

2020年直播电商数据报告-抖音VS快手

2020.6



目 录

CONTENTS

PART 01 抖音VS快手直播电商数据概览

PART 02 抖音VS快手直播电商用户画像

PART 03 抖音VS快手直播电商主播画像

PART 04 抖音VS快手直播电商品类数据

PART 05 抖音VS快手直播电商品牌数据

PART 01

抖音VS快手直播电商数据概览

1.1 直播电商生态环境

1.2 直播电商增量数据

1.3 直播电商用户粘性

1.4 直播电商商业数据



抖音VS快手：直播电商生态环境



月活跃用户数：**5.67亿**
日活跃用户数：**4亿**



月活跃用户数：**4.7亿**
日活跃用户数：**3亿**

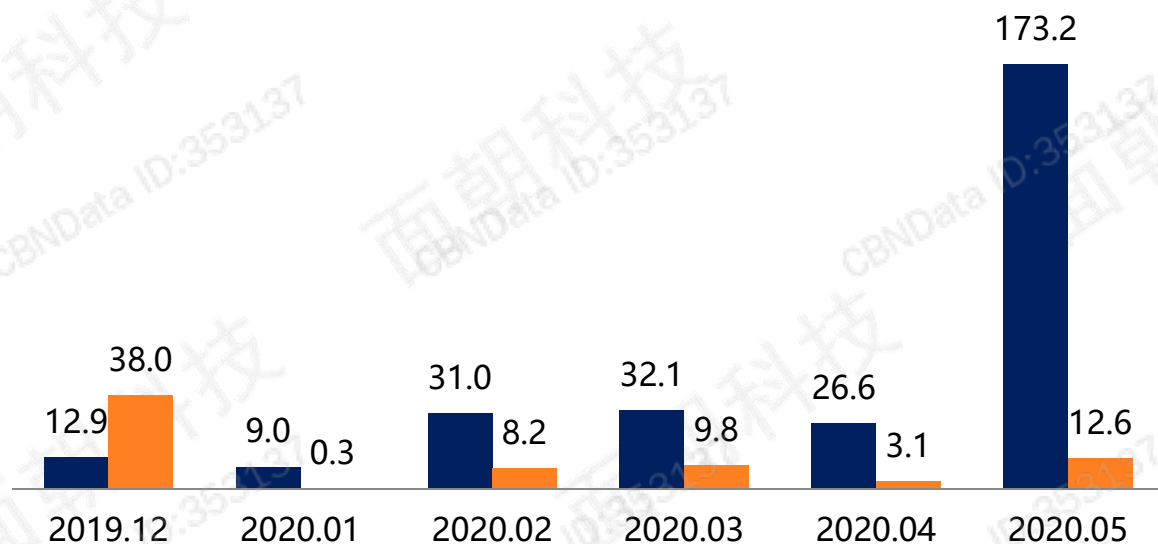
算法机制	爆款机制 ，“千人千面”的个性化推荐算法，将海量内容高效分发，并有利于高热度内容快速形成爆款	公平普惠机制 ，社区属性更强，通过内容、用户特征以及环境特征进行推荐，让更多人能够被看见
用户画像	一二线城市 用户为主， 25-35岁 用户较多	新二线、三线及以下 城市用户为主， 24岁以下 年轻用户更爱看快手直播
用户粘性	用户与主播的 互动较弱 ，主要是对作者某个作品内容感兴趣，对作者信任度较低， 用户粘性较低	用户与主播的互动 更频繁深入 ，关注者对作者的认可度高，信任度强， 用户粘性较高
带货品类	美妆个护、网红产品（新奇特、高颜值） 为主， 品牌型产品 较多	食品、农产品、服饰、生活用品 为主，性价比高的 白牌型 产品较多
带货店铺	淘宝/天猫、京东、考拉、唯品会、苏宁易购、抖音小店等	有赞、魔筷星选、淘宝、京东、拼多多、快手小店
直播带货本质	属于 内容营销 ，捎带卖货，注重 强关键词，强算法	属于 社交方式 ，捎带卖货， 强社交链条，强私域化

