

直播电商行业发展历程与现状

（一）直播电商发展历程与变革

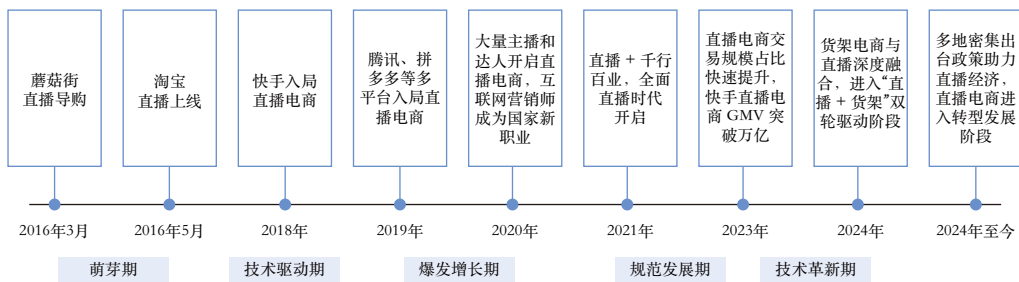


图1 直播电商发展历程

近十年间，直播电商已演变为全民消费新场景。直播电商作为数字经济时代的创新业态，进入高速发展的快车道。

2016年，蘑菇街试水直播导购开启“直播+电商”新模式。同年，淘宝直播上线；

2018年，快手推出了直播电商解决方案，成为第一家开创直播电商模式的短视频直播平台。同年，抖音推出视频挂购物车功能，与电商平台形成“前端导流+后端转化”闭环；

2019年，腾讯、拼多多等多平台入局直播电商；

2020年，大量主播和达人开启直播电商，互联网营销师成为国家新职业；

2021年，直播+千行百业，全面直播时代开启；

2023年，直播电商交易规模占比快速提升，快手直播电商GMV突破万亿；

2024年，直播电商与货架电商深度融合，进入“直播+货架”双轮驱动阶段；

2024年至今，多地密集出台政策助力直播经济，直播电商进入高质量发展阶段。

直播电商的发展重塑了电商生态，改变了消费逻辑——从被动搜索到主动种草、从单向传播到双向互动、从价格竞争到价值共鸣，直播电商正以前所未有的速度与深度，改变着消费格局，成为新时代消费市场的亮点。随着5G、AI技术普及，直播电商将向智能化、社交化方向深化，与文旅、教育等产业深度融合，同时持续强化供应链数字化