电商直播行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国电商直播行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

### 第三节 中国电商直播行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国电商直播行业区域市场现状分析

### 第一节 中国电商直播行业区域市场规模分析

- 一、影响电商直播行业区域市场分布的因素
- 二、中国电商直播行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区电商直播行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电商直播行业市场分析
  - (1) 华东地区电商直播行业市场规模
  - (2) 华南地区电商直播行业市场现状
  - (3) 华东地区电商直播行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电商直播行业市场分析
  - (1) 华中地区电商直播行业市场规模
  - (2) 华中地区电商直播行业市场现状

### (3) 华中地区电商直播行业市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区电商直播行业市场分析

###### (1) 华南地区电商直播行业市场规模

###### (2) 华南地区电商直播行业市场现状

###### (3) 华南地区电商直播行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区电商直播行业市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区电商直播行业市场分析

###### (1) 华北地区电商直播行业市场规模

###### (2) 华北地区电商直播行业市场现状

###### (3) 华北地区电商直播行业市场规模预测

#### 第六节 东北地区市场分析

##### 一、东北地区概述

##### 二、东北地区经济环境分析

##### 三、东北地区电商直播行业市场分析

###### (1) 东北地区电商直播行业市场规模

###### (2) 东北地区电商直播行业市场现状

###### (3) 东北地区电商直播行业市场规模预测

#### 第七节 西南地区市场分析

##### 一、西南地区概述

##### 二、西南地区经济环境分析

##### 三、西南地区电商直播行业市场分析

###### (1) 西南地区电商直播行业市场规模

###### (2) 西南地区电商直播行业市场现状

###### (3) 西南地区电商直播行业市场规模预测

#### 第八节 西北地区市场分析

##### 一、西北地区概述

##### 二、西北地区经济环境分析

##### 三、西北地区电商直播行业市场分析

###### (1) 西北地区电商直播行业市场规模

###### (2) 西北地区电商直播行业市场现状

### (3) 西北地区电商直播行业市场规模预测

## 第十一章 电商直播行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第六节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优势分析

#### 第七节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第八节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第九节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

#### 第十节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优势分析

### 第十二章 2024-2031年中国电商直播行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国电商直播行业未来发展前景分析

##### 一、电商直播行业国内投资环境分析

##### 二、中国电商直播行业市场机会分析

##### 三、中国电商直播行业投资增速预测

#### 第二节 中国电商直播行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国电商直播行业规模发展预测

##### 一、中国电商直播行业市场规模预测

##### 二、中国电商直播行业市场规模增速预测

##### 三、中国电商直播行业产值规模预测

##### 四、中国电商直播行业产值增速预测

##### 五、中国电商直播行业供需情况预测

#### 第四节 中国电商直播行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国电商直播行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国电商直播行业进入壁垒分析

- 一、电商直播行业资金壁垒分析
- 二、电商直播行业技术壁垒分析
- 三、电商直播行业人才壁垒分析
- 四、电商直播行业品牌壁垒分析
- 五、电商直播行业其他壁垒分析

### 第二节 电商直播行业风险分析

- 一、电商直播行业宏观环境风险
- 二、电商直播行业技术风险
- 三、电商直播行业竞争风险
- 四、电商直播行业其他风险

### 第三节 中国电商直播行业存在的问题

### 第四节 中国电商直播行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国电商直播行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国电商直播行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节 中国电商直播行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节 电商直播行业营销策略分析

- 一、电商直播行业产品策略
- 二、电商直播行业定价策略
- 三、电商直播行业渠道策略
- 四、电商直播行业促销策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711386.html>