



电商精品系列报告之九：兴 趣电商：点“趣”成金 发现 美好生活



供需两端因势而变，直播、短视频开启电商新赛道。技术进步、供给需求端变化和政策法规的制定给直播、短视频电商带来发展机会，据巨量引擎预测，2021 年直播电商交易规模有望达到 19950 亿元，年增速高达 90%，领跑电商行业。

兴趣电商打造“发现式消费、雪球式增长”，服饰美妆美食表现亮眼。兴趣电商以视觉化商品内容为核心，聚焦商品内容运营和兴趣内容推荐，以激发兴趣为出发点，高效实现“货找人”，形成“兴趣-需求-购买”消费路径。据果集数据，服饰、零食食品、美妆护理为 2021 年上半年直播电商全平台销量排名前三的品类，且贡献近六成的抖音电商销量。

新生态下的新生意，兴趣电商带来消费新人群和电商新增量。兴趣电商开创“兴趣推荐+海量转化”的新电商模式，将用户、达人、商家紧密连接，形成“用户、达人、商家、机构服务商、平台”的新生态，带动私域公域流量联动，打造“品牌宣传、商品销售、用户沉淀”三合一的新生意阵地。电商平台和短视频平台已经成为商家重要品宣阵地，2020 年电商、短视频平台广告收入位列网络广告市场份额前二。

投资分析意见：兴趣电商蓬勃发展的背后不仅是供需两端和技术政策的驱动，更是提高了人货匹配效率，发现潜在消费需求，为电商行业带来新人群新增量，推动电商行业从流量运营向内容运营高质量发展方向转变。我们预计“商品+内容”的营销模式将成为商家电商运营标配，短视频和直播等新模式将为电商产业链带来新发展动力，我们看好龙头电商平台和互

联网内容平台的发展前景，推荐平台企业阿里巴巴、京东、拼多多，建议关注快手和未上市企业抖音、小红书。

风险提示：宏观经济不确定性带来消费需求持续疲软、电商行业竞争加剧、互联网政策监管风险、品牌新电商销售不及预期等风险。

关键词：直播 阿里巴巴

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_28080

