

淘榜单 × 淘宝直播

天猫6.18 淘宝直播创新报告

首创并引领直播电商大潮

前言

2016年6月14日，淘宝直播在阿里首届投资者日正式亮相。过去四年时间里，淘宝直播经历了摸索、成长、转型，如今正引领着直播电商大潮快速前进。

2020年的天猫618，很不一样，这是一场品牌商家的回血之战。通过分析对比天猫618的各维度数据，我们发现直播已经成为商家的绝对标配，并创造了天猫618的关键增量。

几个关键数字：6月1日，淘宝直播1天成交51亿；6月18日，15个直播间成交过1亿元，其中品牌商家的直播间占了9席；而商家直播间数量的同比增幅超过了160%。

领跑者姿态的保持，需要持续创新。淘宝直播在天猫618期间吸引了超过300位明星、600位总裁入局，还有各大卫视、众多县长、法官等新的角色加入直播带货。

这不是“噱头”。数据发现，天猫618期间明星参与的淘宝直播间，观看平均增长了343%，粉丝平均增长了670%。淘宝直播掌门人俞峰（玄德）在近日的媒体沟通会上也指出：直播电商的本质，首先是商业；淘宝直播在做的是一个商业操作系统，流量只是其中一个要素，关键要看流量和商业怎么有机结合。

回到商业本身，依托于天猫淘宝的电商生态优势，淘宝直播正在以体系化、规模化的方式，推动直播电商的创新升级；并将创新模式快速覆盖全部领域，让他们变成商业的标配、生活的必需品。衡量淘宝直播的标准，也不再仅停留带货层面。直播+的模式，正不断创造裂变出新的参与者和蓝海赛道。

