

2020

商家直播白皮书

— 淘宝商家直播生态发展趋势报告

天下网商 淘榜单

目录

CONTENT

Part.1 行业现状概况

Part.3 不同行业商家直播现状

Part.5 行业趋势分析

Part.2 商家直播整体趋势

Part.4 直播用户画像

Part.1
行业现状概况

2019成电商直播元年

天下网商

淘榜单

- 2016年，淘宝直播和蘑菇街直播先后开启；之后两年，电商直播皆处于蓄力阶段，虽然亦有平台增加电商直播功能，均为尝试；
- 2019年，进入大爆发，抖音快手等内容平台和小红书、拼多多等电商平台纷纷大力发展电商直播

淘宝直播
2016年3月份试运营

2016

蘑菇街
2016年开启直播电商

苏宁
2017年7月，苏宁APP
正式上线直播功能

2017

快手
2017年开张，走直播+带货模式

抖音
2018年12月，抖音购物车功能
正式开放申请
京东
2018年8月，京东时尚在“京星计划”
中推动直播带货

2018

亚马逊
2018年3月，亚马逊开始尝试网络直播服务

腾讯
2019年12月，腾讯看点直播
宣布推出“引力波”计划
小红书
2019年12月，小红书宣布
即将正式上线电商直播

2019

拼多多
2019年11月，拼多多初次试水直播带货

三个最值得关注的数字

天下网商 淘榜单

- CNNIC最新数据显示，观看直播的网民数已经超过4.3亿，涵盖了游戏直播、秀场直播、电商直播等，说明直播已经成为众多网民的上网习惯之一。
- 据淘宝内容电商事业部数据，2019年，超过一半的品牌商家通过直播获得了新增长；而在淘宝直播品台上，商家自播的场次占比为九成，商家自播是淘宝直播的基石。



4.3亿

CNNIC：直播网民数



50%

超过50%的品牌商家
通过直播获得新增长



90%

淘宝直播中的
商家自播场次占比

■ 数据来源：中国互联网络信息中心（cnnic）；淘宝内容电商事业部；淘榜单

The background features a dark, multi-colored geometric composition. A prominent vertical prism on the left is illuminated with a vibrant gradient of pink, purple, and blue light. The surrounding planes are in shades of deep purple, dark blue, and dark red, creating a sense of depth and modern design.