抖音近半年新增直播主播达285万，疫情期间，直播场次快速增长

- 近6个月直播主播增量月度趋势中，抖音共增加**285万**直播主播，2020年1月开始不断增加，5月增长主播数量最多，**单月增长173.2万**，同比增长551%；快手共增加**72万**直播主播，增长较为平稳。
- 近6个月直播场次月度趋势中，抖音主播直播共计**5531万场**，从2月起，抖音直播场次快速上升，同比增长**511%**，3-5月单月直播场次突破千万场，增长显著；快手主播直播共计**1273万场**，月直播场次较为平稳。
- 从主播增量和直播场次增量看，抖音在上半年加大直播布局力度，**通过主播扶持计划，吸引主播入驻。**

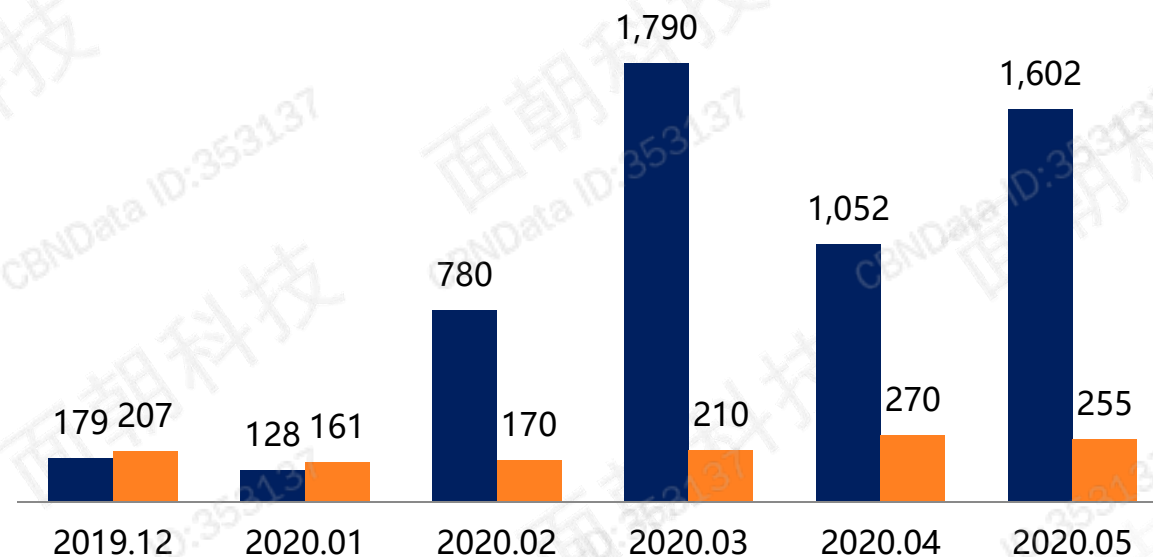
抖音VS快手直播主播增量月度趋势

■ 抖音主播增量 (万) ■ 快手主播增量 (万)



抖音VS快手直播场次月度趋势

■ 抖音直播场次 (万) ■ 快手直播场次 (万)



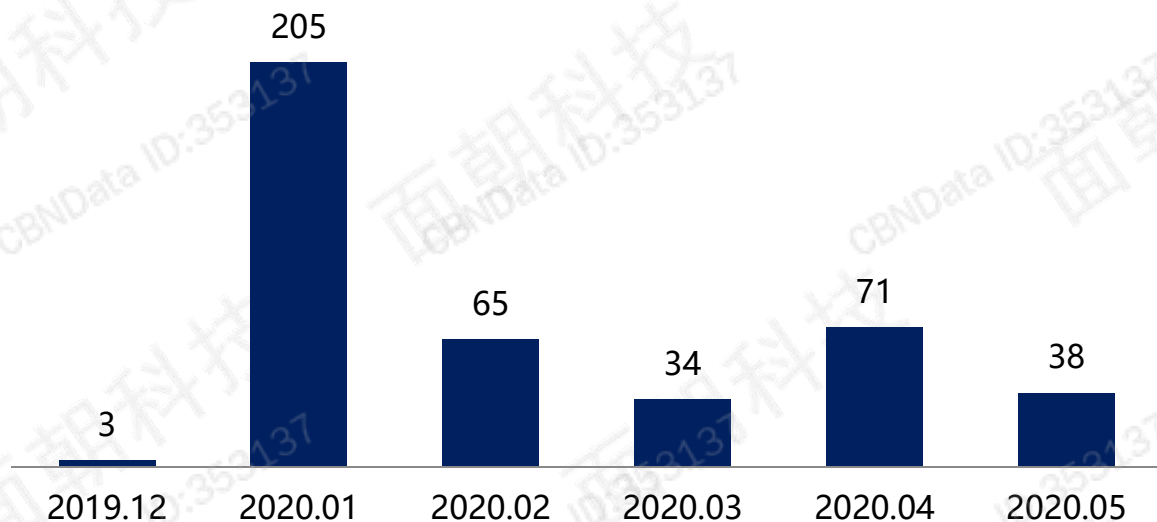
数据来源：飞瓜数据。统计时间：2019年12月-2020年5月。直播主播指开通直播功能的播主，以采集入库时间为准，仅供参考。

