

快手切断淘宝联盟链接， 淘宝客穷途末路了吗？



快手切断淘宝联盟链接，淘宝客穷途末路了吗？

2月23日，快手发布公告称，自2022年3月1日0时起，淘宝联盟商品链接将无法在快手直播间购物车、短视频购物车、商详页等发布商品及服务链接；京东联盟商品链接将无法在快手直播间购物发布商品及服务链接，可在短视频购物车、商详页等发布商品及服务链接。此举一出，不少朋友感觉这波骚操作似曾相识，就在去年9月，抖音方面也曾发布公告表示，第三方平台商品链接需相关商家通过巨量星图发送任务单后，才能进入直播间购物车，而自2021年10月9日起，第三方来源的商品将不再支持进入直播间购物车，但抖音小店的商品则不受影响，并且在短视频的介绍中也可以分享链接。两者有所不同的是，快手此番切断的是来自淘宝联盟和京东联盟的商品链接，而抖音之前限制的为第三方平台商品链接。快手的禁令反映出淘宝联盟已对快手app造成明显威胁，作为淘宝商家向外渗透的捷径，淘宝联盟一直源源不断地满足了淘宝对外部流量的饥渴。

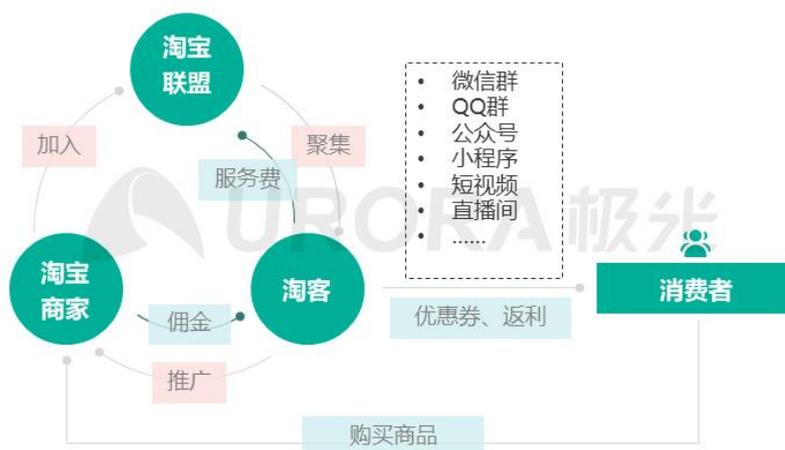
淘宝联盟成淘宝商家获客的活水源泉

我们进行线上购物时，除了使用淘宝、拼多多等电商平台，还能通过各种“推广者”的渠道购买到平台上商家的商品，并且有机会享受更低价格。以淘宝商品为例，除了依靠淘系平台的内部流量，微信中的一些省钱公众号和小程序也会对这些淘宝商品进行一系列的安利种草，并发放优惠券或者返利给用户，最终吸引用户通过他们的链接购买商品。这些

“推广者”就是淘宝联盟中的淘客，而淘宝联盟正是淘宝商家从社交、短视频等外部流量池开辟流量的快速通道。由于淘系流量无法满足日益增长的淘宝中小卖家及品牌卖家，引入外部流量正如为商家营收注入活水。淘宝商家加入淘宝联盟后，可以给商品设定优惠券和佣金，吸引更多推广者成为淘客，运用各种资源或私域为商品进行推广。商家、淘客、消费者和淘宝联盟这四个角色因此构成利益闭环，形成淘宝联盟体系。



淘宝联盟体系构成



数据来源：极光研究院自主研究

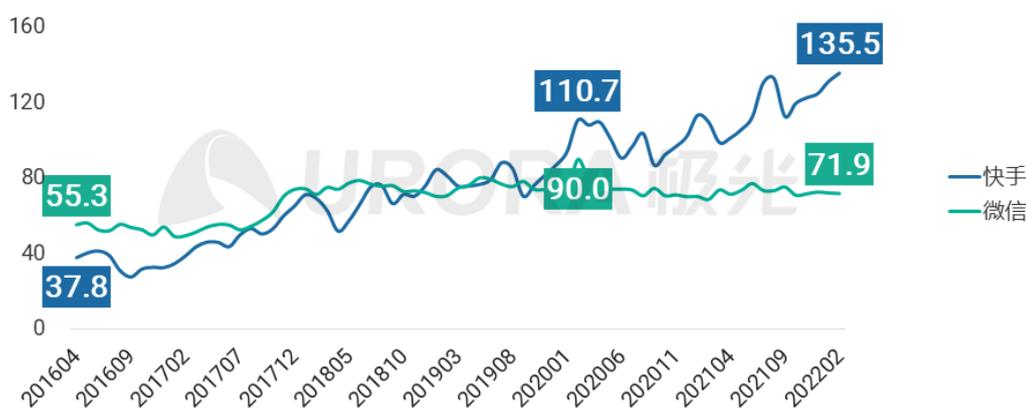
淘客阵地转移，快手切断通道圈地为王

随着数字化手段在居民日常生活中的渗透，这个时代见证了一波又一波流量王者的崛起和瓶颈，淘客则成为了时代浪潮下的淘金者。淘客们发单和推广的主流渠道经历了一系列的演变，从一开始火热的QQ群和微信群，到后来的公众号和小程序，再到当下处于流量之巅的短视频及直播。根据极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG) 数据显示，过去五年间，快手 app 的人均单日使用时长逐渐赶上并超越微信，从 2016 年 4 月的人均 37.8 分

