

2021直播电商年度数据报告

—抖音&快手

GUOJI.PRO

2022.01

果集数据





PART01

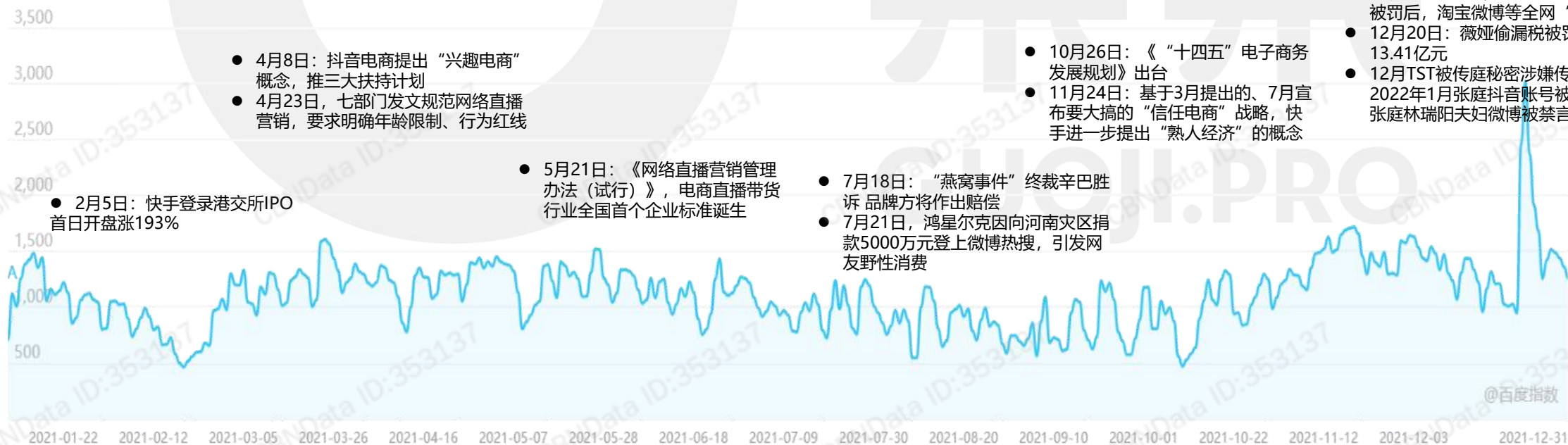
2021年直播电商概况

2021年直播带货：品牌自播抢占流量，竞争加剧，行业走向规范化发展



进入2021年，直播电商依旧火热，产业链各方纷纷加码直播电商布局力度，直播电商发展进入新的发展阶段。一方面，**2021年是品牌自播元年，平台闭环电商竞争愈加激烈**。随着抖音、快手相继提出**兴趣电商、信任电商**概念，大力扶持品牌商家入驻，包括**国际品牌、老牌国货品牌、新锐国货品牌**等多类型品牌“同台竞技”，进一步加快直播电商行业的发展速度。另一方面，**直播行业走向规范化发展**，监管部门多次发布直播电商行业相关管理办法，对主播带货提出更加严格的要求和规范，并对主播偷逃税问题进行严重打击。2021年末，随着头部主播薇娅偷逃税事件的披露，敲响了行业警钟，头部主播格局被打破，中小主播、品牌等将获得更多发展空间和机会。

