

电商直播系列报告之一

# 2020 直播生态 研究报告

2020 Live Industry Ecological  
Research Report



**NResearch**  
新榜研究院

2020.05

# 目录 CONTENTS

## 1.0

### 直播行业发展概述

---

## 2.0

### 典型行业线上直播生态

---

## 3.0

### 直播行业发展趋势

1.0

—

直播行业发展概述

—

# 直播行业流量红利渐消，行业发展趋于成熟稳定，开始进入深度渗透阶段

2019年，直播行业因为电商直播的迅速崛起再次成为关注焦点，成为互联网行业最火的风口之一。2020年，由于疫情扩散带来的用户居家、延迟复工复产等问题，更是进一步刺激了线上直播的发展。不仅各平台、各企业纷纷加大对直播的投入，同时主播规模、用户规模也在迅速壮大。

就直播行业的发展历程来看，自2005年直播平台初现，到如今已发展为相对成熟的生态体系。直播行业在经历了探索发展期、流量红利期、商业变现期三个阶段后，目前已经进入了深度渗透阶段。

## 直播行业发展阶段



### 探索发展期：

直播平台初现，PC端是主要流量入口。常见直播类型中，秀场直播为主，也有部分游戏直播。

早在2008年，9158就已开创秀场直播模式，随后，YY、六间房等平台相继入局，秀场直播渐成规模。2014年，YY将游戏直播业务独立为虎牙直播，同年，A站生放送直播独立并改名为斗鱼TV，定位游戏垂类，游戏直播开始进入视野。

## 流量红利期：

直播平台纷繁杂多，流量入口逐渐从传统PC端过渡至移动端。直播规模爆发式增长，2016年更是被誉为“直播元年”。以游戏为代表的泛娱乐直播是这一时期直播生态的重要组成部分。

2015-2017年，4G技术普及，手机直播由于不受设备、场景等限制开始迅速普及，推动全民直播的出现；同时，由于直播功能的创新、直播平台以及资本的纷纷入局、政策支持，直播行业一度出现“千播大战”局面。期间，政府出台《电子竞技赛事管理暂行规定》等游戏行业相关政策，进一步推动了游戏直播的发展。

## 商业变现期：

行业稳定发展，流量红利渐退，政策监管趋于规范，电商直播于电商平台和短视频平台兴起，逐渐成为直播行业重要变现形式。虎牙等游戏直播平台也开始盈利。

2018年，淘宝直播有81名主播成交额破亿，超过400个直播间每月带货超过100万元；同年，虎牙首度盈利，全年营收46.6亿元，净利润4.6亿。2019年，淘宝直播在双十一期间仅用了8小时55分，实现引导成交破百亿；而虎牙也实现再度盈利，净利润增至7.5亿，另一头部游戏直播平台斗鱼也扭亏为盈，全年营收72.8亿元，净利润3.5亿。直播的商业价值凸显。

## 深度渗透期：

受黑天鹅事件“疫情”影响，线上化需求强烈，多行业青睐直播形式，加速直播行业的发展与渗透。

2020年，疫情突发事件进一步拓展了直播的辐射范围。从直播平台来看，多个平台开发直播功能、开放直播流量入口、出台直播扶持政策；从直播品类来看，教育、汽车、房产等以线下运营为主的行业也开始试水线上直播；从直播主播来看，主播群体更加多元，除了直播达人，越来越多的明星、KOL、商家、政府官员等开始进入直播领域。

数据来源：公开资料整理

# 直播用户规模接近六亿，网民渗透率超过六成，全民直播时代或将到来

据中国互联网络信息中心数据显示，截至2020年3月，直播用户规模达5.60亿，即40%的中国人、62%的网民是直播用户。其中，电商直播用户规模为2.65亿。受疫情影响，“直播”形式在多个行业的关注度均有提升，预计2020年度数据再创新高。

