

电商节直播研究报告

——以618为例



2020.07

前言 PREFACE

2020年初，受黑天鹅事件“疫情”影响，线上化需求强烈，多行业重视直播电商渠道价值，直播电商行业的发展速度与渗透效率明显提升，并成为电商运营标配。

2020年618，疫情出现后的第一个国民购物节，战略地位显著提升，备受政府、平台、品牌等方面的期待。电商运营标配直播电商作为被各方认可的有效转化手段，在618期间更是取得了良好的销售战绩。政府方面，海南省商务厅主办的“海南省‘6·18’电子商务大型直播促消费活动”，带动淘宝、天猫海南全品类销售额超过14亿元；平台方面，淘宝直播平台仅6月1日即实现GMV超51亿，京东直播618期间日均带货额较2019年双十一提升21倍；品牌商家方面，格力董明珠618期间2场直播累计销售额超过168亿。618期间，借助直播电商等形式，政府推进了拉动内需的任务，平台达到了刺激消费的目标，品牌实现了资金回流和销售转化的需求。

2020年7月22日，新榜研究院输出《电商节直播研究报告——以618为例》，报告对2020年这个特殊的618展开分析研究，并围绕618期间直播电商行业发现、人货场现状和前景趋势进行了讨论。

目录CONTENTS

1.0

618直播电商
发展概述

2.0

618狂欢下的
“人、货、场”

3.0

直播电商
前景展望

1.0

○

—

618直播电商发展概述

618由店庆日变行业狂欢节，直播电商地位逐步提升至运营标配

2010年

京东618促销活动升级为大型购物节

2009年淘宝双十一购物节活动引发巨大关注之后，2010年年中，京东对618促销活动进行升级，延长了活动时间，并进一步加大促销力度。

2012年

多家电商平台于618期间开展促销活动

2012年，天猫、苏宁等电商平台跟进并参与促销活动，与京东形成竞争关系。

2016年

直播电商得到初步应用

2016年，天猫、苏宁等平台尝试通过直播助力618电商销售，其中，天猫直播助MO&Co和欧时力获得千万销售额。

2020年

618期间，各电商平台竞争激烈，力度加码，短视频平台正式入局，直播电商成电商运营标配

2020年618，全网电商GMV达4573亿元，同增43.8%。天猫销售额首次超京东，618原始品牌主张逐渐淡化。

2020年618期间，直播电商场次达百万，其中，淘宝直播场次规模数量占据主要部分。6月1日-6月16日早上7点，淘宝直播GMV同比增长超过250%。京东直播618期间日均带货额较2019年双十一提升21倍，京东直播带货效率提升。

2011年

少量平台跟进京东618

2011年，主营家电品类的电商平台库巴网跟进，于618期间进行促销活动。

2014年

618逐渐由京东店庆发展为全行业促销节点，平台促销力度加大，活动周期延长，竞争逐渐白热化

2014年，京东“购物大趴”活动同时，天猫加大活动力度，并设置年中大促；苏宁活动周期扩展至整个6月。

2018年

“618”销售额首次超越前一年度“双十一”，618、双十一成为年度网购两大重要节点，直播电商渠道价值初显

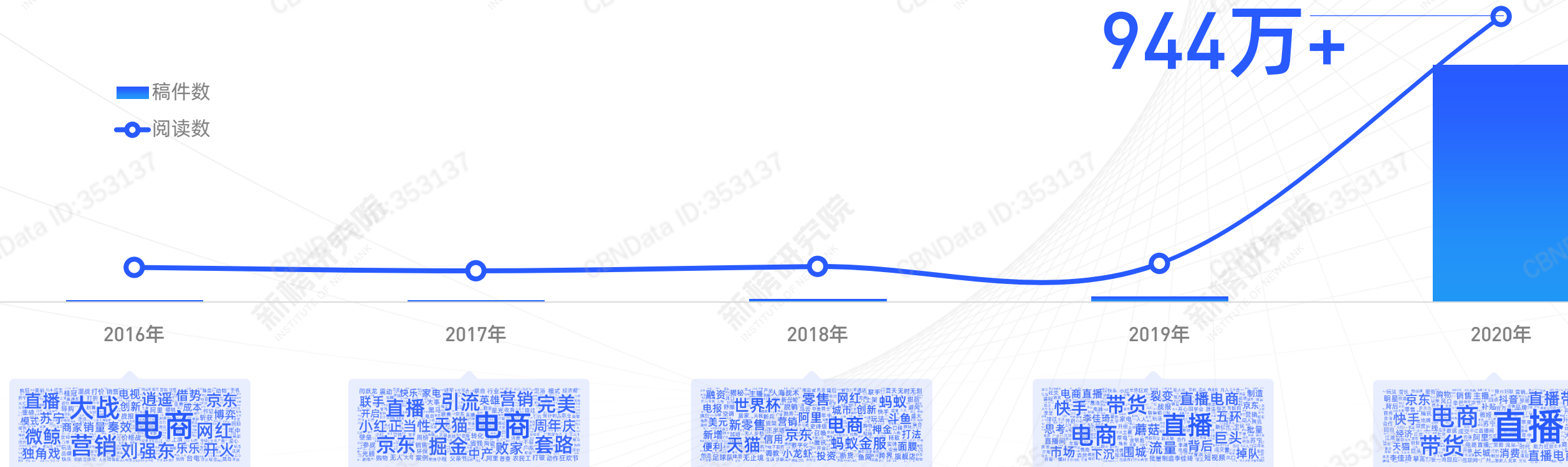
2018年，“618”销售额首次超越前一年度“双十一”，达到2844.7亿元，增速高达85%。

2018年，淘宝直播进行618直播活动，组织千名主播PK带货；京东则是召集618个斗鱼网红于平台专题页直播。

新榜研究院
INSTITUTE OF NEWRANK

观察历年618期间的内容发现，2016年-2018年，直播电商主要是在讨论电商行业或电商平台时提及，提及程度较弱，直播电商形式在618大促中重视程度较低；2019-2020年，文章将直播电商作为电商运营重要策略进行重点提及，直播电商行业地位提升。

944万+



NEWRANK.CN

618期间，各平台直播带货战绩喜人，短视频平台明星带货表现佳

新榜研究院
INSTITUTE OF NEWRANK



淘宝

51亿+

淘宝直播单日GMV情况^[1]

250%

淘宝直播GMV同比增长情况^[2]



京东

14倍

京东直播日均场次规模增长情况^[3]

21倍

京东直播日均带货额规模增长情况^[3]



抖音

3.5亿+

抖音明星带货GMV^[4]

1万+

抖音日均直播带货场次^[5]



快手

31亿+

快手明星带货GMV^[4]

14亿+

6月16日直播战绩^[6]



拼多多

1.4亿

6月6日“明星推荐官”周涛战绩

3.9亿

618超拼夜秦海璐直播成交额

数据来源：新抖数据平台 (xd.newrank.cn)；平台官方；公开资料整理

注：【1】统计周期为6月1日单日；【2】统计周期为6月1日至6月16日早上7点；【3】统计周期为6月1日-18日，对比对象为2019年的双十一；【4】统计周期为6月1日-18日；【5】统计周期为6月16日-18日；【6】6月16日直播战绩：快手616品质购物节，6月16日百亿补贴专场战报

2.0



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16871