钟暴涨至 2022 年 2 月的 135.5 分钟，而微信从一开始的 55.3 分钟仅上升至 71.9 分钟，涨幅相对平稳，未能占据时长优势的高地。成为用户上网聚集地的短视频 app 吸引越来越多淘客加入直播大军，淘客们摇身一变带货主播，利用更加感性的视频化场景获取用户的信任与好感。然而淘客的涌入，不免让短视频 app 沦为贡献外部流量的工具，陷入为他人作嫁衣的境地。



快手&微信人均单日使用时长 (单位：分钟)



数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
取数周期：2016.04-2022.02
该统计结果仅含独立应用端数据，不含网页、小程序、快应用等生态流量数据

数据进一步显示，截至 2021 年 12 月，国内移动互联网月活跃用户数已达到 11.68 亿，过去三年间同比增长率均不到 1%；无论快手抑或抖音，月均 DAU 在经历了快速增长后逐渐放缓，2021 年 12 月平均 DAU 的同比增长率分别为-7.3%和 6.1%。随着移动互联网流量见顶，对用户的争夺从增量竞争变为存量竞争，面临用户增长瓶颈的快手等短视频 app 接下来必然需要深挖活跃用户的价值，提高变现效率。有时长的地方就有生意，尤其当网

民使用短视频 app 的时长已超过即时通讯 app、占比达到 32.3%的时候，短视频 app 防止流量外流、促成应用内用户转化显得尤为重要。

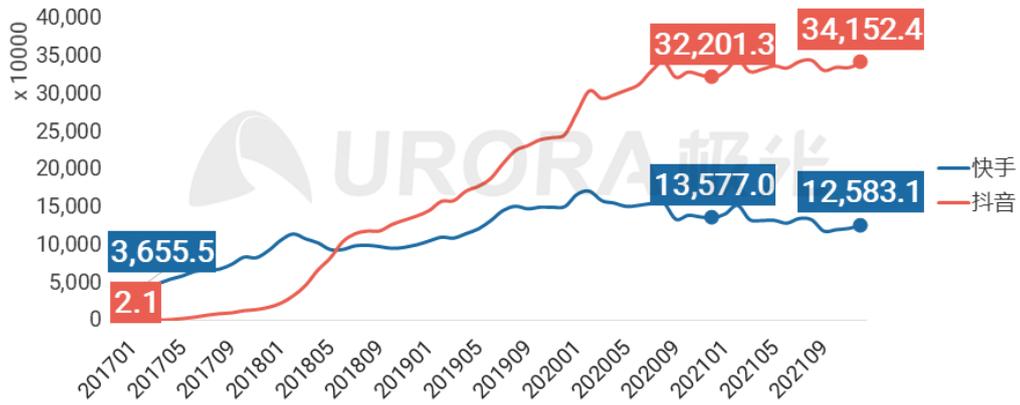


国内移动互联网月活跃用户规模变化 (单位: 亿)



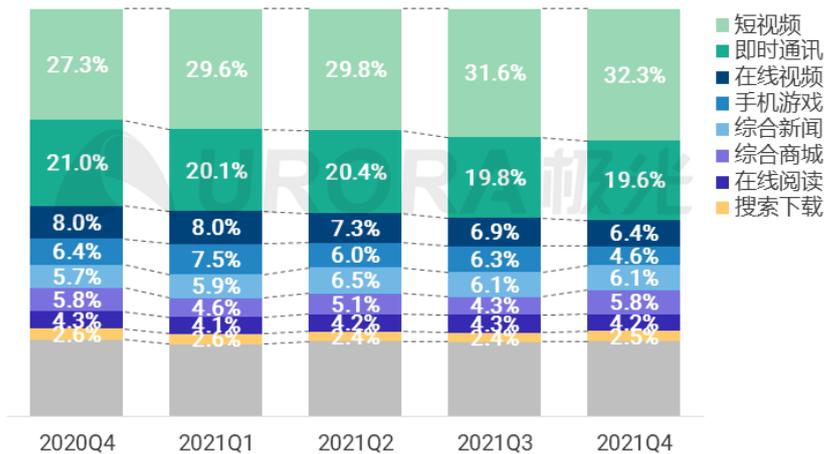
数据来源: 极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
取数周期: 2018.12-2021.12
该统计结果仅含独立应用端数据, 不含网页、小程序、快应用等生态流量数据

快手&抖音月均DAU变化 (单位: 万)



