

2020

淘宝直播新经济报告

打开新经济的大门

淘榜单 × 淘宝直播

CONTENTS

目录

- 01 电商直播元年：淘宝直播全面爆发
- 02 淘宝直播成为首个爆发的新经济业态
- 03 全民直播时代到来：人人拥抱新经济
- 04 万物皆可播：新经济下满足用户多元需求
- 05 疫情期间，淘宝直播新经济的优势凸显
- 06 淘宝生态是直播新经济爆发的源泉

01

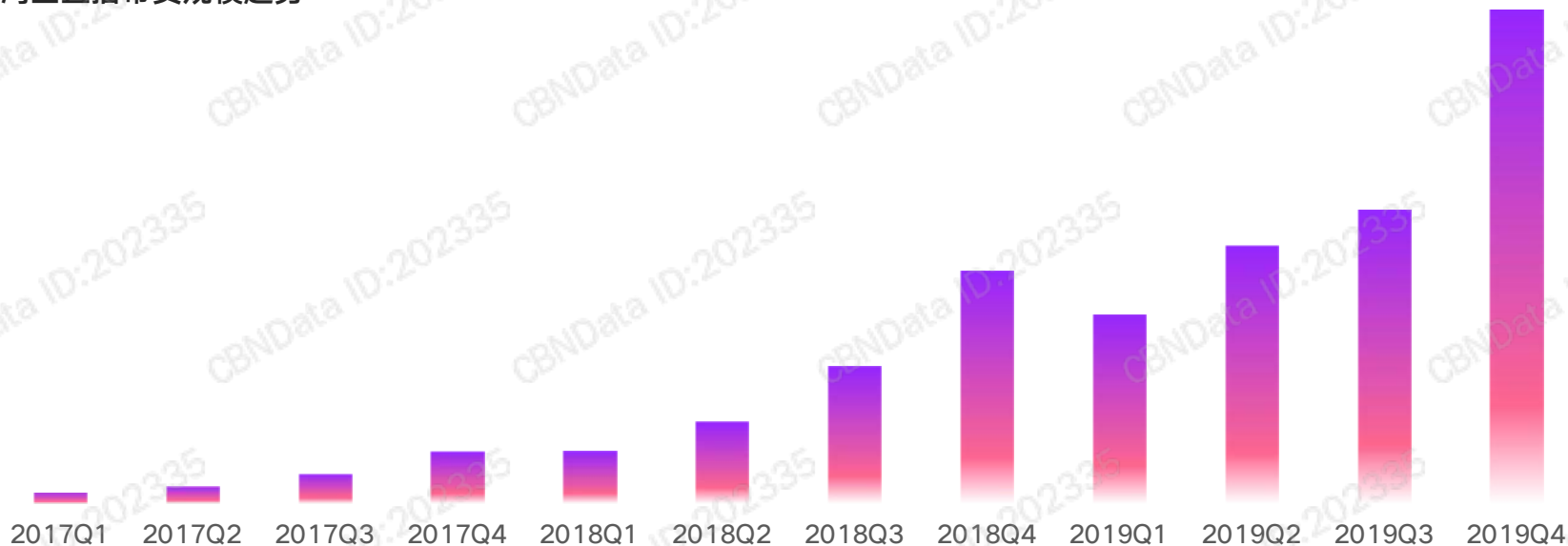
电商直播元年
淘宝直播全面爆发

淘宝直播全面爆发

淘榜单 × 淘宝直播

- 2019年直播电商爆发，进入真正的电商直播元年；
- 淘宝直播带货能力在2019年全面爆发，连续三年直播引导成交增速150%以上。这是近三年全球增长最快的电商形式。

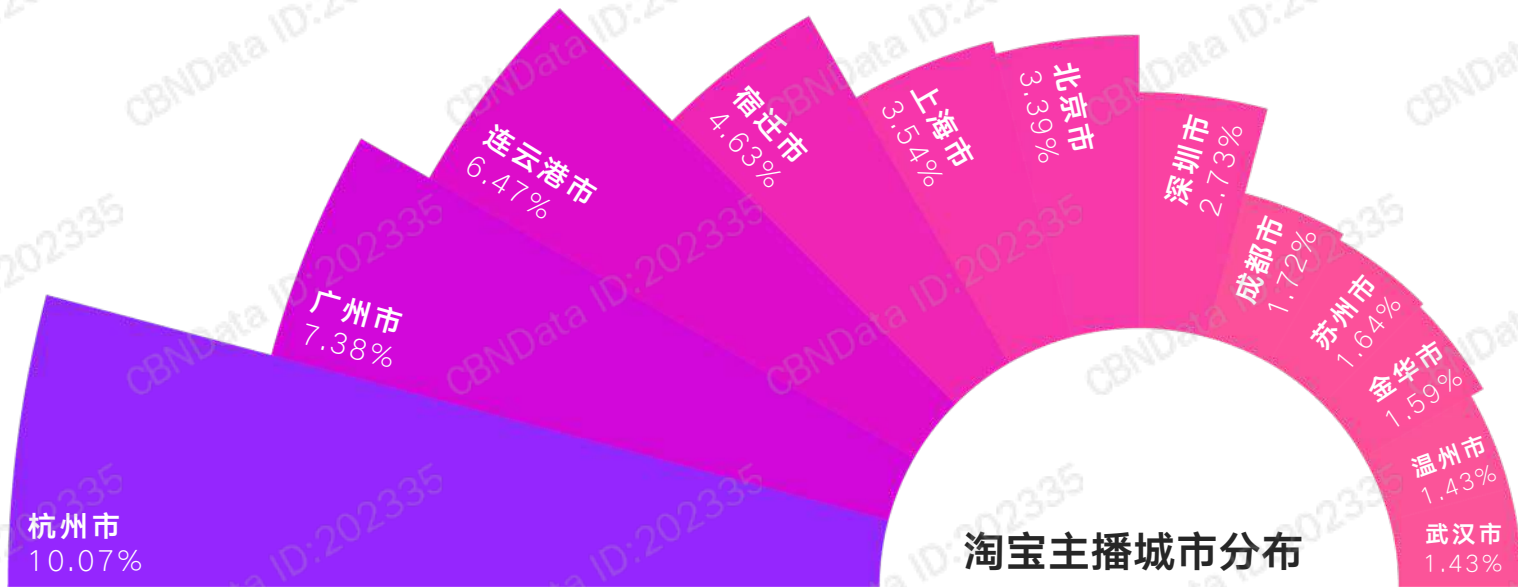
淘宝直播带货规模趋势



全国掀起淘宝直播新经济热潮：十大淘宝直播之城

淘榜单 × 淘宝直播

- 杭州是名副其实的直播之都，一成左右主播活跃在杭州
- 连云港、宿迁通过淘宝直播实现新经济的弯道超车，淘宝直播把新经济带到全国各地
- 在北上广深中，广州是第一大淘宝直播之城，广州市政府部门发文全力发展直播新经济
- 十大淘宝直播之城完整名单：杭州、广州、连云港、宿迁、上海、北京、深圳、成都、苏州、金华