2021年直播电商大事记

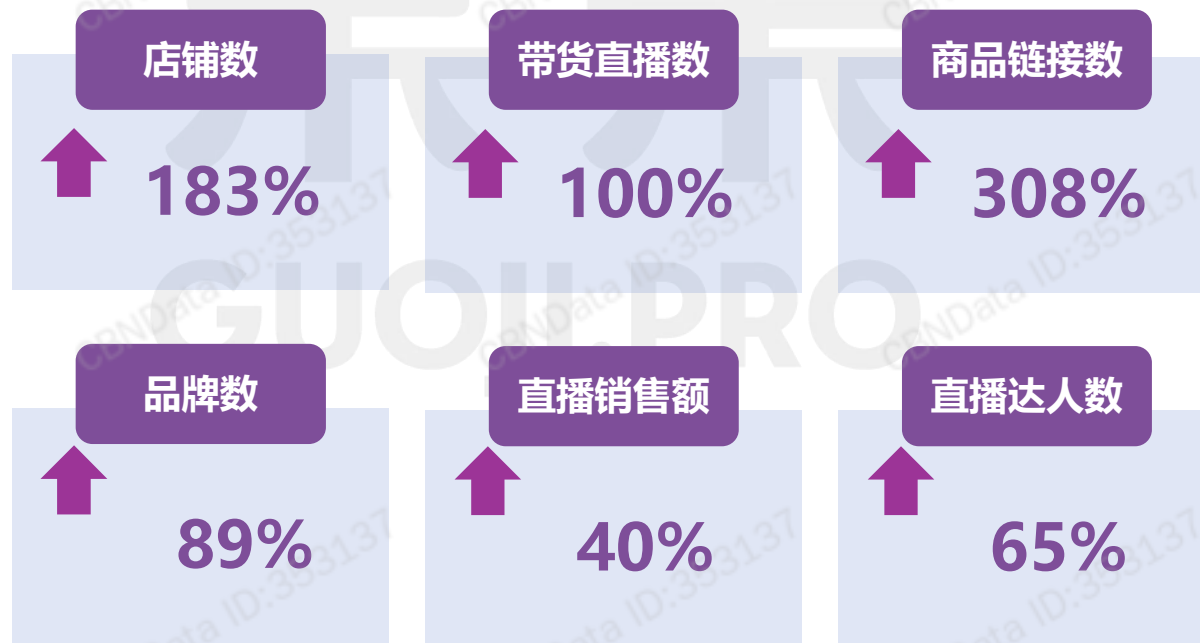
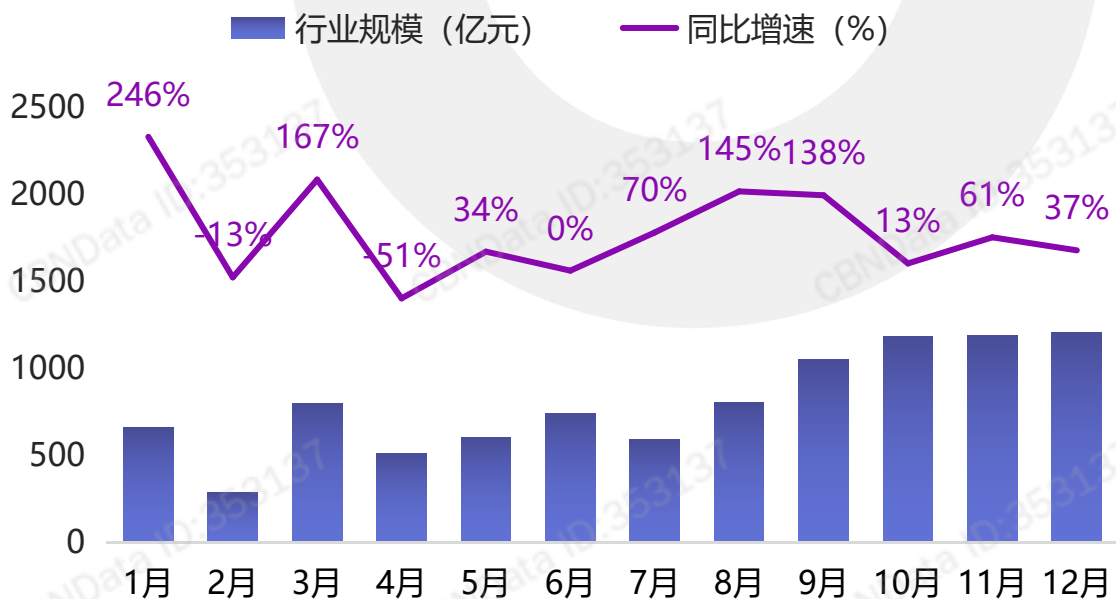


数据来源：百度指数。资料来源：根据网络公开资料整理获得。

行业规模：直播电商带货依旧火热，接近万亿市场，保持较高增速水平

据果集数据显示，2021年抖音&快手直播电商交易规模不断提升，直播电商交易规模接近万亿市场，8月份开始直播电商规模同比增速保持较高水平。2021年，抖音&快手带货直播场次超7500万场，同比增长100%，直播带货商品链接数超3.9亿个，同比增长308%，此外，店铺数、品牌数量、直播达人数等同比2020年均出现较高增长，直播电商带货依旧火热。