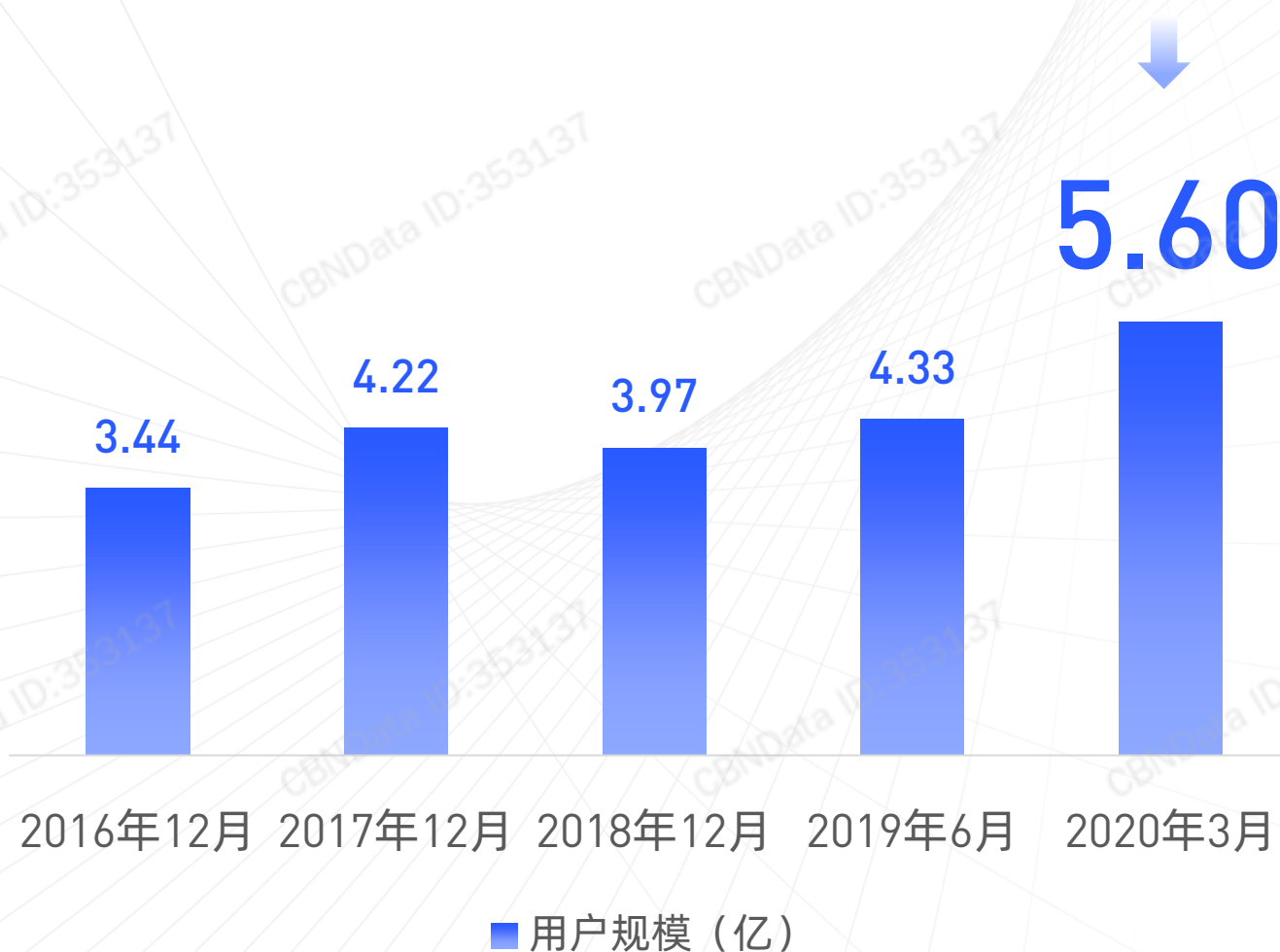
## 网络直播用户规模及占比情况

占整体人口规模

40%

占整体网民规模

62%



数据来源：国家统计局；中国互联网络信息中心

# 直播渠道价值抬升，平台踊跃投入资源，线上新型场景渗透率提升，供需两端双增长

## 01

### 平台积极赋能，给予流量、资源支持

- 平台直播布局。如知乎上线直播功能；微信开启小程序直播组件公测；QQ音乐推出“Fanlive”；斗鱼上线“斗鱼购物”功能等。
- 各平台纷纷推出直播相关扶持计划。如快手的品牌C位计划、2020快手电商合伙人计划等；抖音“线上不打烊”活动为线下商家提供3亿流量扶持等；淘宝直播宣布线下商户零门槛免费入驻。

## 02

### 日常生活线上重构，衍生出更多直播场景

- 学习、消费、泛娱乐等日常生活场景的线上直播比重明显增加。
- 就学习场景而言，线上教育直播重构学习场景，补足线下教育局限，使得在线教育渗透率大幅提升；就消费场景而言，除比较普遍的室内直播和店铺直播，商场、工厂、货源地、产业带等场所的直播有所增加；就泛娱乐场景而言，“云蹦迪”、“云音乐节”等各种娱乐形式层见迭出。

## 03

### 渠道红利崛起，供需两旺

- 从渠道供需两端来看，均有明显增长。供给端人才需求量大，2020年春节复工一个月内，直播行业招聘需求与同期对比逆势上涨1.3倍。需求端用户关注度高，相比疫情前，疫情期间于百度观看直播的日均用户数增速达430%。

数据来源：智联招聘；百度数据

注：2020年春节复工一个月内为“2020年2月3日-3月3日”，同期对比对象为“2019年2月11日-3月12日”

# 2.0

—

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\\_16920](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16920)