Part.2

商家直播整体趋势

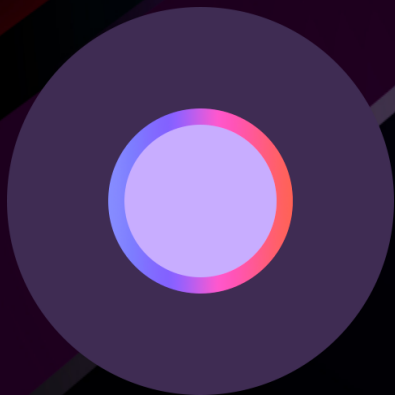
商家直播过去两年经历了跨越式的发展

天下网商 淘榜单

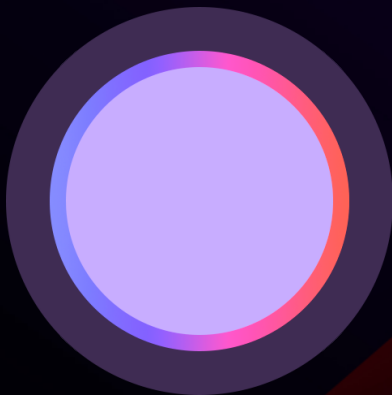
淘宝直播开播商家数量呈现递增态势

截至2019年12月，月开播商家数量同比增长接近1倍。

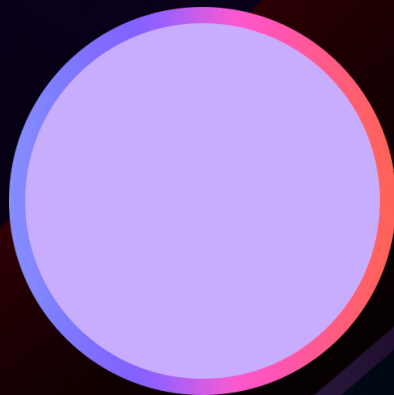
淘宝直播商家月开播商家数



▲ 2018年1月



▲ 2018年12月



▲ 2019年12月

■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

商家直播过去两年经历了跨越式的发展

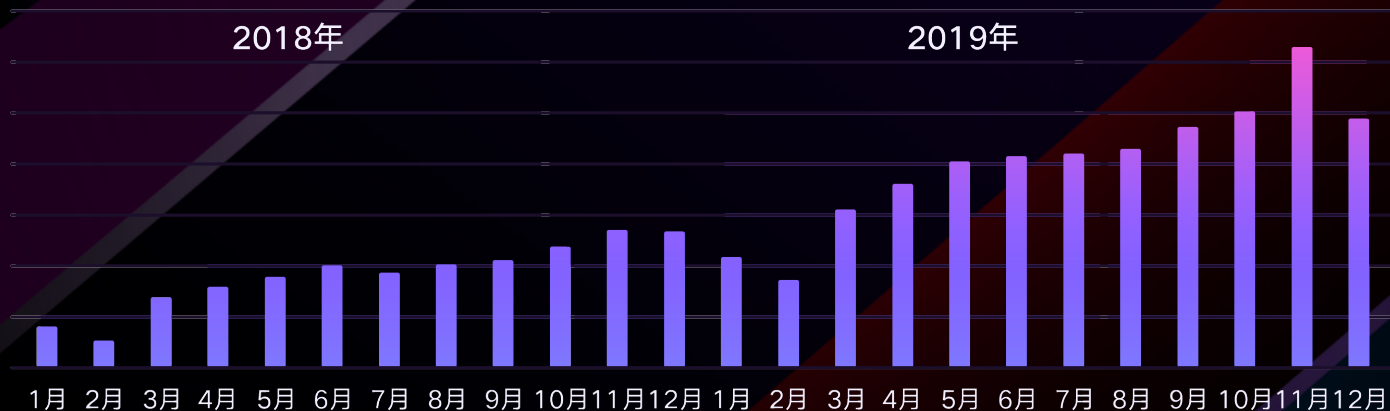
天下网商

淘榜单

淘宝直播商家每月的日均开播场次同样呈递增态势。

截至2019年12月，月日均开播场次的同比增长，同样接近1倍。商家自播和淘宝直播平台共同经历着跨越式的发展。

淘宝直播商家月日均开播场次



■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

重要指标渗透率的变动趋势

天下网商 淘榜单

淘宝直播在淘宝平台上的渗透率逐渐提升，同样是接近一倍的提升。
直播正在成为商家一个越来越重要的卖货渠道。

淘宝直播成交金额渗透率变动趋势



直播成交金额渗透率 = 直播成交金额 / 大盘成交金额

■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

商家直播生态呈“橄榄球型结构”

天下网商

淘榜单

商家无论大小，都正在从这个趋势中受益。

其中，腰部商家的渗透率最高，提升最快，说明提升的普遍性和机会的普适性。头部腰部和尾部商家直播增长趋势的不同，正如橄榄型社会结构，是稳定发展的生态结构。

淘宝直播商家分层渗透率变动趋势



直播成交金额渗透率 = 直播成交金额 / 大盘成交金额

■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

2019年淘榜单新增商家榜

天下网商

淘榜单

- 2018年末，淘榜单升级至3.0版本，该版本最大的变化是从原先的达人榜，变成“达人榜+商家榜”的结构；
- 一年52期，1770份商家榜单，是商家直播爆发最好的注脚



Part.3
不同行业商家直播特征

各行各业的商家均参与到直播热潮中来

天下网商 淘榜单

传统

商家直播爆发基本覆盖了所有行业类目。

在所有行业类目中，商家直播占比最大、增速最快三个行业类目为：女装、珠宝、美容护肤。他们均在过去两年获得了高速增长。

女装/女士精品



饰品/流行首饰/时尚饰品新



美容护肤/美体/精油



■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

商家直播中的潜力行业纷纷涌现

天下网商

淘榜单

潜力

汽车、房产等大宗消费品商家逐渐试水淘宝直播；
电玩、大家电、乐器、运动户外、家装主材等二级类目的商家已把直播作为重要运营工具。



小众行业丰富了直播的内容形式

天下网商

淘榜单

小众

由于直播实时性、互动性强的特点，部分小众类目商家也开始将直播作为重要的运营方式，这不仅丰富了电商直播的内容，也让这些小众类目的经营模式已经发生了巨大的改变。

水晶影像定制

宠物貂

多肉植物

收藏相机

钢琴



商家参与到直播热潮中的几种模式

天下网商 淘榜单

商家参与电商直播，除了找主播带货和参加PGC栏目，还可以通过自建直播团队、自建直播间展开，或者通过直播代运营商运营。直播代运营行业，正如前些年的电商代运营行业一样，开始蓬勃发展起来，成为电商直播产业链上的重要一环。