抖音用户观看直播习惯需培养，快手直播生态成熟，场均观看人数稳定

- 近6个月直播场均在线人数峰值趋势分布中，**抖音1月在线人数峰值最高，2月开始下降**。抖音直播主播数量、直播场次不断增加，**用户在抖音看直播的习惯仍然需培养**，1月处于春节放假期间，且受疫情影响，用户闲暇时间较多，直播场均在线人数峰值最高。
- 近6个月直播场均观看人数趋势分布中，**快手2月场均观看人数最高**，整体保持在400以上的水平。快手直播生态较为成熟，**用户观看直播习惯养成**，场均观看人数较为稳定。

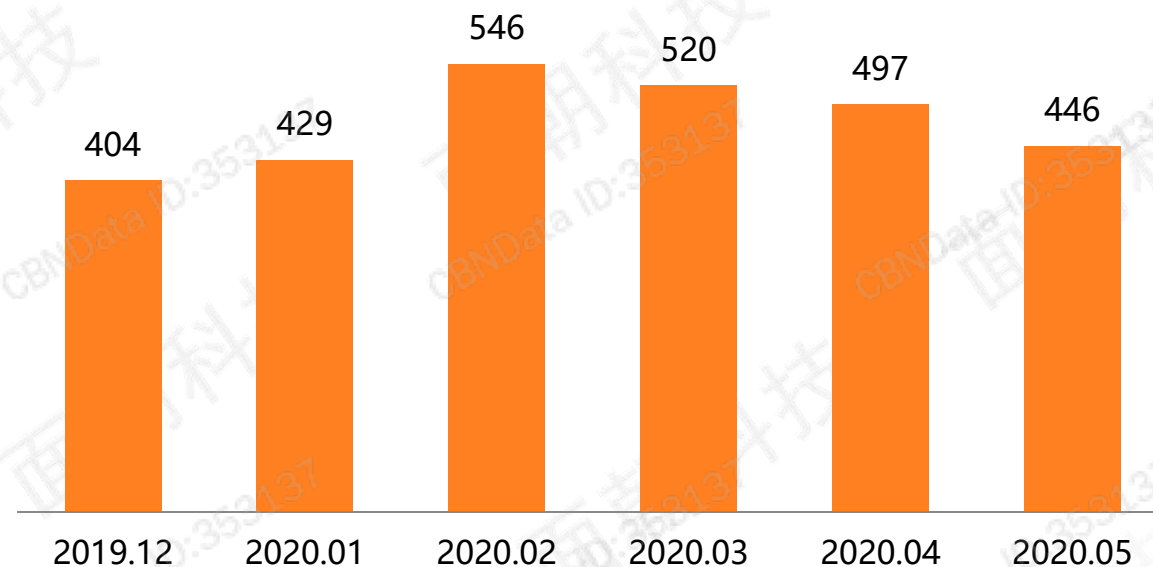
抖音直播场均在线人数峰值月度趋势

■ 场均在线人数峰值（人）



快手直播场均观看人数月度趋势

■ 场均观看人数（人）