数据来源: 极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
取数周期: 2017.01-2022.02
该统计结果仅含独立应用端数据, 不含网页、小程序、快应用等生态流量数据

移动网民app每日使用时长top 8类型

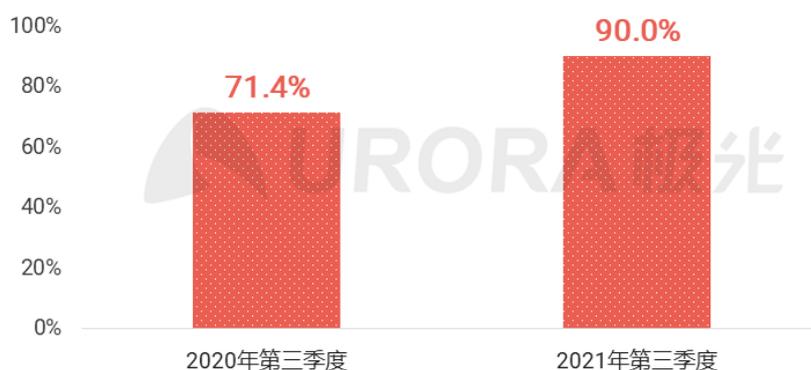


数据来源: 极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
取数周期: 2020.10-2021.12
该统计结果仅含独立应用端数据, 不含网页、小程序、快应用等生态流量数据

尽管淘客阵地转移至短视频 app，直播带货热火朝天，但淘客也为短视频和直播用户完成了直播间购物的早期教育和行为培养。他山之石可以攻玉，快手切断淘宝联盟的商品链接，一方面是化被动为主动，避免快手沦为淘客和淘宝商家的主场；另一方面，也意在将这群推广者“归化”，为己所用。淘客处于产业链的中游环节，本质上他们服务于佣金，哪里有利益就会奔向哪里。切断淘宝联盟链接后，压力将会落到淘宝商家身上，因为他们失去了介入短视频流量的捷径。这会迫使商家直接进入直播电商体系，需要先在短视频 app 注册开店，才能运用主播流量为其带货。追随商家的推广者与商家产生的合作交易也会转移到直播电商的体系内，短视频 app 因此可以收获更多中间服务费用。短视频 app 在构建直播电商闭环上面显得雄心勃勃，外部数据显示，2021 年快手完成电商 GMV 达 6800 亿元，超过原定目标的 6500 亿元，第三季度快手小店对电商交易总额的贡献率达到 90%，同比大幅增长近 20 个百分点。

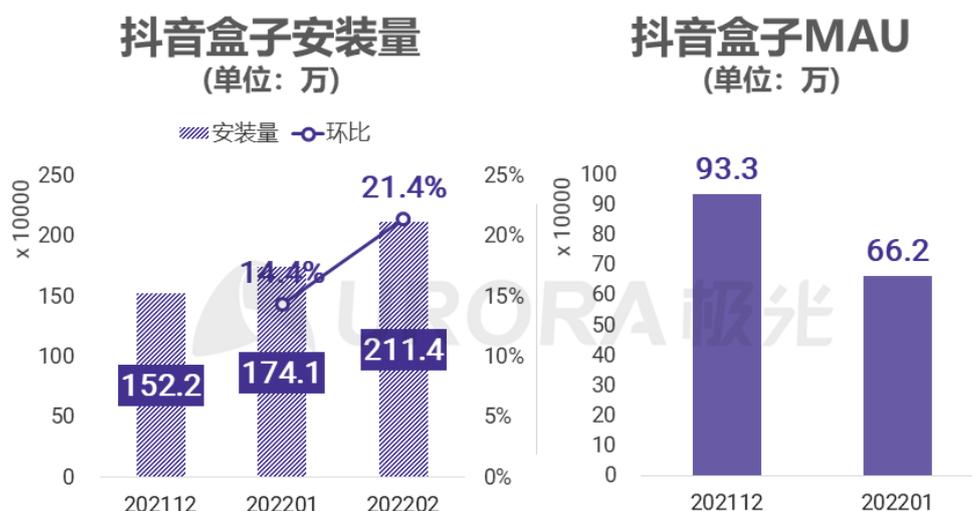


2021年Q3 快手小店对电商交易总额的贡献率



数据来源：快手

再来看看快手的老对手抖音，其在直播电商版图也是动作不断。去年12月，抖音旗下的独立电商 app “抖音盒子” 正式上线，定位为潮流时尚电商平台，野心不止于直播带货，更剑指内容种草和社交电商。极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)数据显示，截至2022年2月底，抖音盒子的安装量已到达211.4万，环比增长率为21.4%；2022年1月 MAU 为66.2万，但较12月上线初期有所下跌。抖音盒子尚处于用户积累的初始阶段，未来能否从电商群雄中突围而出，仍有待观察。



数据来源: 极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)
取数周期: 2021.12-2022.02
该统计结果仅含独立应用端数据, 不含网页、小程序、快应用等生态流量数据

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_38583