淘宝主播城市分布

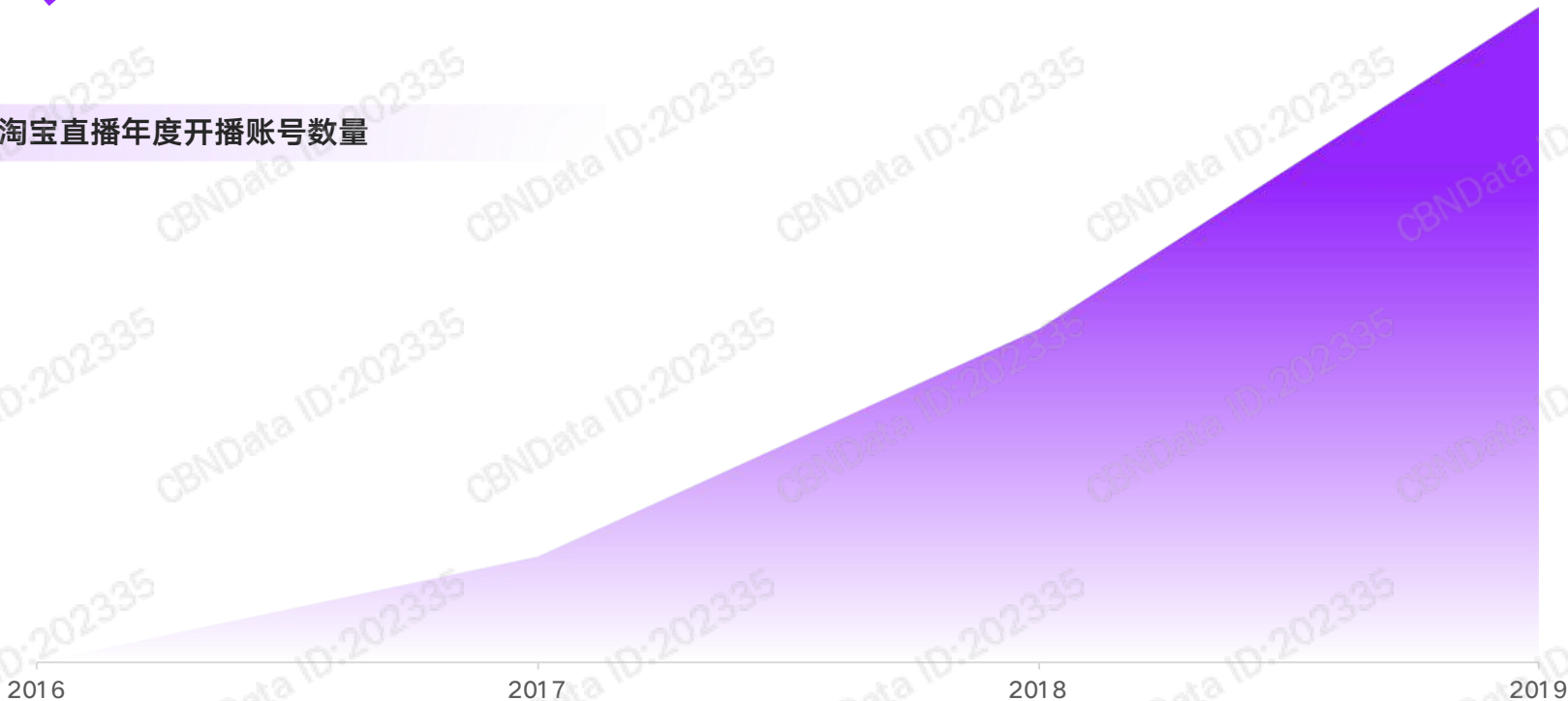
数据说明：淘宝主播城市分布数据，截止2019年12月

淘宝直播爆发驱动全民直播时代到来

淘榜单 × 淘宝直播

2019年开播账号数量大增，同比2018年的增速已达100%；2020年以来，更有100多种职业转战淘宝直播间，无论达人身份还是商家身份，都在新风口的驱动下大量入场。

