

中国直播电商行业发展趋势研究与未来前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国直播电商行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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/202410/729974.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

直播电商（电商的一个类别）一般指电商直播（购物方式），是一种购物方式，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。直播电商是电子商务的一种新形式新业态，在促进数字经济发展、扩大就业等方面有着重要的作用，而随着互联网技术的发展和消费需求的增长，我国直播电商市场规模也快速增长。数据显示，2018年到2023年我国直播电商市场交易规模从1354亿元增长到了49168亿元，连续六年不断增长。

数据来源：网经社、观研天下整理

从用户规模来看，2018年到2023年我国直播电商用户规模一直为增长趋势，到2023年我国直播电商用户规模达到了5.4亿人，同比增长14.16%。

数据来源：网经社、观研天下整理

从交易额渗透率来看，2018年之后我国直播电商交易额渗透率一直为增长趋势，到2023年我国直播电商渗透率达到了31.9%，增长率为26.08%。

数据来源：网经社、观研天下整理

从行业投融资情况来看，2020年之后我国直播电商行业投融资事件及金额一直为下降趋势，到2023年我国直播电商行业发生12起投融资事件，投融资金额为2.98亿元；2024年1-9月我国直播电商行业发生5起投融资事件，投融资金额为1.66亿元。

数据来源：IT桔子、观研天下整理

政策方面，为促进直播电商行业更好的发展，我国及部分省市发布了多项行业政策，如2024年商务部等9部门发布的《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》提出支持依法依规引入数字人等新技术，通过网络直播等方式拓展销售渠道，带动更多优势产品出口。

我国及部分省市直播电商行业相关政策 层级 发布时间 发布部门 政策名称 主要内容 国家级 2024年1月 农业农村部 关于落实中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴工作部署的实施意见

推动建设一批县域农副产品电商直播基地，促进优质农产品上网销售。 国家级 2024年3月 商务部等9部门 关于推动农村电商高质量发展的实施意见 升级改造县级电商公共服务中心（电商产业园区），增强直播电商服务功能。吸引直播电商平台、专业服务机构等入驻，完善选品展示、内容制作、数据分析、直播场景等设施设备。围绕特色优势产业，提供电商实训、品牌培育、代运营等“一站式”服务。联合企业、院校加强直播团队孵化，打造一批功能完善、特色突出、带动力强的直播电商基地。 国家级 2024年4月 商务部

数字商务三年行动计划（2024-2026年）实施农村电商高质量发展工程，培育一批农村电商直播基地和县域数字流通龙头企业，组织开展农村直播电商相关活动，推动农产品产业链数字化转型。实施“数商兴农”，组织实施优质农产品“三品一标”认证帮扶，培育一批区域特色网络品牌。完善农村寄递物流体系，推动农村电商与快递协同发展。 国家级 2024年6月 商务部等9部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见支持依法合规引入数字人等新技术，通过网络直播等方式拓展销售渠道，带动更多优势产品出口。 省级 2023年11月 海南省海南省深入学习浙江“千万工程”经验高质量推进宜居宜业和美乡村建设实施方案(2023—2027年)创新开展农产品品牌营销，办好消博会、“冬交会”等，发展农产品电商直采、定制生产等模式，建设农副产品直播电商基地，发挥乡村“网红”联农带农作用。 省级 2023年12月 上海市 上海市促进在线新经济健康发展的若干政策措施 打造灵活就业服务新模式。推进灵活就业人员参加住房公积金制度，支持符合条件的内容创作、创意设计、直播电商等在线新经济灵活就业人员申办各类经营主体，依托“一网通办”平台为灵活就业人员提供经营主体登记、涉税事项 省级 2023年11月 海南省 海南省深入学习浙江“千万工程”经验高质量推进宜居宜业和美乡村建设实施方案(2023—2027年) 创新开展农产品品牌营销，办好消博会、“冬交会”等，发展农产品电商直采、定制生产等模式，建设农副产品直播电商基地，发挥乡村“网红”联农带农作用。

资料来源：观研天下整理（XD）

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《中国直播电商行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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年中国直播电商行业发展概述

第一节直播电商行业发展情况概述

一、直播电商行业相关定义

二、直播电商特点分析

三、直播电商行业基本情况介绍

四、直播电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、直播电商行业需求主体分析

第二节中国直播电商行业生命周期分析

一、直播电商行业生命周期理论概述

二、直播电商行业所属的生命周期分析

第三节直播电商行业经济指标分析

一、直播电商行业的赢利性分析

二、直播电商行业的经济周期分析

三、直播电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球直播电商行业市场发展现状分析

第一节全球直播电商行业发展历程回顾

第二节全球直播电商行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲直播电商行业地区市场分析

一、亚洲直播电商行业市场现状分析

二、亚洲直播电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲直播电商行业市场前景分析

第四节北美直播电商行业地区市场分析

一、北美直播电商行业市场现状分析

二、北美直播电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美直播电商行业市场前景分析

第五节欧洲直播电商行业地区市场分析

一、欧洲直播电商行业市场现状分析

二、欧洲直播电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲直播电商行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界直播电商行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球直播电商行业市场规模预测

