



直播电商&短视频

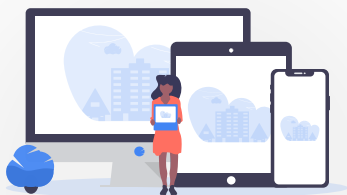
2022趋势分享

益普索

2022.03

项目设计

调研方式



网络问卷

调研对象



18岁以上网民

城市覆盖



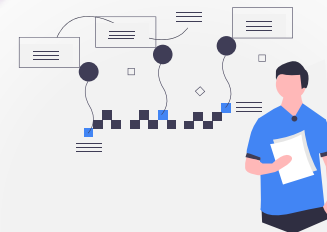
1-5线城市

调研时间



第一期：2019.12
第二期：2020.12
第三期：2022.02

样本数量



每期2000份
有效问卷

版权说明

报告所发布内容均为益普索作为第三方研究平台的独立数据与研究分析，不代表任何企业的立场，转载请注明报告来源。

直播电商趋势总结

01



用户量增长

02



消费力增加

03



需求更多元

更多用户观看，粘性增强

- 近40%互联网用户观看直播，下线城市和30岁以上人群增长迅速
- 同时，观看频次和时长显著增长，近1/3用户每天都看，半数用户观看时间超过1小时



观看频次

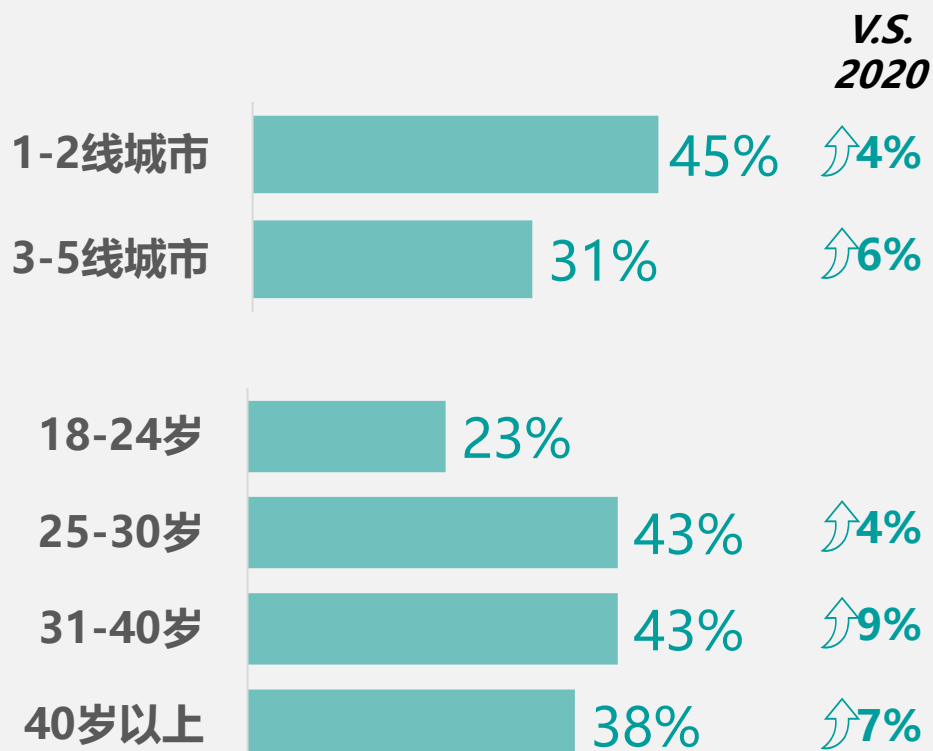
32% ↗8%

每天1次及以上观看直播

观看时长

52% ↗9%

每次观看直播1-3小时



更多用户下单，下单更果断

- 通过电商直播购物用户比例上升，其中近半数用户会在观看时直接下单，购物更果断

82%



观看直播时会进行购物

相比2020年↑8%

47%



直播间直接下单

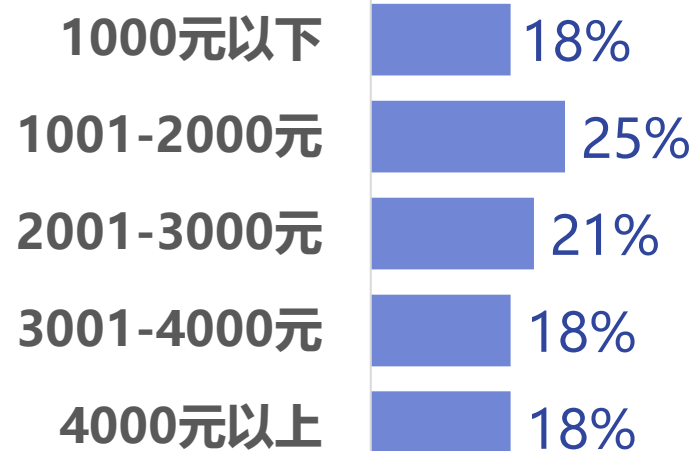
相比2020年↑12%

消费能力增长，丰俭由人

- 直播电商用户平均年消费超过2500元，超过40%的用户花费增加，平均花费增长12%

直播电商
平均年消费

¥ 2,509

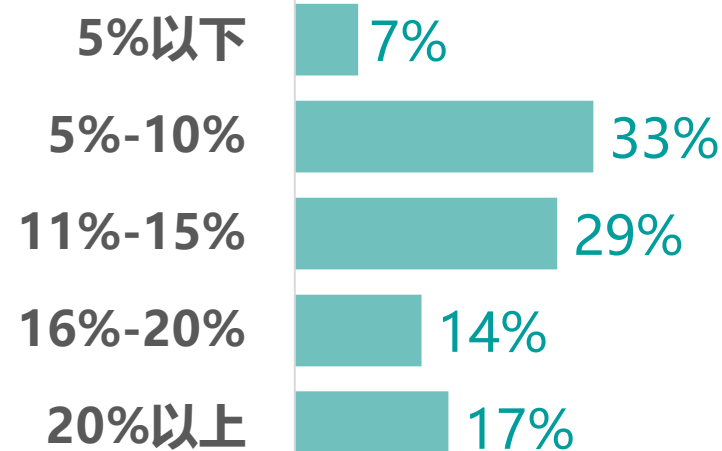


V.S. 2020

42%

直播电商用户
消费金额有所增加

花费
平均增长
12%



四大品类快速增长，七大品类新鲜入局

- 鞋帽服饰，美妆个护，食品饮料和箱包品类深耕已久，增速较快
- “图书音像”，“茶叶酒品”，“知识付费”，“产品/服务团购”，“医药保健”，“汽配”和“古董文玩”新鲜入局

快速增长品类 (增长>5%)