淘宝直播年度开播账号数量

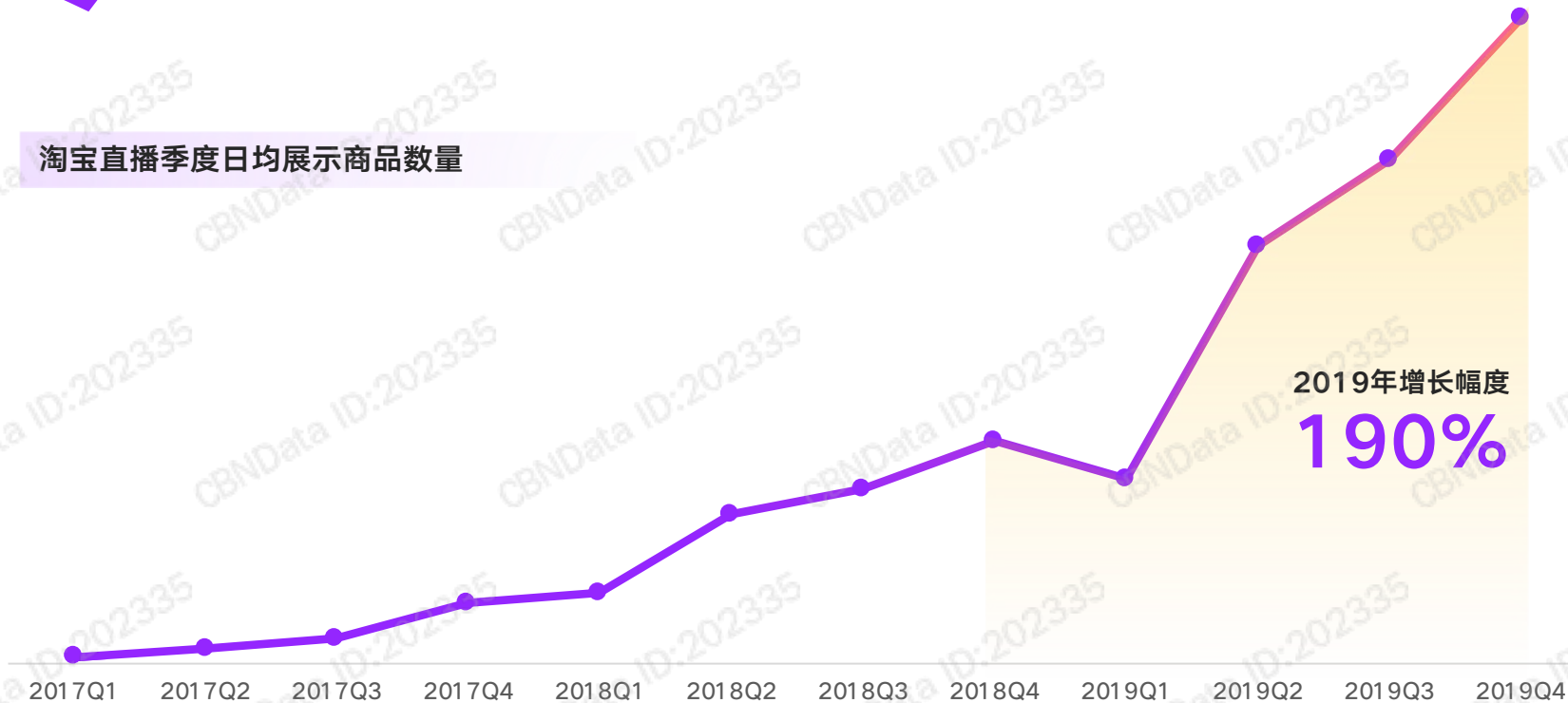




海量可靠的商品是爆发的基石，“万物皆可播”^{淘榜单 × 淘宝直播}

2019年末，淘宝直播用户每天可购买商品数量同比增长190%，覆盖淘宝天猫绝大部分商品类型。万能的淘宝中走出了万能的淘宝直播。

淘宝直播季度日均展示商品数量





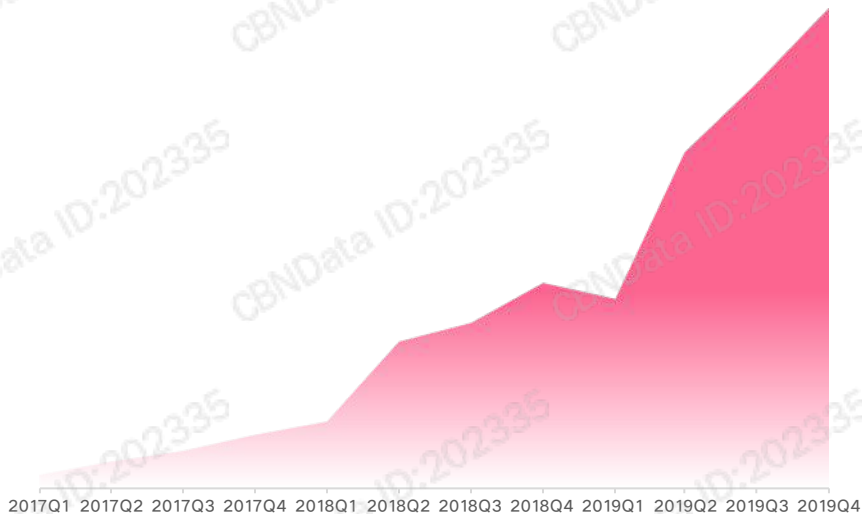
形成了丰富的直播内容和场景

淘榜单 × 淘宝直播

截至2019年末，消费者每天能观看的直播内容时长超**35万小时**，相当于7万场春晚。

淘宝直播间，覆盖了全球**73个**国家的工厂、田间、档口、商场、街头、市场。

淘宝直播季度日均观看时长



过 去 一 年
淘 宝 主 播 说 了
2.27亿句宝宝
这是主播最爱的口头禅
淘 宝 定 义 宝 贝
淘 宝 直 播 定 义 宝 宝

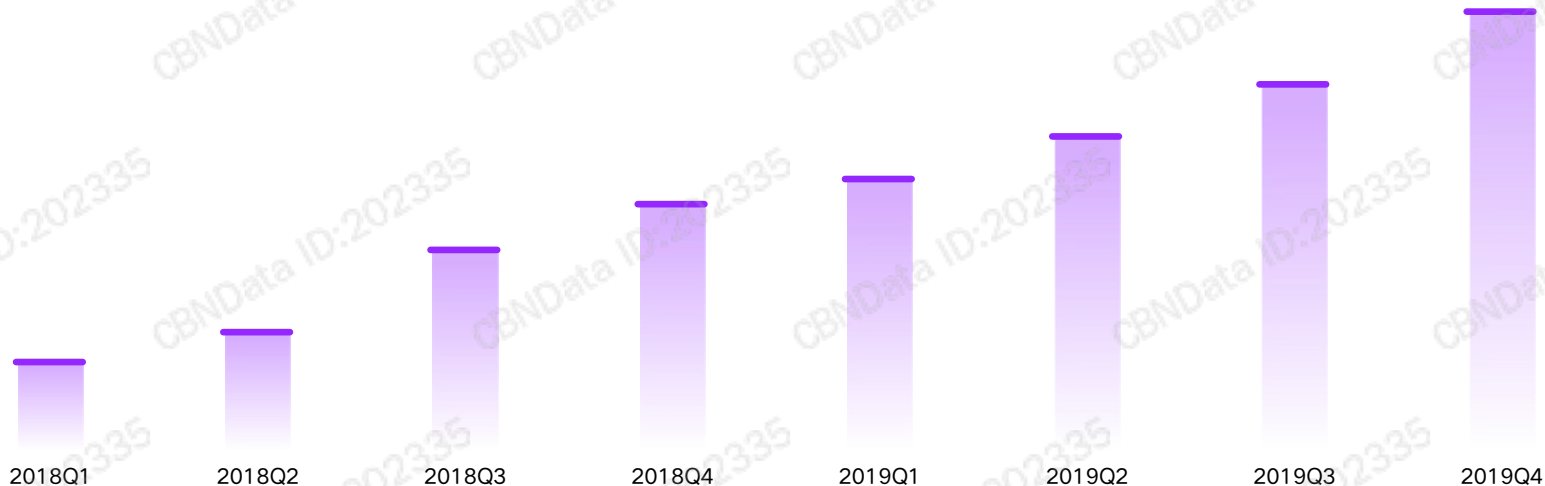
02 淘宝直播成为 首个爆发的新经济业态

淘宝直播成为新商业的主流

淘榜单 × 淘宝直播

2019年末，淘宝直播在阿里巴巴电商平台上的整体渗透率*接近去年同期的两倍。各行各业都在将直播作为商业的一个核心动能，这一新经济业态已经进入成熟期。

淘宝直播成交金额渗透率趋势