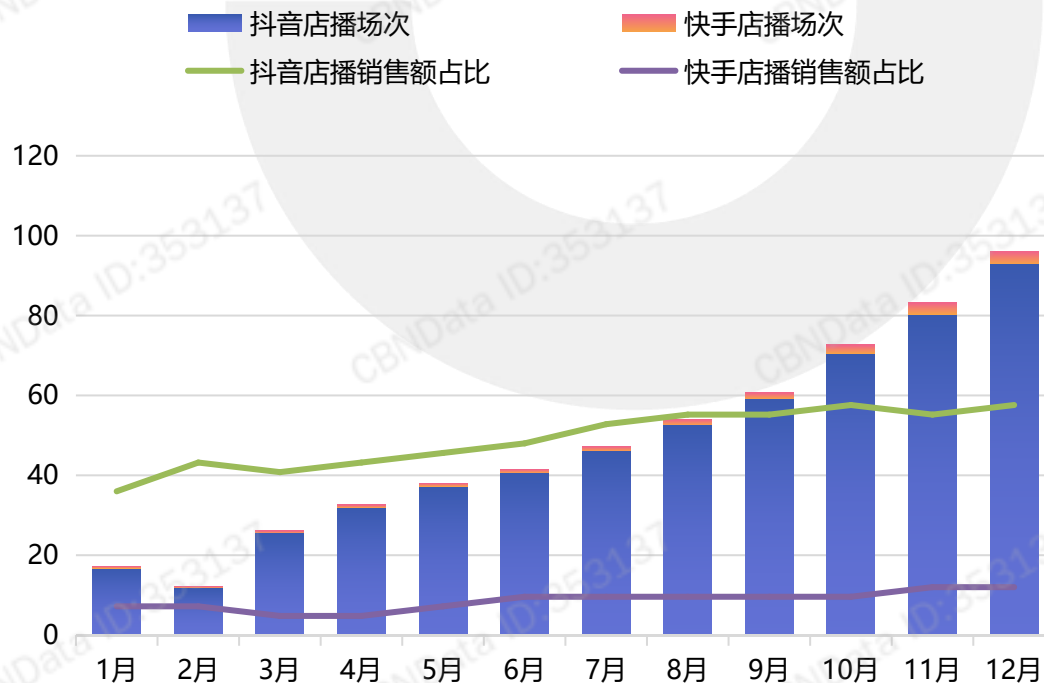
2021年抖音&快手直播电商行业规模及同比增速



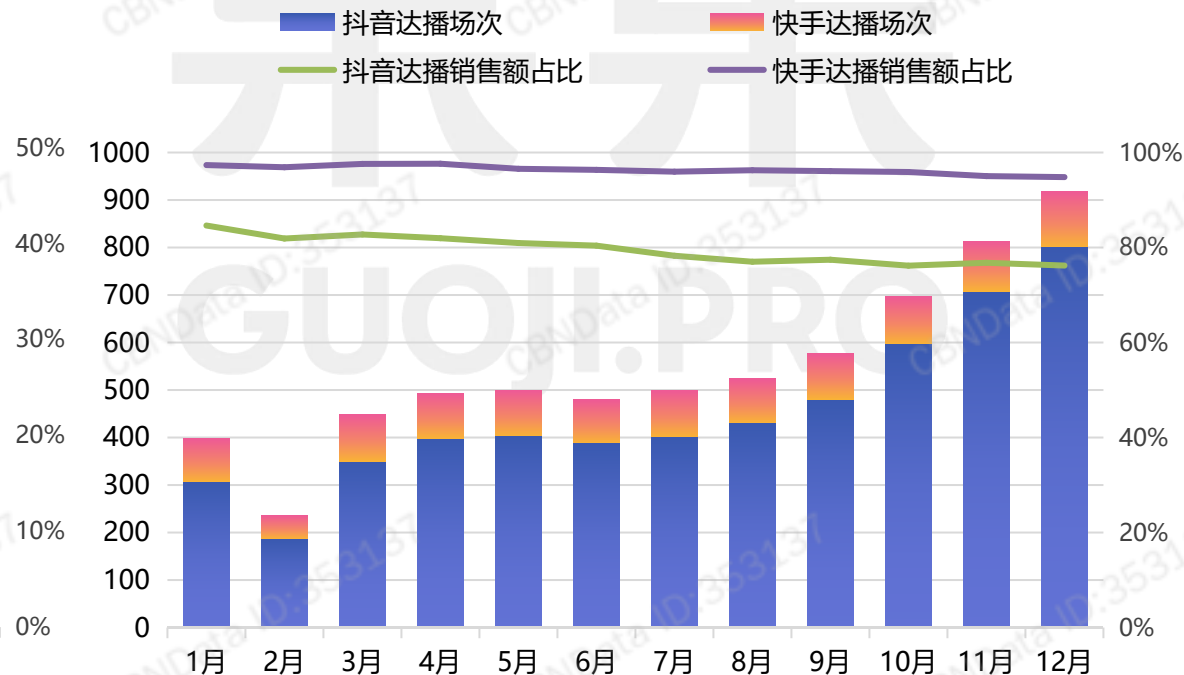
店播VS达播：抖音店播增速显著，GMV贡献超20%，快手仍以达播为主

据果集数据显示，2021年抖音&快手店播场次呈现显著增长趋势，**抖音店播场次超566万场**，店播销售额占比**平均在20%左右**；快手店播场次较少，店播销售额占比**仅5%左右**。抖音&快手达人直播场次不断增长，抖音达人直播场次Q4增速显著，达人直播销售额占比趋势略有下降；快手达人直播场次较为稳定，达人直播销售额占比仍在95%以上。