鞋帽服饰

63% ↑7%



美妆个护

52% ↑9%



食品饮料

62% ↑13%



箱包

25% ↑9%

品类新秀



图书音像

16%



茶叶酒品

13%



知识付费

11%



产品/服务团购

11%



医药保健

7%



汽配

6%

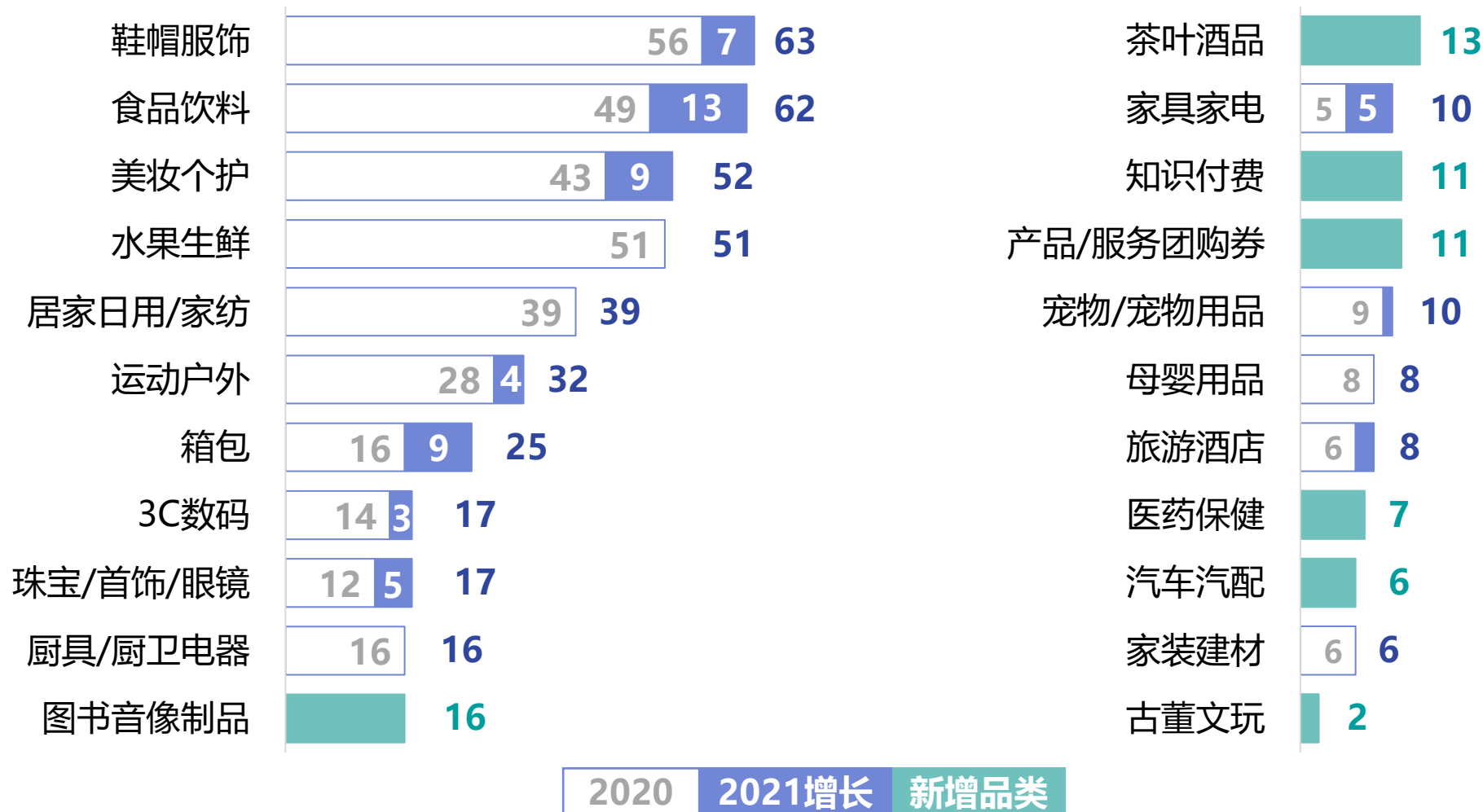


古董文玩

2%

品类更多元

- 10大品类有所增长，鞋帽服饰，食品饮料，美妆个护，箱包品类增速超过5%
- 图书音像制品，茶叶烟酒，知识付费，和团购券虽为新鲜入局，仍一举获得超过10%的消费者