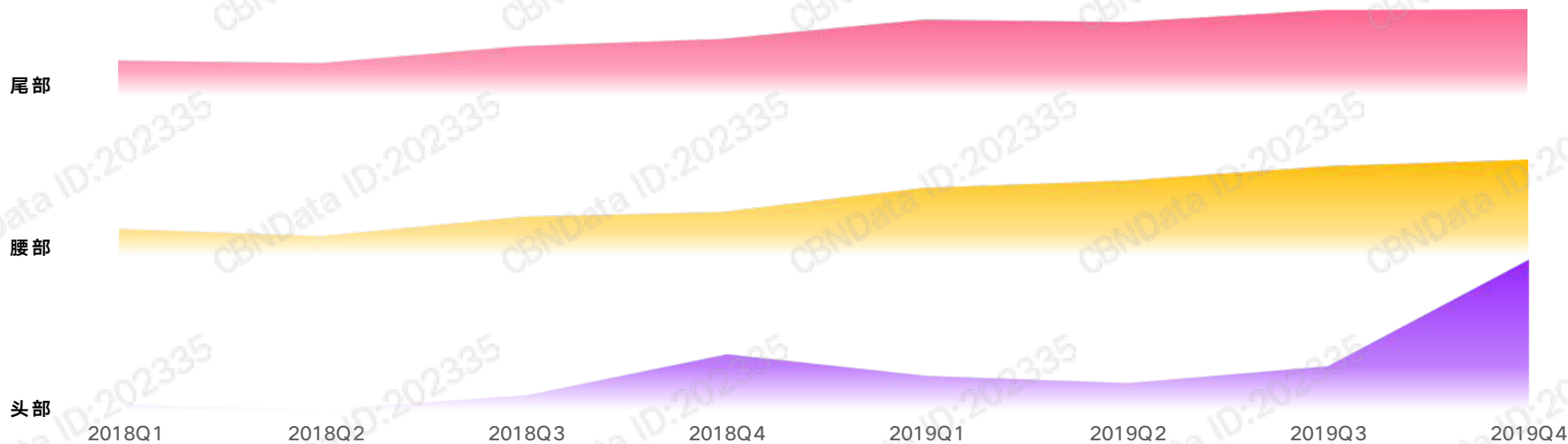
*渗透率：直播引导成交金额/大盘成交金额

淘宝直播实现了新经济的普惠

淘榜单 × 淘宝直播

- 无论品牌商家、特色商家还是中小商家，无论头部、腰部还是尾部商家，直播渗透率都在快速提升；
- 普惠广大农村：截至目前，农产品相关的直播已达**140万**场，覆盖全国31个省、2000多个县域，带动了**60000**多新农人加入。

淘宝直播不同层级商家渗透率变动趋势



淘宝直播已经覆盖了全部行业

淘榜单 × 淘宝直播

- 淘宝直播已经覆盖了全部行业，用新经济的活力改造各大传统行业，制造了众多风口；
- 增速TOP10行业中，汽车、大家电、图书等传统上需要与线下商家结合的商品，直播引导成交增速最快。
- 同样的，从直播渗透率的维度来看，家电、汽车、生活电器等行业也在2019年下半年异军突起。

淘宝直播成交金额增速TOP10行业



淘宝直播渗透率增幅TOP10行业

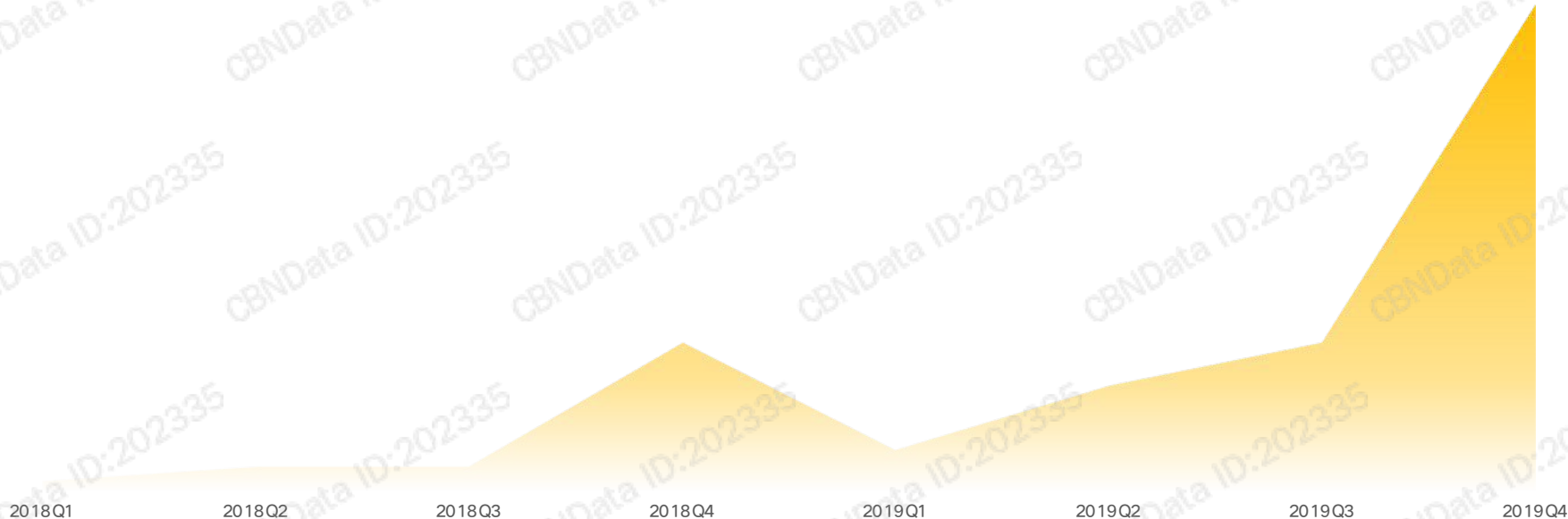


品牌商家拥抱新经济：品牌在淘宝直播每天都开播

淘榜单 × 淘宝直播

- 2019年末淘宝直播日均开播商家数量，同比增长接近100%。
- 品牌商家在淘宝直播上活跃度大幅提升，自播热情高涨，超过100位CEO亲自来到淘宝直播间；到2019年末，品牌商家平均的开播场次已经达到一天一场。