第三章 中国直播电商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直播电商行业的影响分析

第三节中国直播电商行业政策环境分析

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

第四节政策环境对直播电商行业的影响分析

第五节中国直播电商行业产业社会环境分析

第四章 中国直播电商行业运行情况

第一节中国直播电商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

第二节中国直播电商行业市场规模分析

一、影响中国直播电商行业市场规模的因素

二、中国直播电商行业市场规模

三、中国直播电商行业市场规模解析

第三节中国直播电商行业供应情况分析

一、中国直播电商行业供应规模

二、中国直播电商行业供应特点

第四节中国直播电商行业需求情况分析

一、中国直播电商行业需求规模

二、中国直播电商行业需求特点

第五节中国直播电商行业供需平衡分析

第五章 中国直播电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国直播电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、直播电商行业产业链图解

第二节中国直播电商行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对直播电商行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对直播电商行业的影响分析

第三节我国直播电商行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国直播电商行业市场竞争分析

第一节中国直播电商行业竞争现状分析

- 一、中国直播电商行业竞争格局分析
- 二、中国直播电商行业主要品牌分析

第二节中国直播电商行业集中度分析

- 一、中国直播电商行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国直播电商行业市场集中度分析

第三节中国直播电商行业竞争特征分析

- 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年中国直播电商行业模型分析

第一节中国直播电商行业竞争结构分析（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

第二节中国直播电商行业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、中国直播电商行业SWOT分析结论

第三节中国直播电商行业竞争环境分析（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年中国直播电商行业需求特点与动态分析

第一节中国直播电商行业市场动态情况

第二节中国直播电商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

第三节直播电商行业成本结构分析

第四节直播电商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

第五节中国直播电商行业价格现状分析

第六节中国直播电商行业平均价格走势预测

一、中国直播电商行业平均价格趋势分析

二、中国直播电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国直播电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国直播电商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

第二节中国直播电商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

第三节中国直播电商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年中国直播电商行业区域市场现状分析

第一节中国直播电商行业区域市场规模分析

一、影响直播电商行业区域市场分布的因素

二、中国直播电商行业区域市场分布

第二节中国华东地区直播电商行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区直播电商行业市场分析

(1) 华东地区直播电商行业市场规模

(2) 华东地区直播电商行业市场现状

(3) 华东地区直播电商行业市场规模预测

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、华中地区直播电商行业市场分析

(1) 华中地区直播电商行业市场规模

(2) 华中地区直播电商行业市场现状

(3) 华中地区直播电商行业市场规模预测

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、华南地区直播电商行业市场分析

(1) 华南地区直播电商行业市场规模

(2) 华南地区直播电商行业市场现状

(3) 华南地区直播电商行业市场规模预测

第五节华北地区直播电商行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区直播电商行业市场分析

(1) 华北地区直播电商行业市场规模

(2) 华北地区直播电商行业市场现状

(3) 华北地区直播电商行业市场规模预测

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、东北地区直播电商行业市场分析

(1) 东北地区直播电商行业市场规模

(2) 东北地区直播电商行业市场现状

(3) 东北地区直播电商行业市场规模预测

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、西南地区直播电商行业市场分析

(1) 西南地区直播电商行业市场规模

(2) 西南地区直播电商行业市场现状

(3) 西南地区直播电商行业市场规模预测

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、西北地区直播电商行业市场分析

(1) 西北地区直播电商行业市场规模

(2) 西北地区直播电商行业市场现状

(3) 西北地区直播电商行业市场规模预测

第十一章 直播电商行业企业分析（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年中国直播电商行业发展前景分析与预测

第一节中国直播电商行业未来发展前景分析

- 一、直播电商行业国内投资环境分析
- 二、中国直播电商行业市场机会分析
- 三、中国直播电商行业投资增速预测

第二节中国直播电商行业未来发展趋势预测

第三节中国直播电商行业规模发展预测

- 一、中国直播电商行业市场规模预测
- 二、中国直播电商行业市场规模增速预测
- 三、中国直播电商行业产值规模预测
- 四、中国直播电商行业产值增速预测
- 五、中国直播电商行业供需情况预测

第四节中国直播电商行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国直播电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国直播电商行业进入壁垒分析

- 一、直播电商行业资金壁垒分析
- 二、直播电商行业技术壁垒分析
- 三、直播电商行业人才壁垒分析
- 四、直播电商行业品牌壁垒分析

五、直播电商行业其他壁垒分析

第二节直播电商行业风险分析

一、直播电商行业宏观环境风险

二、直播电商行业技术风险

三、直播电商行业竞争风险

四、直播电商行业其他风险

第三节中国直播电商行业存在的问题

第四节中国直播电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国直播电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国直播电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国直播电商行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节直播电商行业营销策略分析

一、直播电商行业产品策略

二、直播电商行业定价策略

三、直播电商行业渠道策略

四、直播电商行业促销策略

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/202410/729974.html>