用户关注的主播和直播间类型丰富

- 不光是对货品的需求更加丰富，对于主播和直播间类型的需求也更加多元化

关注主播



网红/自媒体主播 **32%**



职业卖货主播 **26%**

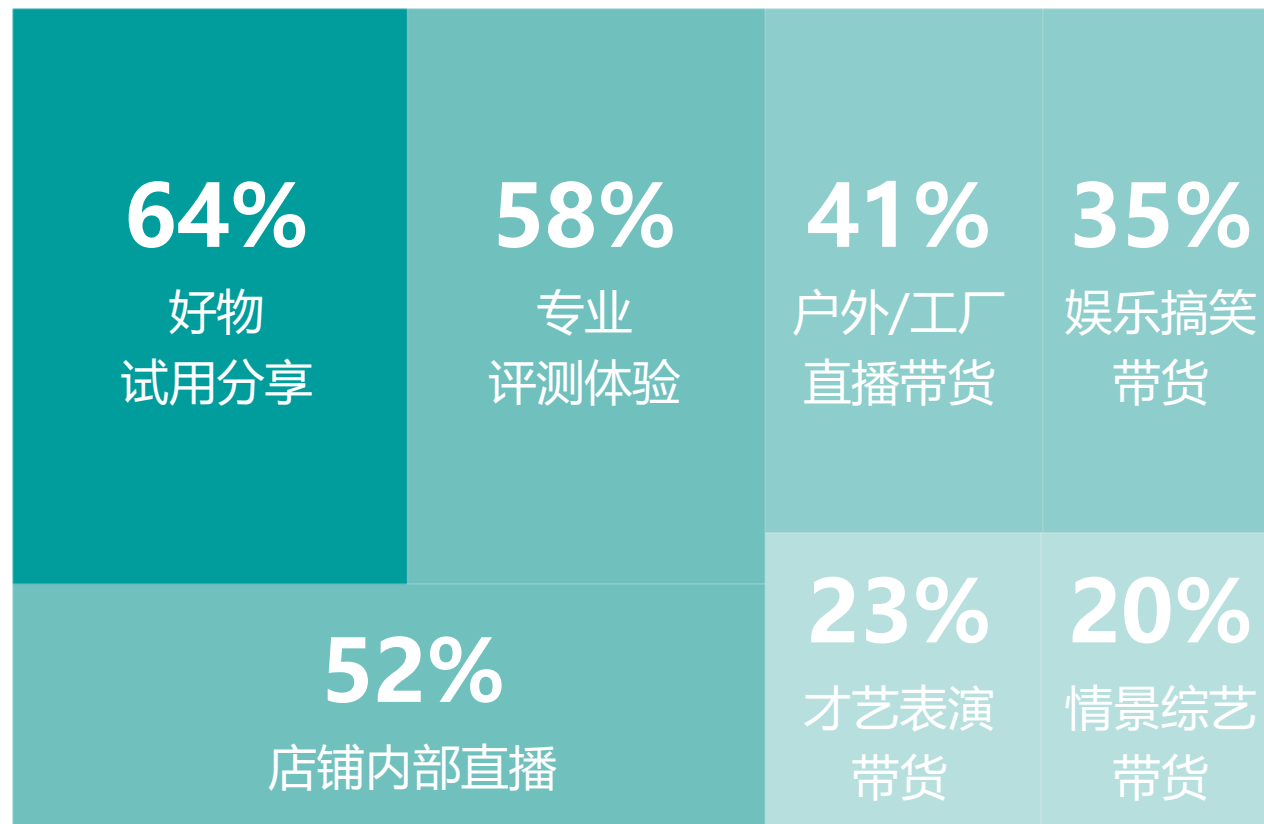


品牌店铺达人 **25%**



明星/名人 **16%**

关注直播间类型



抖音直播领跑，服务趋近完善

- 相比老牌电商平台，短视频平台的满意度与其相近。以抖音为例，在提供全流程服务同时，推出差别服务，提升了平台使用体验及口碑



用户对平台仍有更多期待

- 备货不充分，商品需要抢购，货不对板，价格优势消退是目前消费者主要不满意的方面

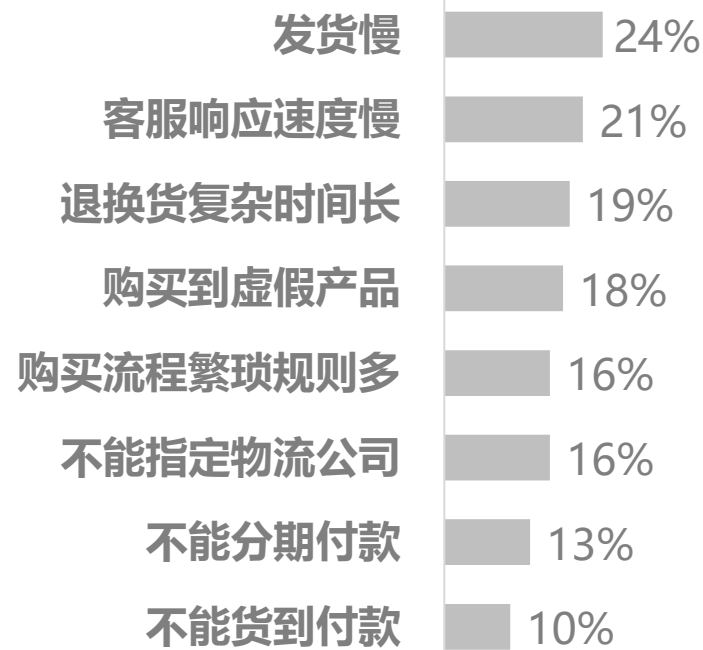
37% 商品抢购难度大，且需等待



35% 产品与介绍不符



27% 价格不够实惠





用户

用户增加

消费增长

需求多元

用户需求升级
品牌应对变化

投入增加

丰富内容

形式创新



品牌&平台

品牌人格化，直播间千人千面



- 根据产品属性和用户需求搭建直播
- 与目标用户建立联系，为潜在用户带来价值



彪马“彪汗客厅”直播

- 根据自身运动产品特性，打造云健身直播，为用户带去建设解决方案的同时，传递产品特征
- 与品牌粉丝加深联系，提升好感，也吸引更多用户关注

主播团队化，及时满足用户需求

- 设置专人团队，灵活应对
- 快速满足多样需求



太平鸟女装直播

- 打造专业直播团队，主播更注重品牌特点，面料，设计，搭配等方面的价值输出