淘宝直播头部商家季度日均开播场次



03

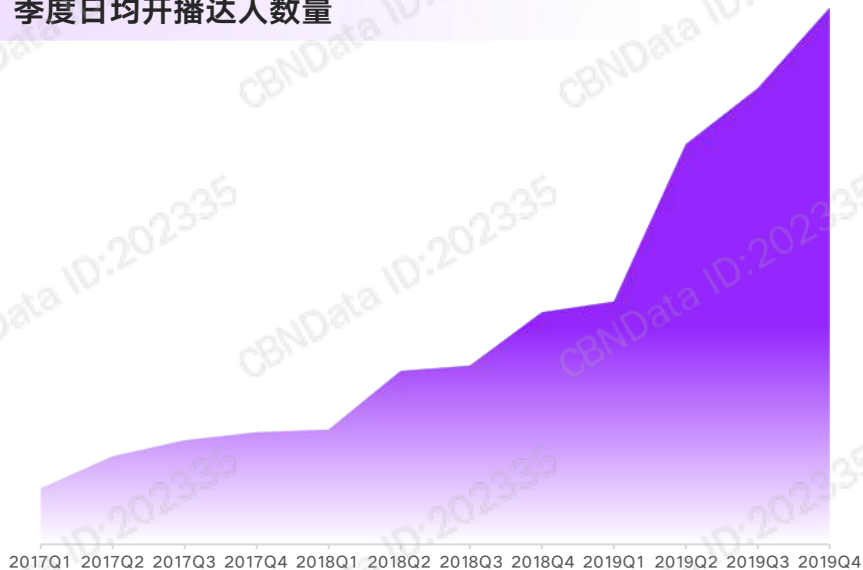
全民淘宝直播时代到来：
人人拥抱新经济

淘宝直播活跃主播数量翻了一倍

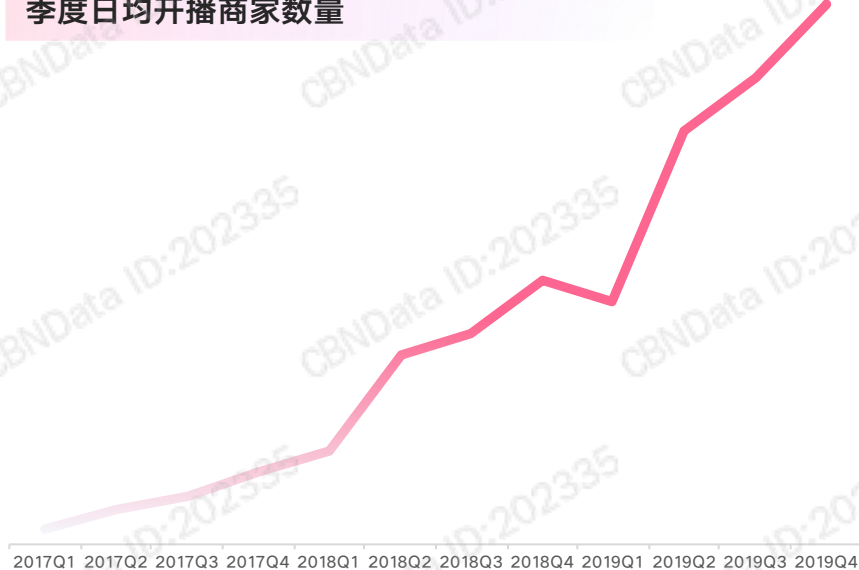
淘榜单 × 淘宝直播

- 2019年末，日均开播主播同比增长超过100%。
- 2019年末，日均开播商家数量同比增长接近100%。

季度日均开播达人数量



季度日均开播商家数量



100多种线下职业变身淘宝主播

淘榜单 × 淘宝直播

截止2020年2月，至少100种职业转战淘宝直播间。无论新老主播，最爱的口头禅都是“宝宝”，全年主播们说了2.27亿句“宝宝”，淘宝定义宝贝，淘宝直播定义“宝宝”。

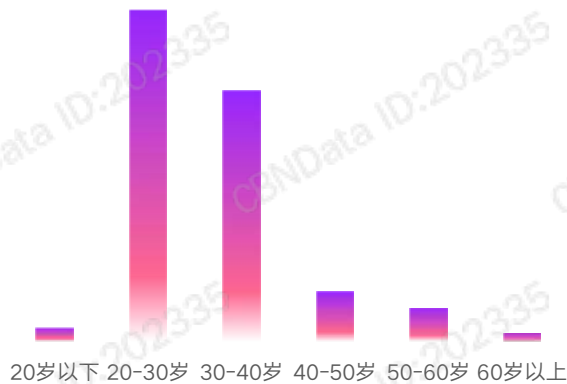


淘宝主播画像：90后是绝对主力，60后也有一席之地

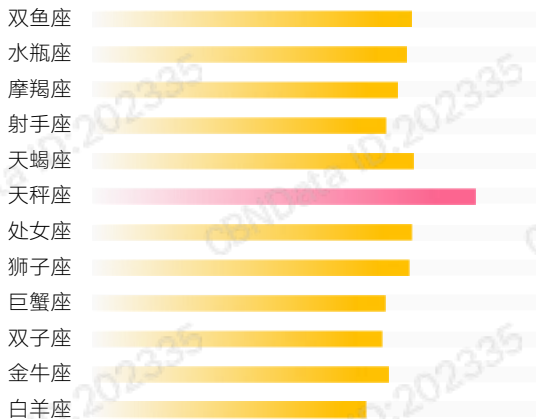
淘榜单 × 淘宝直播

- 80、90后是淘宝主播的核心力量，超八成主播分布在这个年龄段。90后占比超过一半，是主播的绝对主力；
- 年龄最大主播今年109岁，最小的00后也登上了直播台。60后、70后同样在淘宝直播上找到了自己的一席之地。
- 天秤座是主播比重最高的星座。
- 女性是淘宝主播主力军，超过65%的主播是女性；但男性主播比重明显增加，从2018年末的占比16.8%上升到占比30%。

