

三

直播电商的经济价值

1. 提振和扩大消费需求

国家统计局数据显示，2024年，全国网上零售额15.52万亿元，同比增长7.2%。其中，直播电商通过其独特的即时互动性和高曝光率，为消费者提供了全新的购物体验，逐步成为扩消费的“主战场”。《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，71.2%的用户因看短视频、直播购买过商品。力促“以旧换新”需求释放的重要平台。对比传统方式，直播电商通过全域种草不断扩大活动推广面，在互动下单中为消费者带来更加便捷的换新体验。国家统计局数据显示，2024年重点商品以旧换新拉动实物网零增长1.3个百分点。快手电商数据显示，2024年10月至12月，以旧换新国补活动上线后，用户购买力显著提升，2000元以上家电商品销售额提升68%，用户单均价提升29%。

2. 助力区域经济增长

直播电商正进化为区域经济结构转型的关键力量。2024年以来，北京、上海、青岛、广州、浙江等多地密集出台政策，推动直播经济高质量发展，将直播电商作为推动区域经济高质量发展的重要抓手。其核心价值在于构建“在地资源 - 数字平台 - 全国市场”的价值闭环，未来在形成新质生产力、乡村振兴中具有更大想象空间。突破地域限制，促进统一大市场形成。直播电商通过“内容 + 即时互动”重构消费场景，使偏远地区特产直接触达全国乃至全球消费者。产业带数字化转型。各地产业集群借直播实现“前播后产”模式升级，形成设计、生产、直播、物流全链条数字化，加快地区优质产品的品牌化运营，推动传统产业向微笑曲线两端延伸。就业乘数效应。除直接带动主播、运营、包装、物流、培训等直播电商相关产业发展外，还拉动当地上下游制造业、现代农业等创新发展，激活当地经济。区域品牌IP孵化。直播内容自带传播属性，助力地域文化符号转化为商业价值。

专栏1 广州全力打造“直播电商之都”

今年年初，广州市发布《关于推动电子商务高质量发展的若干措施》，提出全力打造“直播电商之都”。