2021年抖音&快手平台店播场次分布（单位：万场）



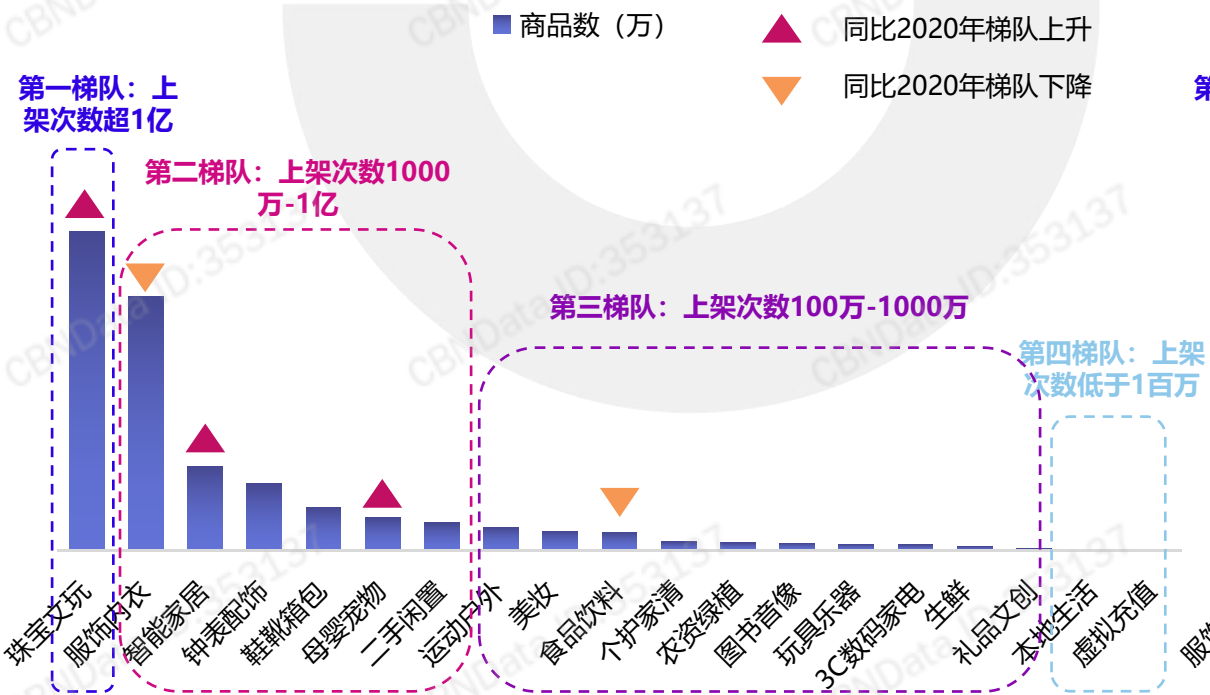
2021年抖音&快手平台达播场次分布（单位：万场）



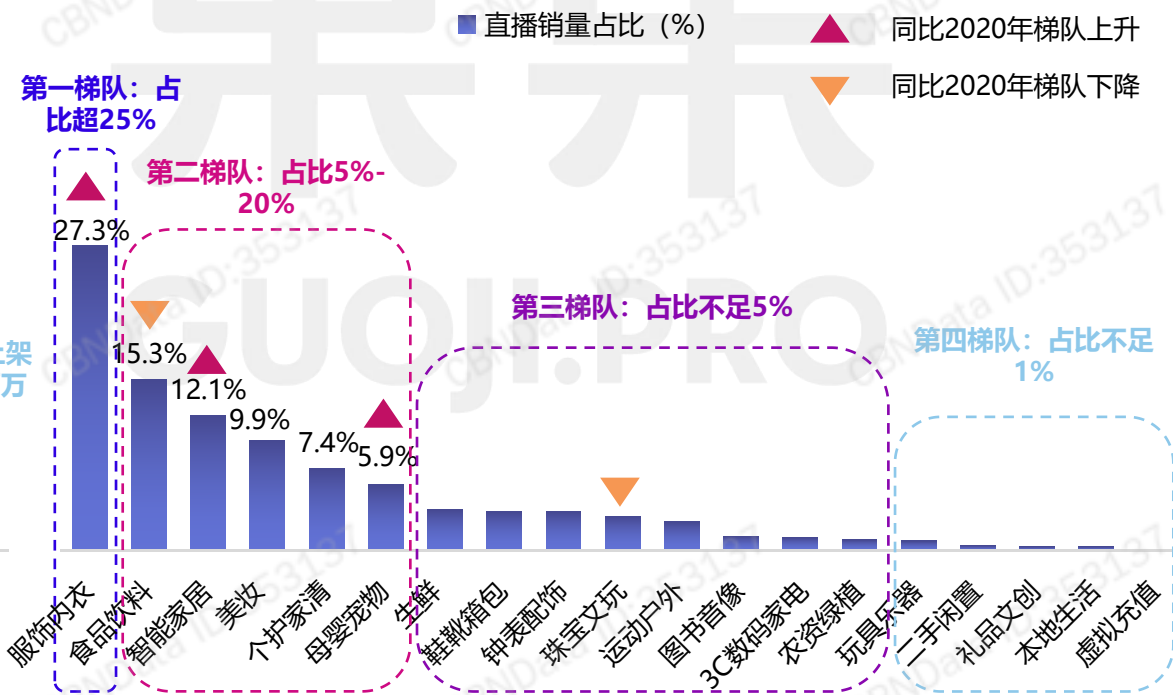
品类增速：用户购买习惯逐渐养成，高客单价产品直播渗透率显著提升

据果集数据显示，2021年直播带货商品类目上架次数和直播销量占比分布中，**珠宝文玩**超过服饰内衣类目，成为商品上架次数最多的品类，直播销量占比排第三梯队，略有下降；**服饰内衣**商品上架次数在第二梯队，但直播销量占比排第一梯队；**智能家居**、**母婴宠物**等类目商品上架次数、直播销量占比在第二梯队，均有所上升。相较于2020年，2021年客单价较高的众多品类直播渗透率在不断提升，观看直播的用户购买习惯逐渐养成，对高客单产品的接受程度有所提升，珠宝文玩、智能家居等高客单价产品的直播市场空间逐渐打开。

2021年抖音&快手直播带货各类目商品数分布



2021年抖音&快手直播带货各类目商品销量占比分布