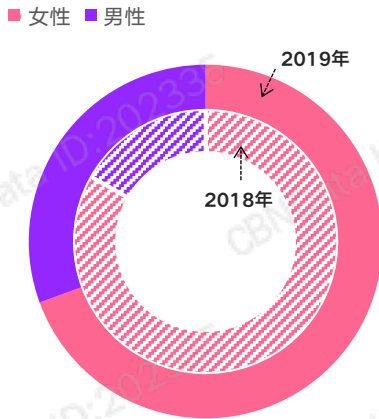
主播年龄结构



主播星座分布



主播性别分布



围绕淘宝直播生态的公司越来越多

淘榜单 × 淘宝直播

淘宝直播MCN机构数量

1000+

淘宝直播服饰基地数量

100

淘宝直播珠宝基地数量

17

淘宝直播代播服务商迅猛增长

0家

2019年6月

200家

2020年2月

04 万物皆可播： 新经济下满足用户多元需求

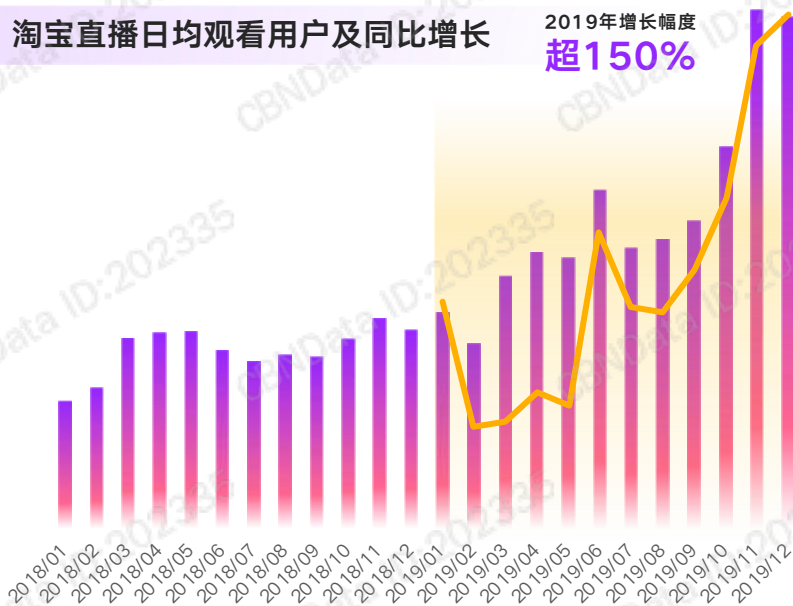
淘宝直播用户活跃时段

淘榜单 × 淘宝直播

- 淘宝直播的日均观看用户数同比大幅增长超150%，环比在3、6、10、11月份增幅最明显；
- 淘宝直播重度用户的规模持续扩大，每天观看时长超过1小时的用户同比增长达到40%；
- 淘宝直播用户活跃时间段主要集中在晚上6点之后，在**9、10点钟达到高峰**。

淘宝直播日均观看用户及同比增长

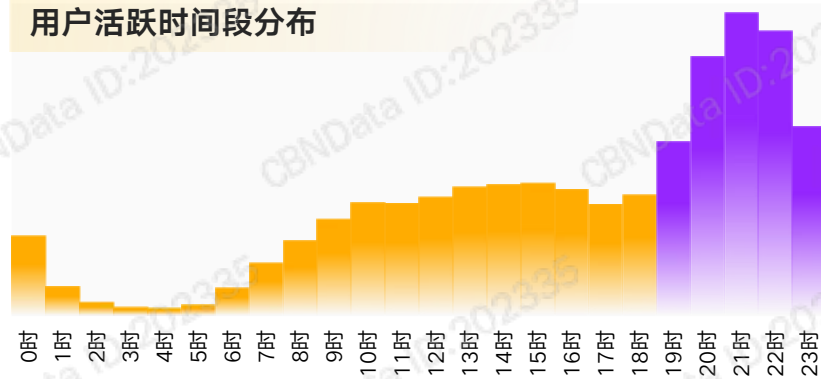
2019年增长幅度
超150%



每天观看时长超过1小时的用户同比增长

40%

用户活跃时间段分布

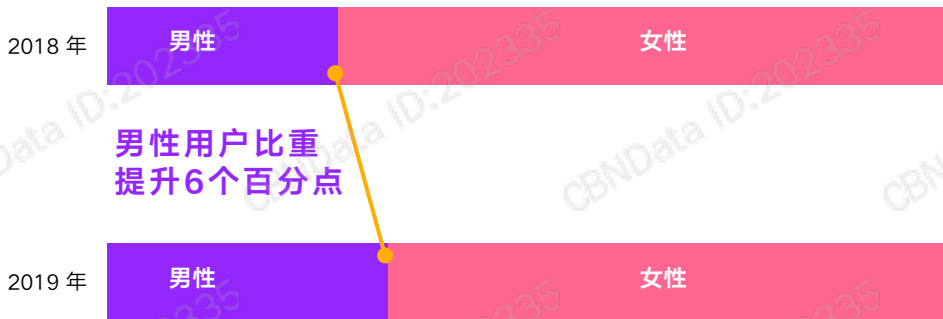


淘宝直播用户画像（一）

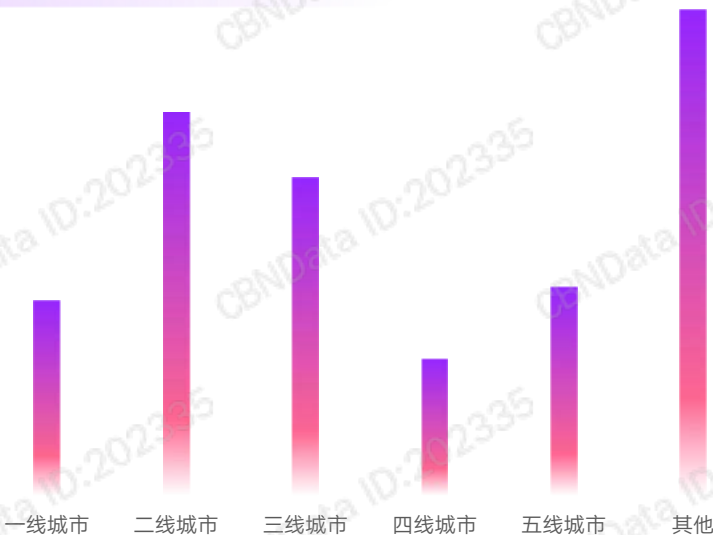
淘榜单 × 淘宝直播

- 从性别结构上看，越来越多的男性开始在直播间边看边剁手购物，2019年淘宝直播**男性消费者比例已近40%**；
- 从城市线级上看，淘宝直播主要用户群体，既有“十八线”小镇青年，也有二三线职场精英。

