

# 巢筑凤栖 | 基夯盘荣

## 2022直播电商发展研究报告

淘宝直播

抖音直播

快手直播





# 数据说明

01

## 研究内容

- 本报告以2022直播电商主要平台以抖音、快手、淘宝直播（点淘）为研究对象，从行业大盘数据、平台公开数据以及直播内容观察进行年度盘点、总结，归纳直播电商数据内容与发展趋势；

02

## 研究范围

- 抖音数据来源于热浪数据、快手数据来源于灰豚数据、淘宝数据来自于官方披露数据以及其它公开数据；
- 数据分类主要分为达人/品牌直播GMV-Top榜数据和直播场次GMV-Top榜数据；

03

## 数据说明

- 非标注来源出处数据均来源于克劳锐指数研究院；
- 克劳锐指数研究院数据采集周期：2022年1-11月。



# 报告摘要

TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐

01

直播电商承接与输出 | 种草、养草、拔草 | 三端用户

02

直播电商供给 | 平台、品牌、达人、用户 | 四方价值

03

组货与投流是达人流量密码，稳扎稳打是品牌长效经营策略

04

直播各环节撬动流量，全链实现公域流量到品牌粉丝的转变

05

新势力温床成就达人品牌，信任关系铸造电商壁垒

06

业态融合实现内容共生、新血液注入带动服务升级



# CONTENTS

TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐

01

发展概况

PART ONE

02

数读大盘

PART TWO

03

内容解析

PART THREE

04

发展期望

PART FOUR

01

# 直播电商整体概况

发展概况

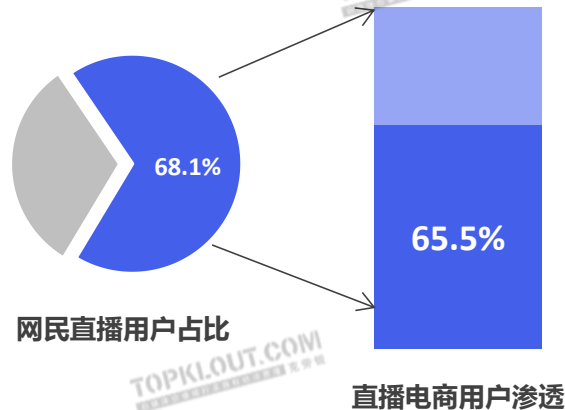




# 直播电商用户渗透超6成、用户规模第一、GMV增长远高其它电商

根据《第50次中国互联网络发展状况统计报告》，2022国内网民直播用户占比68.1%，直播电商用户占比44.6%，直播电商用户渗透率65.5%，用户规模达4.69亿，在直播分类中用户规模占位第一；同时根据路透社数据表示，2021年直播电商GMV达2.4万亿，同比增长83.77%，远高于其它电商增长水平。

## 用户占比



## 用户规模

电商直播用户 **4.69亿**

体育直播 **3.06亿**

真人秀直播 **1.86亿**

游戏直播 **3.05亿**

演唱会直播 **1.62亿**

## 消费增长

**83.77%**

2021年直播电商GMV同比增长

**2.4万亿**

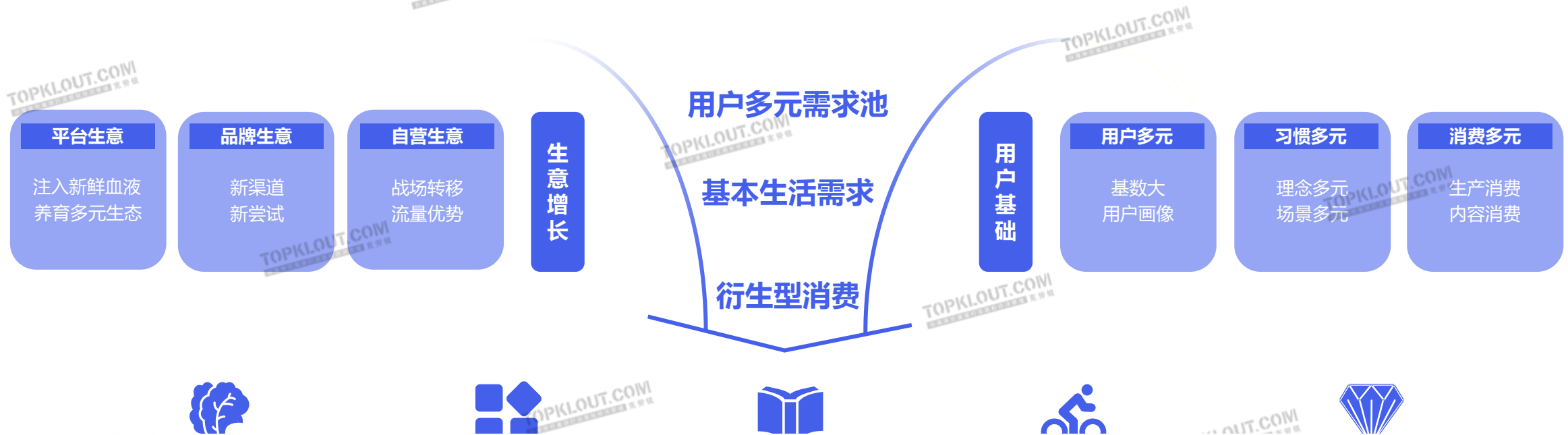
2021年直播电商GMV

# 达人与品牌是直播电商两大重要角色，各谋发展又相互牵连



# 用户驱动+生意驱动，直播电商生意发展衍生型消费需求

基于用户庞大基数，加之平台生意的多元发展，直播电商生意从满足用户基础需求到增长需求消费的转变



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\\_51104](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51104)

