

# 直播带货 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 概述直播带货市场的状况与影响其未来发展的关键因素
- 从平台、品牌与主播的角度回顾营销与产品创新活动
- 消费者对主要直播平台的认知与品类购买行为
- 根据观看网络直播购物的时长，进行直播购物者细分与人群画像
- 直播间吸引观众/购物者的重要要素
- 消费者忠于特定主播的原因

英敏特消费者调查结果显示，相比于仅仅获得低价，58%的消费者更倾向于从直播带货中筛选出其喜爱的产品，尤其是40-59岁的人群。这表明直播带货在未来将可能扮演类似于购物助手的角色。

虽然新冠疫情阻碍了整个零售行业的增长，但网络直播提供的线上零售渠道仍在蓬勃发展，并转向更精细化的运营模式。在后疫情时代的零售市场中，参与直播带货的业内品牌需要更加重视销售品类的拓展，例如发展餐饮业和旅游业。

品牌和主播都需找准自身定位，输出更加符合市场需求的内容，从而在竞争中获得差异化优势。未来的机遇在于打造优质内容；随着网络直播日益被用作品牌营销渠道，品牌在直播带货期间，应该注重讲好故事和提升品牌影响力。而就主播而言，鲜明的“人设”或可帮助吸引消费者观看并提高忠诚度。

虽然新政策推动直播行业朝着规范化方向发展，但直播中的虚假乱象仍在挑战消费者的底线。品牌、主播和平台需要认识到，就其核心而言，直播带货的本质仍是电商。因此，确保产品质量和售后服务是赢得消费者信任的关键，也是解决所有流量问题的重要基石。



“网络直播购物对消费者不再仅仅意味着获得低价；未来的机遇在于打造更优质的内容。这需要品牌制定兼顾销量和品牌影响力的直播策略。与此同时，这也说明直播带货已经进入第二竞争阶段，即整合内容创作能力与电商运营效率的阶段。”

——张鹏俊，高级研究分析师

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

## 目录

### 概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 包括
- 不包括
- 本报告涵盖的关键议题：

### 综述

- 市场
- 消费者
- 淘宝仍是头部直播带货平台  
数据1: 对直播购物平台的认知和使用，2022年
- 大多数消费者是轻度用户  
数据2: 观看直播购物的时长，2022年
- 美容/美妆产品、休闲娱乐服务与服装最受直播购物者欢迎  
数据3: 通过直播购买的产品品类与购买行为，2022年
- 专业知识分享与实时互动对吸引观众起着首要作用  
数据4: 直播间要素的重要性，2022年
- 值得信任是吸引消费者持续关注的关键  
数据5: 持续关注主播的原因，2022年
- 对直播带货的态度  
数据6: 对直播带货的态度，2022年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 自播将推动品牌增长  
数据7: 艾梵达在淘宝上进行自播，2023年
- 通过“品味型”直播消除小众品牌与目标用户之间的差距  
数据8: 董洁展示包袋如何搭配服装，2023年

### 市场因素

- 宏观经济面临压力，消费意愿较为谨慎
- 直播带货成为常态化购物方式
- 监管政策之下，直播带货行业趋于规范化
- 平台之间的明星主播“争夺战”升温

### 谁在创新？

- 领先平台努力消除自身差距
- 淘宝直播着手打造更具娱乐性和多样性的内容  
数据9: 淘宝发布“新内容时代”战略，2022年

## 报告内容

### 综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据10: 淘宝发布主播支持政策，2022年

- 抖音加强自身电商能力

数据11: 抖音超市，2023年

- 主播为直播间赋予个性从而吸引观众
- 疯狂小杨哥：反向带货

数据12: 主播疯狂小杨哥的抖音主页，2023年

- 董宇辉：打造知识分享型直播

数据13: 消费者对董宇辉直播的评论，2022年

- 董洁：将个人生活方式带入直播

数据14: 董洁在小红书上的直播预告，2023年

数据15: 消费者对董洁直播预告视频的评论，2023年

- 虚拟主播助力品牌与消费者沟通

数据16: 乐扣乐扣利用虚拟主播进行直播，2023年

- 品牌的直播策略正在转变

- 林清轩从依靠头部主播转向自播

数据17: 林清轩的自播平均每场约有20,000人观看，2023年

- 奢侈品牌投资直播带货

数据18: 李佳琦推销麦丝玛拉经典大衣，2022年

## 平台认知和使用

- 直播购物者明显多为一线城市的高收入人群与高学历消费者

数据19: 对直播购物平台的认知和使用，2022年

- 平台发挥各自优势

数据20: 直播购物平台的认知度、浏览率与购买转化率，2022年

## 观看直播购物的时长

- 大多数消费者是轻度用户.....

数据21: 观看直播购物的时长，2022年

- .....因此优质内容具有重要作用

数据22: 观看直播购物的时长（按年龄与家庭月收入区分），2022年

## 购买的品类

- 通过提升网购体验促成购买决策

数据23: 通过直播购买的产品品类与购买行为，2022年

- 休闲娱乐服务可吸引男性消费者

数据24: 通过直播购买的产品品类与购买行为（按性别区分），2022年

- 时间投入量影响着人们对大多数品类的购买决策

数据25: 通过直播购买的产品品类与购买行为（按观看直播购物的时长区分），2022年

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

### 直播间要素的重要性

- 专业人设是主播赢得信任的关键  
数据26: 直播间要素的重要性，2022年
- 有内涵且秩序良好的直播间受到高学历人群青睐  
数据27: 被访者认为“重要”的部分要素（按教育程度区分），2022年
- 有趣的直播形式助力增强用户粘性  
数据28: 直播间要素的重要性（按观看直播购物的时长区分），2022年
- 50-59岁的消费者支持民族品牌  
数据29: 调查的要素——被访者认为“重要”（按年龄区分），2022年

### 持续关注主播的原因

- 值得信任是吸引消费者持续关注的关键  
数据30: 持续关注主播的原因，2022年
- 选品能力与价格实惠一样重要  
数据31: 持续关注主播的原因——主播帮我筛选出了好的产品（按年龄区分），2022年
- 主播的个性可提高用户忠诚度  
数据32: 持续关注主播的前五大原因（按观看直播购物的时长区分），2022年

### 对直播带货的态度

- 网络直播帮助消费者提升购物效率  
数据33: 对直播带货的态度——观看目的（按年龄区分），2022年
- 品牌自播正在兴起  
数据34: 对品牌官方店播与网红主播带货的态度，2022年
- 直播可以影响人们对品牌/产品的认知，尤其是对于高收入人群而言  
数据35: 对直播带货的态度（按个人月收入区分），2022年  
数据36: 对头部主播的态度（按个人月收入区分），2022年

### 附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。