直播用户性别分布



直播用户城市线级分布

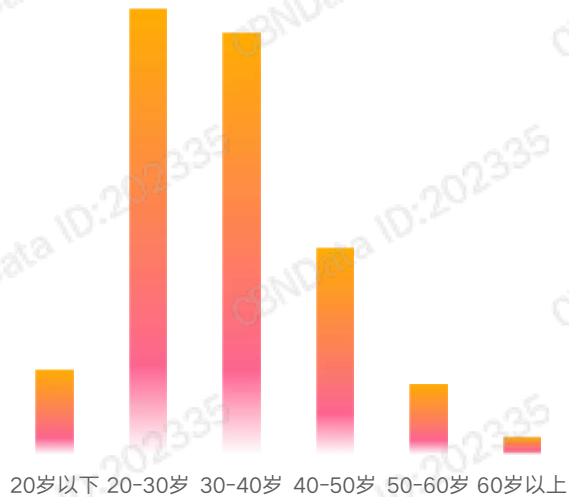


淘宝直播用户画像（二）

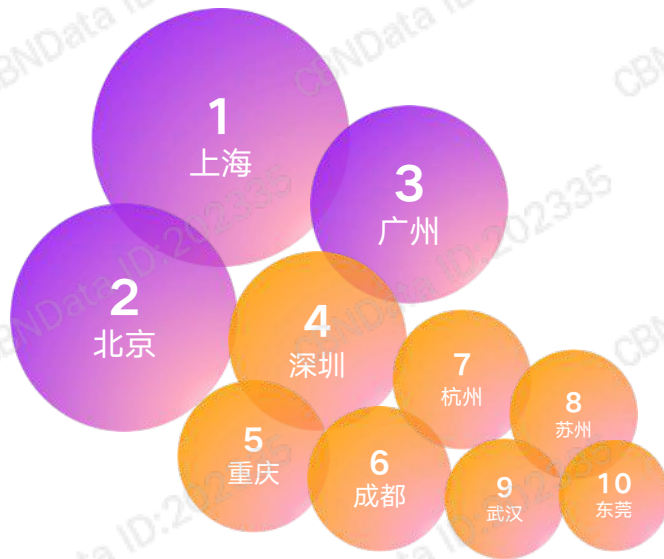
淘榜单 × 淘宝直播

- 从年龄分布上看，淘宝直播用户群体集中在80、90后，其次是70后，00后已经占据相当比重。
- 从城市分布上看，淘宝直播用户群体在一线城市北上广深人数最多，东莞跻身前十名。

直播用户年龄结构分布



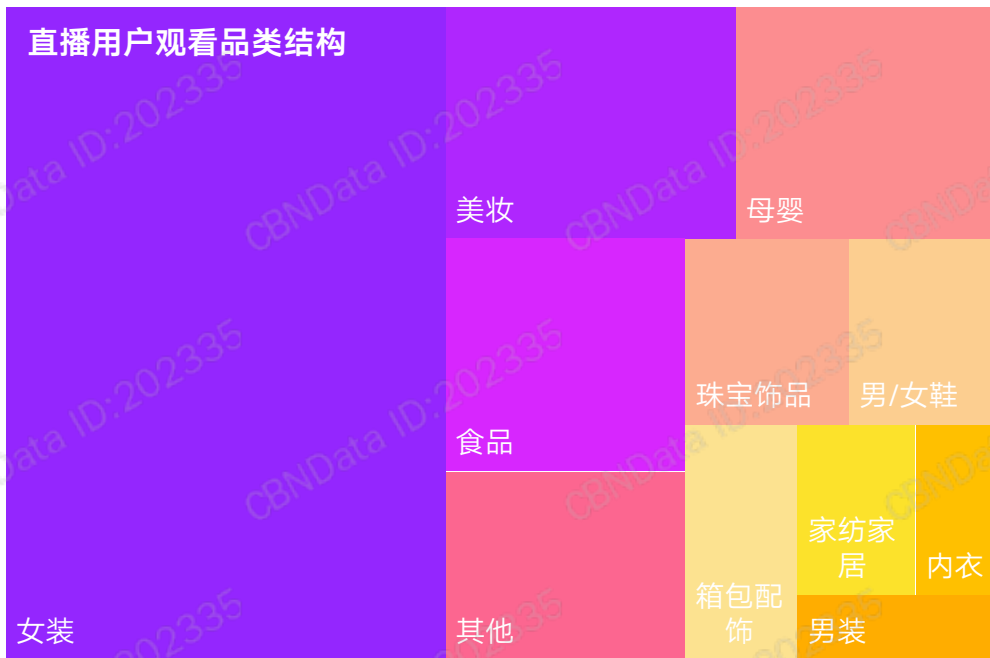
淘宝直播用户TOP10城市



淘宝直播用户偏好（一）

淘榜单 × 淘宝直播

- 女装仍是淘宝直播消费者最爱买的商品，其它品类的偏好度。
- 男性用户更偏好3C数码、大家电、家装、汽车、运动户外等类目。



不同性别用户直播偏好品类 (TGI>100)