自建直播团队

直播代运营



主播带货

PGC栏目



Part.4 直播用户画像

- 中坚力量消费者

淘宝直播覆盖人群越来越广

天下网商 淘榜单

2019年下半年，电商直播观看人数迎来爆发性增长，同比增长超过1倍。越来越多的受众习惯了这种新型消费形态。

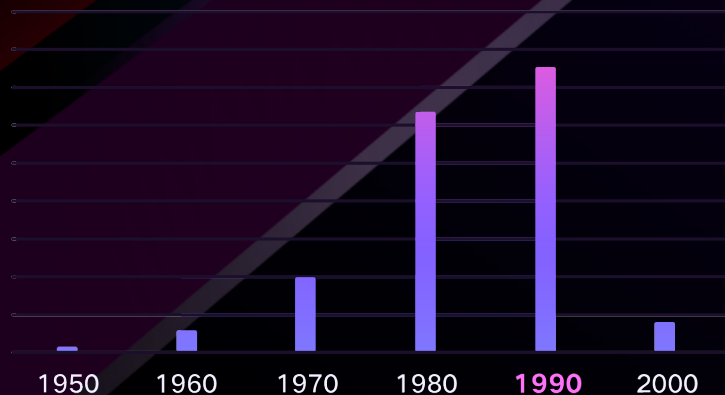


■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

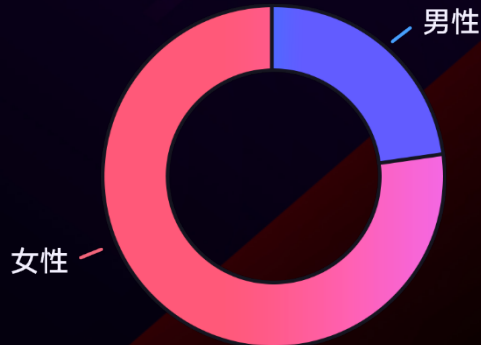
淘宝直播覆盖人群为中坚消费力量

天下网商 淘榜单

从用户人群的年龄层划分来看，90后是淘宝直播上占比最高的用户人群，90后在2020年开始迈入30岁，是这个社会最中坚的消费力量。



淘宝直播用户城市分析



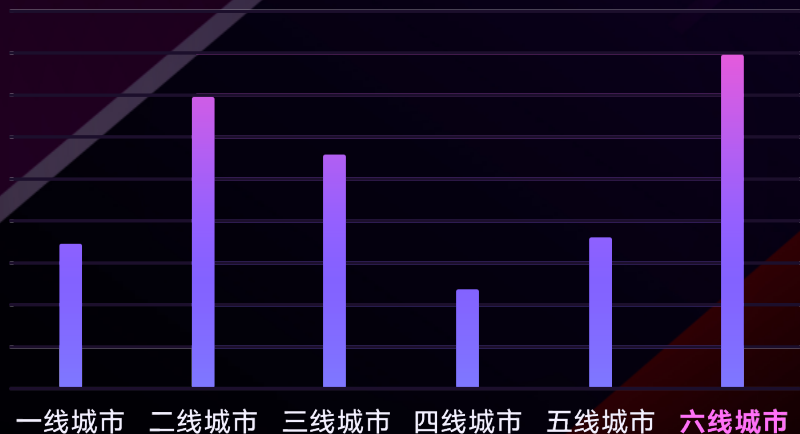
淘宝直播用户性别分析

■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单

这里是又一片下沉市场掘金地

天下网商 淘榜单

如果将淘宝直播上的用户用城市等级划分，我们可以看到，一二线城市自然是因为最靠近风口浪尖，可以充分接触并习惯通过直播来购物；但我们看到，下沉市场覆盖了更大比例的用户，其中六线城市比重最高。



下沉市场

■ 数据来源：淘宝内容电商事业部；淘榜单



Part.5

风暴将至：行业趋势分析

行业风暴将至

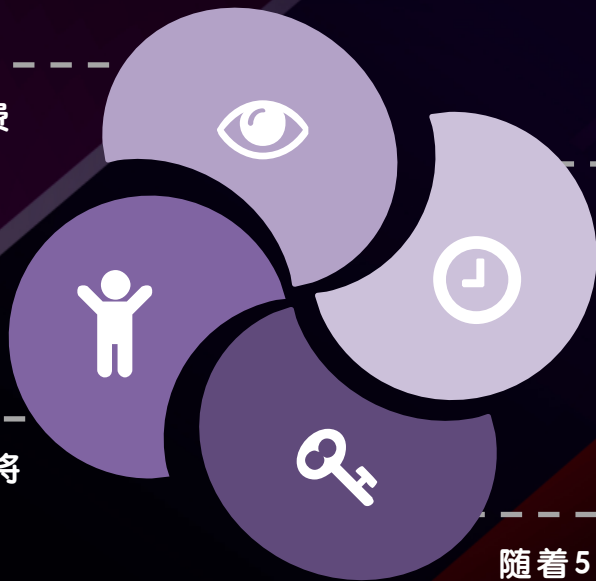
天下网商 淘榜单

淘宝直播崛起，是新消费时代的标志性事件

直播生态橄榄球型化

电商直播生态链上的角色将悉数登场,极大丰富

随着5G普及，直播将成为品牌商家营销的标配



数据说明

Data Coverage

本报告数据来自淘宝内容电商事业部及淘榜单；

数据时间范围基本上为2018年1月1日——2019年12月30日；

基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过了脱敏及指数化处理。

报告作者：李哲

报告设计：刘媛媛

联系我们：taobangdan@163.com

版权声明

Copyright Declaration

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归浙江天下网商网络传媒有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

关于淘榜单 About Us

洞察内容趋势，服务电商生态

由天下网商及淘宝内容电商事业部联合制作推出，是中国领先的内容商业化数据服务平台。

- 发布内容生态最新最全机构、达人和商家榜单
- 报道全网内容商业化最新动态、干货和趋势
- 聚合内容生态最具消费驱动力意见领袖和KOL

更多内容，敬请关注



淘榜单官网



淘榜单官方公众号

洞察内容趋势·服务电商生态

天下网商 淘榜单

商务合作邮箱: taobangdan@163.com

地址: 杭州市西湖区万塘路308号大华-华领国际7F