数据来源：果集。统计时间：2021年1月1日-2021年12月31日，统计平台：抖音、快手。



PART02

四大品类直播电商分析

-美妆/个护家清/食品饮料/数码3C家电

美妆大盘：直播销售额超870亿元，Q4增速显著，美容护肤占七成

据果集数据显示，2021年抖音&快手平台美妆行业直播销售额超870.98亿元，上半年增速稳定，8月份开始显著增长。细分品类中，仍以美容护肤为主，直播销售额占比超77%。



销售额
870.98亿

销量
13.07亿

相关商品数
722.61万

相关品牌数
21.75万

相关KOL
136.93万

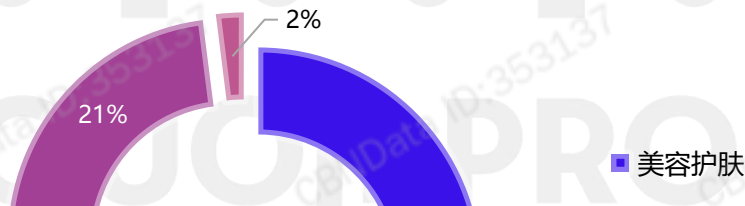
相关直播场次
1069.99万

2021年抖音&快手美妆行业直播电商销售额分布

■ 销售额 (亿元) ▲ 环比增长 (%)



2021年抖音&快手美妆细分品类直播销售额占比



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_37685

