



互联网电商行业点评：直播电 商竞争白热化 多直播机构加 码布局淘宝直播 双十一开启 新增量



事件：

多直播机构表示将加码布局淘宝直播，并在双 11 开启首播。1) 星期六：

遥望网络新增“遥望梦想站”入驻淘宝直播。2) 世纪睿科：交个朋友旗下主播罗永浩将在 2022 年“双 11”进行淘宝平台首播；3) 新东方在线：10 月 31 日晚，俞敏洪将现身“新东方迅程教育专营店”淘宝直播间。

直播电商平台竞争白热化，淘宝直播开启新增量近年来直播电商作为电商赛道新业态增长迅猛，2021 年网经社预计中国直播电商交易规模达 2.35 万亿，同比增长 82.87%，3 年 CAGR 达 158.9%，直播电商渗透率（直播电商交易规模/网络零售交易规模）由 2018 年的 1.6% 提升至 10.15%。“淘抖快”作为直播电商三大平台格局稳固，据星图数据显示，截至 2022 年 9 月的抖音平台 GMV 份额达 40.5%，快手和点淘分别为 32% 和 27.5%。2021 年快手电商 GMV 达到 6800 亿，抖音 GMV 为 8000 亿元，其中闭环 6000 亿元。

淘宝直播起步于 2016 年，依托最大的淘系电商平台（淘宝+天猫）逐步成为国民级消费类直播平台。淘宝直播具有天猫数十万品牌商家优势，为品牌商家直接提供店播工具。达人直播方面，在李佳琦等超头主播行业领先的情况下，注重对中腰部主播的扶持，据 36 氪消息，激励计划下 22 年 1-9 月淘宝直播累计产生近 200 个 GMV 破亿直播间，5-9 月腰部主播每个月的 GMV 都保持同比 50% 以上增长。

随着直播电商平台竞争趋于白热化，我们认为淘宝直播在本身运营机制迭代升级的同时，或以一定的资源倾斜吸引抖音、快手平台上成熟的直播机构加盟，这有利于淘宝直播优化主播结构、盘活货盘及流量，为淘系电商在直播领域的长期成长注入活力并实现 GMV 的再增长。

李佳琦回归淘宝直播，双十一加持平台流量、品牌商家淘宝直播平台主播李佳琦作为直播电商行业超头部主播，为淘宝直播激活流量、赋能品牌商提供强劲支持。李佳琦直播间 21 年双十一预售首日达到 106 亿元，双十一期间销售额为 217.6 亿元，占到当年天猫双十一总销售额 4%（不同口径或略有误差）；22 年 618 预售首日直播间在线观看量超过 1 亿。李佳琦于 9 月 20 日重回淘宝直播，复播当日同时在观看人数突破 6000 万。长期以来，李佳琦凭借超头部流量在商家端具有较强议价能力为消费者提供实惠，同时为商家实现品牌与销量的双赢。22 年双十一李佳琦直播间继续发力加持平台流量、商家，10 月初李佳琦团队原创网络综艺《所有女生的 offer2》开启预热，截止 10 月 19 日 B 站播放量达到 2338.9 万，约为第一季 B 站播放量的 8 倍（去年非独播），品牌数量约为第一季的 3 倍。我们预计李佳琦个人强品牌力下今年双十一仍会有亮眼表现。

服饰非标、多平台布局品牌 IP 号或为星期六贡献可观增量星期六 2019 年并购遥望网络，目前已经成为抖音、快手双平台头部电商 MCN 机构。主播端，公司依托赛马机制实现主播孵化可复制，截至 1Q22 签约艺人/达人/主播数量达 229 位；供应链端，公司合作品牌资源丰富（近 2 万个）；

运营端，公司 21 年四季度上线“遥望云”中台系统，实现直播全流程的标准化、系统化。22 年开始公司探索服饰非标、品牌 IP 号等新增量，星期六积极布局品牌 IP 号“遥望未来站”9 月 19 日抖音首播，GMV 达 3688 万，次日 GMV 破亿，直播运营能力进一步验证。此外，公司在抖音上线遥望 DUDUTIME、遥望酒馆、遥望星选等等垂直领域独立直播间，在快手上线遥望幸福站，并推出遥望梦想站首次入驻淘宝直播。我们预计未来公司品牌 IP 矩阵将持续完善，贡献可观的 GMV 增量。

“交个朋友”进军淘宝直播开启多平台运营，世纪睿科成长空间扩容
世纪睿科于 2022 年 8 月 29 日公告与“交个朋友”签订为期 5 年的独家运营合作协议。交个朋友直播间前期通过与明星主播“罗永浩”深度合作打下坚实基础，22 年以来交个朋友逐步转型成为“1+N”垂类机构化直播平台。2020 年至 2022 年 4 月，交个朋友总 GMV 已达到 100 亿，直播间合作品牌数超 6500 家，商品数量达 4.3 万+，SKU 品类超 10 万。

交个朋友直播间在抖音平台稳居头部位置，继而发力布局淘宝直播，多平台战略验证公司运营能力的同时，或为交个朋友成长空间扩容，但具

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_47550