女性



男性



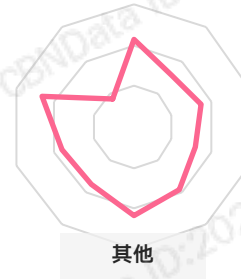
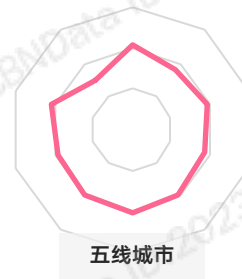
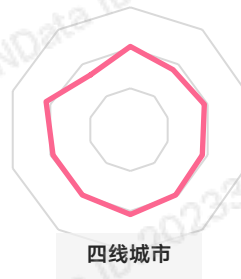
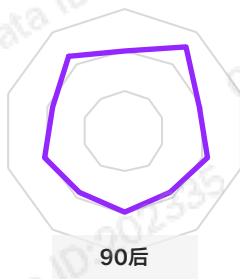
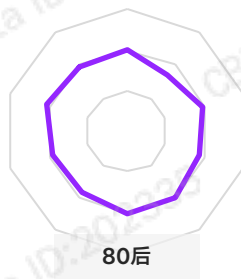
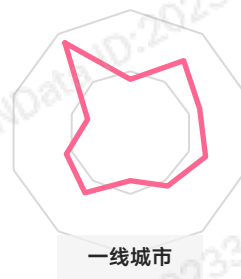
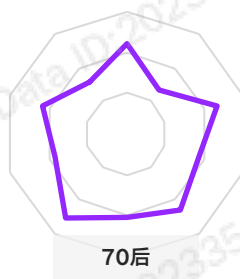
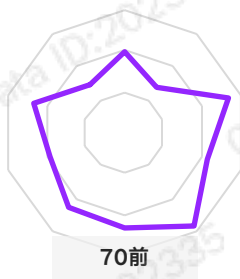
偏好品类：某类用户偏好程度（TGI值）大于100的品类，TGI反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，本报告中反映人群对品类的偏好程度，以 100 为基准值，数值越大则偏好程度越高。

淘宝直播用户偏好（二）

淘榜单 × 淘宝直播

- 70前用户更偏好家纺家居家电等类目，90后更偏好美妆产品，00后尤其偏好3C数码、运动户外；
- 一、二线城市更偏爱美妆、本地生活，五、六线城市更偏爱女装、汽车。

不同年龄用户直播品类偏好TGI



不同线级用户直播品类偏好TGI

丰富的商品，满足用户多元需求

淘榜单 × 淘宝直播

年度爆款商品TOP10

- 1 花西子空气蜜粉/散粉
- 2 蝶芙兰银胖子面部精华液
- 3 饭爷番茄靓汤火锅底料
- 4 莫小仙网红自热小火锅
- 5 棉芽洗脸巾一次性抽取式
- 6 蒂佳婷蓝药丸面膜
- 7 约浪夹心海苔
- 8 d18神经酰胺精华
- 9 日本my royal 粉光精华液
- 10 完美日记口红小黑钻116

年度最贵商品TOP10

- 1 乡墅科技新农村自建房全包
- 2 长白山山参礼盒
- 3 新机械女表
- 4 日本原装钢琴
- 5 纪念版单车
- 6 塑身衣
- 7 淋浴房
- 8 英短金渐层宠物猫
- 9 法式复古水晶全铜吊灯
- 10 仲尼式纯手工古琴

多样的PGC节目形态，满足用户多元需求

淘榜单 × 淘宝直播

在淘宝直播，不仅有主播和商家在直播间卖货产生的UGC内容，淘宝直播官方也联合各种组织、电视台、行业等，产生出众多PGC节目内容；从“脱贫盛典”到“网络春晚”，再到2020年疫情背景下的武汉大学樱花直播等等，满足了用户对内容的多元需求。



05 疫情期间 淘宝直播新经济的优势凸显

直播战“疫”：商家涌入，人才需求大增

淘榜单 × 淘宝直播

2020年2月
淘宝直播新开播商家数量
环比1月大幅增长

719%

直播人才需求同比增长*

132%

直播领域人均月薪达*

9845

*数据来源为智联招聘联合淘榜单发布的《2020年春季直播产业人才报告》

直播战“疫”：线上线下联动，多行业直播成交大涨

淘榜单 × 淘宝直播

疫情期间，淘宝直播为各行各业带来了新机会。卖房、卖车、健身、深夜食堂、博物馆、布达拉宫观光等直播场景层出不穷。

其中，直播装修表现亮眼，成交比上月大涨16倍；线下餐饮相关的直播引导成交环比上涨439%；此外直播健身产品、直播阅读、直播办公对于相应商品的成交引导同样亮眼

各品类直播引导成交环比涨幅 TOP5

1 全屋定制

2 数字阅读

3 口碑/饿了么本地生活

4 运动/瑜伽/健身/球迷用品

5 文具电教/文化用品/商务用品

06

淘宝生态是 直播新经济爆发的源泉

淘宝的海量商品成为淘宝直播迅速覆盖全部行业的原因

淘榜单 × 淘宝直播

- 淘宝直播背后，是淘系强大的货品供应和分析能力、完整的粉丝运营链路、保障全面的物流服务平台。淘宝天猫多懂货，淘宝直播就有多懂货。
- 农村大棚、布达拉宫、武汉樱花、招聘、卖房皆可直播，是因为淘宝上有万物，一万种宝贝天然连接着一万种生活方式。



淘宝的平台治理能力为新经济保驾护航

淘榜单 × 淘宝直播

- 2016年淘宝直播上线伊始，就建立了直播新经济的生态规范，并在实践中不断优化，成为行业标准；
- AI算法、社会化监督通道等创新能力也正在全力保障淘宝直播新经济的健康发展

AI算法主动识别及专家研判



视频识别
算法



先审后发
扫描研判

违禁、黄图等违规主动识别，
进行监管与拉停，保障直播场
景合规洁净度和消费者安全。

社会化监督通道



消费者
举报



志愿者
巡场



平台治理
审核与处置

淘宝直播，正在打开新经济的大门

作为首个爆发的新经济业态，淘宝直播用了4年时间，创造了一个全新的产业，推动直播电商进入成熟期；

淘宝直播的爆发，表明在新经济时代，商业的核心将从流量变成人。通过有故事、有创意、有温度的人本身，实现新的爆发，淘宝直播新经济是人的新经济；

在淘宝直播间里，一年2.27亿句“宝宝”，正是对“人的新经济”的最好证明。淘宝直播定义了“宝宝”，用这样的方式拉近了人与人之间的情感距离；

与此同时，淘宝直播的强互动性和实时反馈等特征，也缩短了用户的决策时间，提升效率，消弭了直观体验的信息差，真正实现所见即所得；

下一步，淘宝直播将掀起新经济的大潮。

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；

数据时间范围为2017年1月1日-2020年2月29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。

统筹：王小乔

作者：李哲

报告设计：刘媛媛，赵玮雯

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

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

洞察内容趋势，服务电商生态



更多报告及资讯



更多榜单