CONTENTS 目录

PART

01

天猫618淘宝直播
创造最大增量

PART

02

淘宝直播已成
商家参与天猫618标配

PART

03

淘宝是明星直播
第一阵地

PART

04

十大直播之城

PART

05

掀起全民直播浪潮

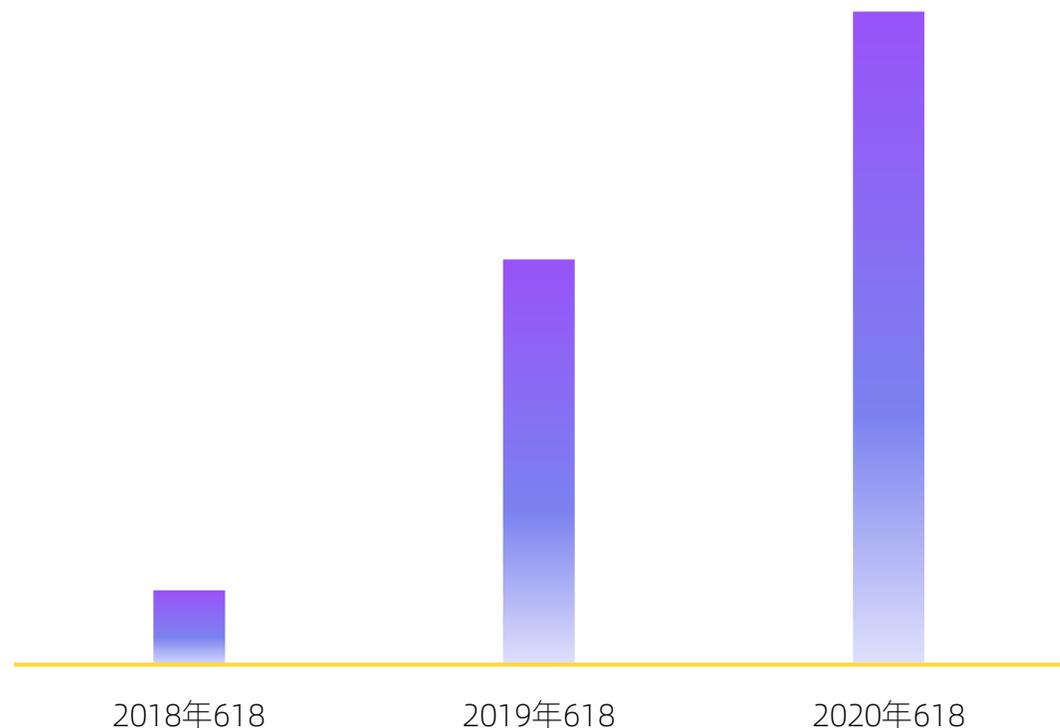
PART 01

天猫618淘宝直播创造最大增量

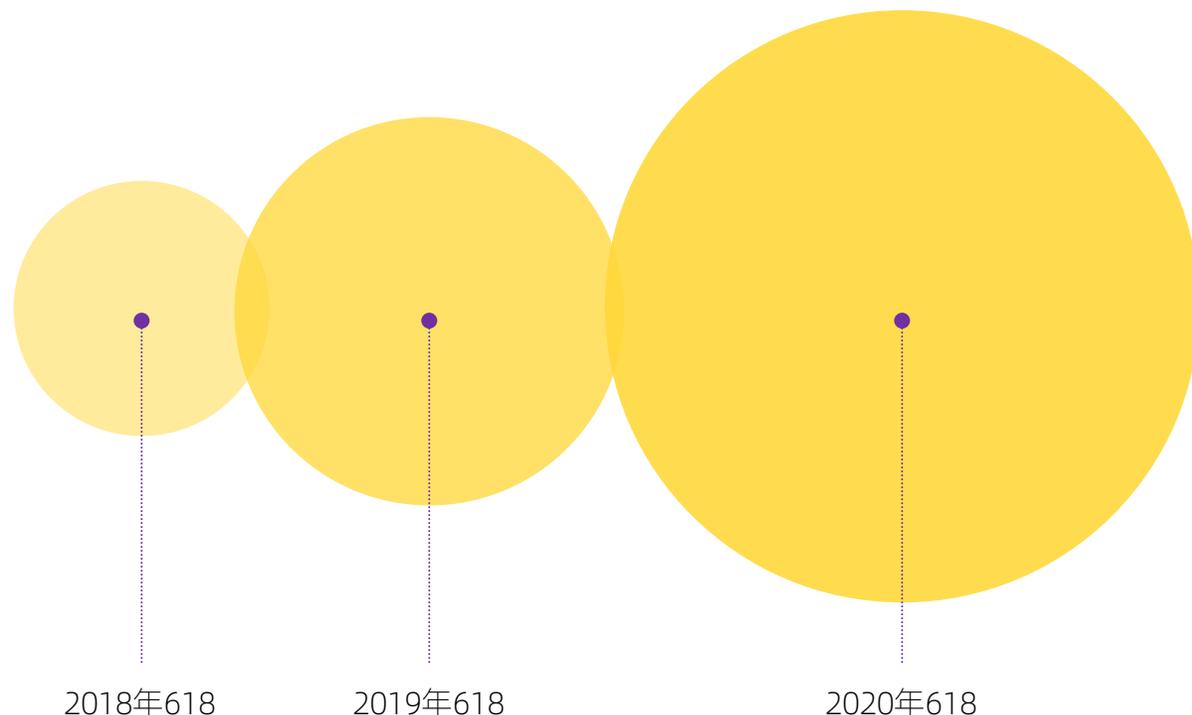
淘宝直播创造天猫618最大增量

6月1日，天猫618正式开场，淘宝直播单日成交支付金额超过51亿元。截止16日早上7点，淘宝直播引导成交金额同比增长超过250%。从2018年~2020年，天猫618直播开播场次逐年攀升，今年同比去年开播场次增速超过123%。

2018年~2020年“天猫618”淘宝直播成交额



2018年~2020年“天猫618”淘宝直播开播场次



明星、县长、总裁齐上阵，天猫618直播间众生相

“人人皆主播,万物皆可播”时代下,各行各业、各个角色都在直播场上挖掘着新的可能性。直播间里明星和品牌有了更深度地融合;县长在村播场上找到了助农地窗口,总裁们下场带货,将直播作为新营销武器。

300多位明星花样带货

相当于每天在淘宝直播上开了10场明星见面会



100多位省长、市长、县长投入村播计划

农产品相关直播场次超过26万场



600多位总裁亲自下场做直播

淘宝直播间成为品牌营销新高地



天猫618共诞生9个过亿商家直播间,3C品牌、国产品牌占比明显

商家正加快布局直播生态。截止6月18日，淘宝直播平台共诞生15个破亿直播间，其中商家直播间占9席。破亿商家直播间行列中，3C品牌和国产品牌占比明显，分别占3席和6席。

破亿直播间

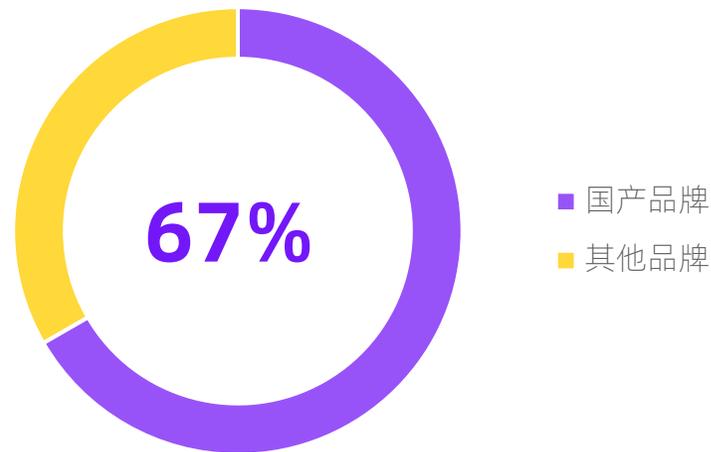
15个破亿直播间中，商家直播间占9席



3C 品类在过亿商家直播间占比



国产品牌在过亿商家直播间占比



PART 02

淘宝直播已成商家参与天猫618标配

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37980

