

直播电商系列报告之四

服饰行业直播 电商研究报告

目录 CONTENTS

1.0

服饰行业直播电商概况

2.0

服饰行业直播电商观察

3.0

典型服饰行业案例分析

4.0

未来发展趋势分析

1.0

服饰行业
直播电商概况

政策赋能、电商基础设施铺路、供应链支撑，共同助力服饰直播电商发展

直播电商发展迅猛，2020年市场规模预计将达万亿。服饰作为淘宝、抖音、快手等主流直播电商平台的重点销售品类，在整个直播电商市场中占有较大的市场份额。以淘宝直播9月销售情况为例，“服饰鞋包”品类销售额占比接近当月销售额的一半，占比为48.6%。

服饰直播电商的发展，得益于政府政策支持、良好的线上电商基础，以及强大的线下服饰供应链资源。

政策多角度赋能，助力服饰相关产业和直播电商行业发展

地方政府争相打造时尚之都、直播电商之都，积极出台政策，助力地方服饰相关产业和直播电商行业发展。如《广州市直播电商发展行动方案（2020-2022年）》、《浙江省打造时尚之都，促进时尚产业改革发展行动方案（2020-2022年）》。

服饰电商发展态势良好，为服饰直播电商的发展夯实了基础

服饰作为电商领域发展比较成熟的品类，自身已经形成了一套成熟的运营体系，并在电商领域取得了较好的成绩。商务大数据显示，2019年服装鞋帽针纺织品网络零售额排名第一，占实物商品网络零售额的24.5%，服饰电商的出色表现为服饰直播电商发展奠定了良好基础。

线下服饰资源丰富，为线上直播提供供应链支撑

2018年，我国专业批发市场中，纺织、服装以及鞋帽专业市场占有15.2%的份额，仅次于生产资料市场和农产品市场，是第三大类专业批发市场。丰富的线下服饰资源，为服饰直播电商提供了丰富的商品资源。

数据来源：国家统计局；商务大数据；艾媒数据；Nint；公开资料整理

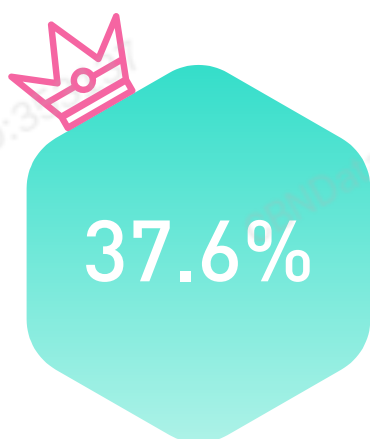
服装服饰直播商品数超800万，位居全行业直播带货商品数榜首

服饰直播在直播行业的市场占有率处于领先地位。据央视新闻频道《朝闻天下》报道，2019年网络直播带货数据显示，服装类的商品构成占到46%，是直播带货中交易额最大的品类。2020年上半年，纵观全行业直播带货品类，服饰类相关商品直播商品数和直播间上架次数均位列第一。