- 多人轮播，持续满足用户需求，快速满足如不同身材试穿，不同光线环境产品展示等需求

沟通场景化，搭建品牌信任



- 场景化直播
- 有效传递产品特点
- 快速建立信任



YAYA雪山实景直播

- YAYA羽绒服在雪山实景直播带货，从行业同质化的直播场景中脱颖而出，吸引流量
- 同时用户对直播创意，主播，产品质量都给予肯定，品牌好感度也得到提升

内容“综艺”化，占据用户心智，便于二次传播



- 沉浸场景打造
- 延长留存时间，给用户充分考虑时间
- 帮助品牌二次传播



直播卖货已经这么内卷了吗哈哈哈哈哈

4A广告提案网 · 2021-11-2



笑死了集美们！佰草集延禧宫今晚不

佰草集“宫廷”直播

- 佰草集将国货和古装剧结合，打造直播综艺，强代入感的服化道和互动话术，提升留存时间，削减购物感，使用户感受快乐
- 娱乐内容也适于二次传播，帮助品牌进一步引流

Thanks

The background features a dark blue gradient with several glowing, curved lines in shades of cyan and purple. A prominent, bright cyan orb is positioned in the upper right quadrant, surrounded by smaller, scattered glowing points of light in various colors like green, pink, and blue.