2020年H1服饰直播数据概况



服装服饰直播商品数



服装服饰直播商品数占比



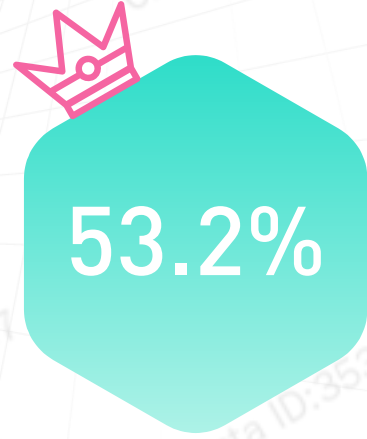
服装服饰直播商品数同比增长情况



直播间服装鞋帽、针纺织品类商品上架次数



直播间服装鞋帽、针纺织品类商品上架次数占比



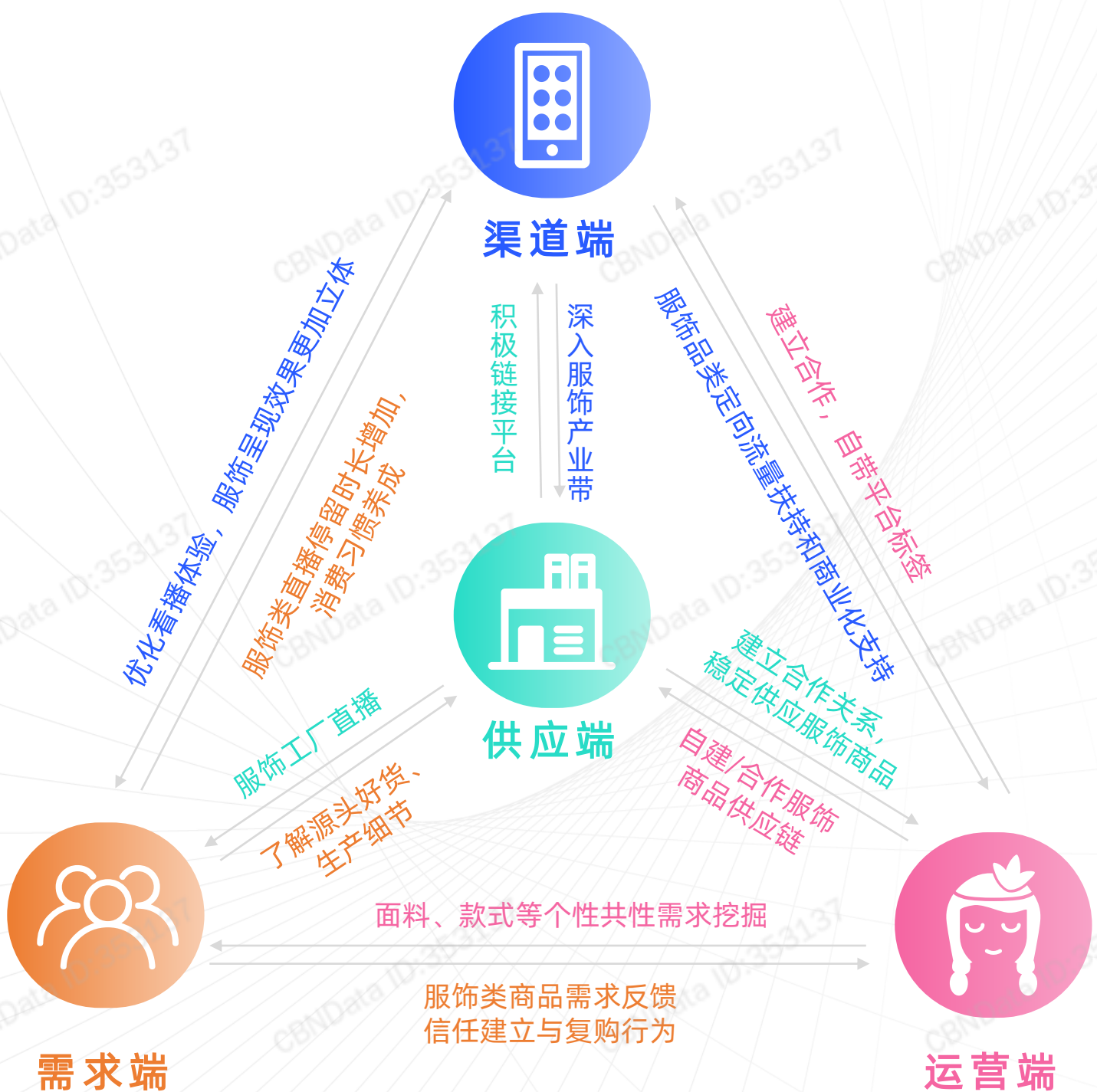
直播间服装鞋帽、针纺织品类商品SKU占比

数据来源：央视新闻频道《朝闻天下》；欧特欧咨询；天元数据；公开资料整理
注：王冠标志表示该维度排名第一。

服饰直播电商产业链各个环节更加紧密，已形成相对完善的产业链

服饰直播电商已经形成了相对完善的产业链，供应端、渠道端、运营端、需求端的关系越来越紧密，助推服饰行业数字化转型。

服饰直播电商产业链图谱



数据来源：公开资料整理

2.0

服饰行业
直播电商观察

供应端

- 服饰直播供应资源相对丰富
- 头部MCN机构向供应端渗透
- 服饰直播供应体系日趋柔性

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_16794