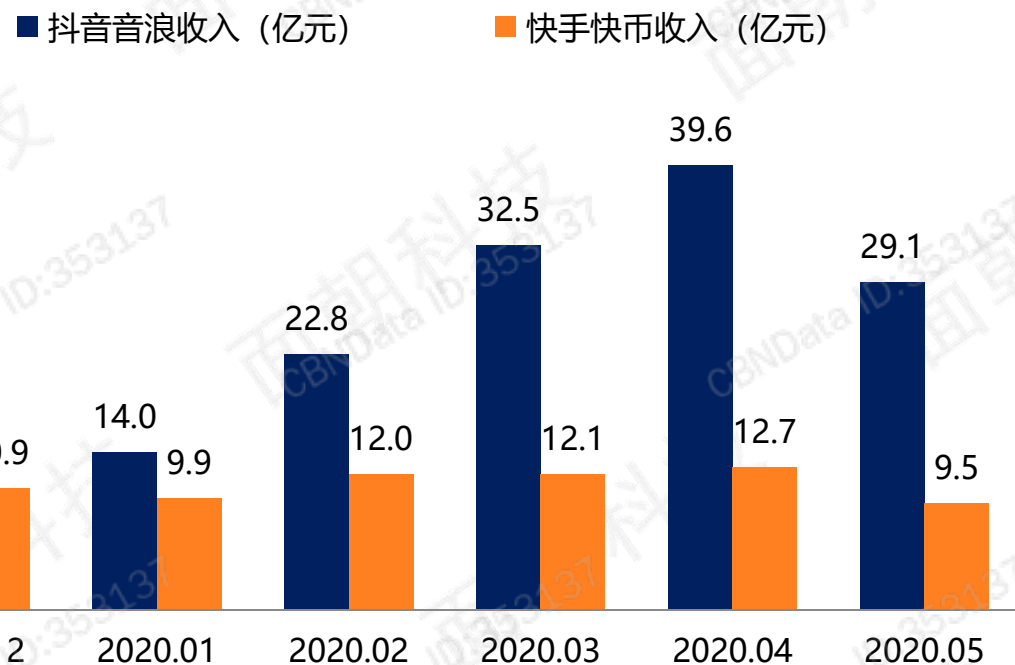


数据来源：飞瓜数据。统计时间：2019年12月-2020年5月。人数峰值指单场直播间同时在线观众人数的最大值。

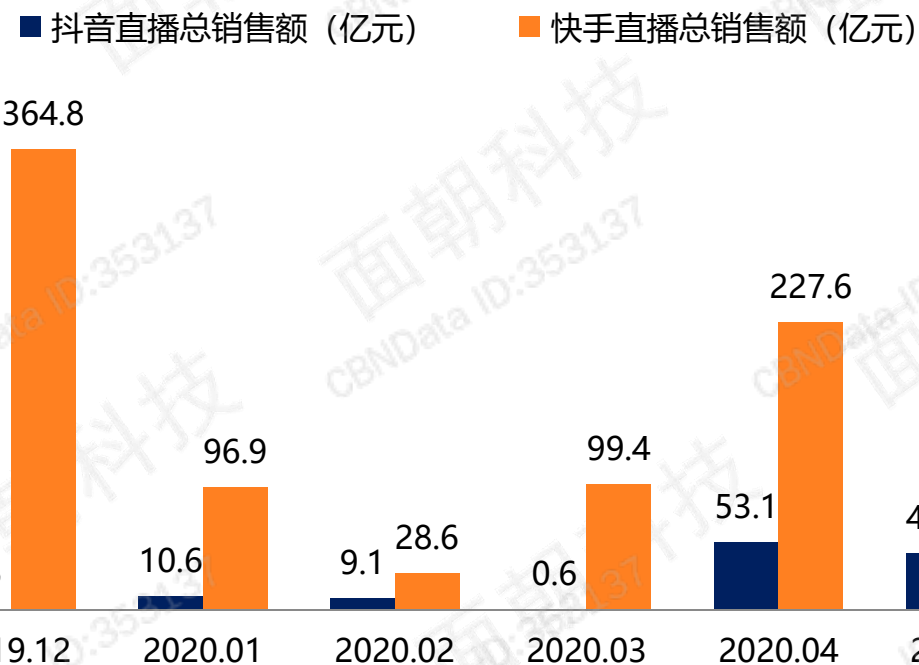
抖音观看直播用户爱“送礼”，快手观看直播用户爱“剁手”

- 近6个月直播**主播礼物收入分布中**，抖音主播音浪收入共计**152亿元**，2月起，直播主播数量、直播场次不断增加，主播礼物收入也不断增加，**2月同比增长63%**；快手主播快币收入共计**67亿元**，整体收入趋于稳定。
- 近6个月直播主播带货商品总销售额分布中，抖音主播直播共带货**119亿元**，4月份开始主播直播带货总销售额增速快；快手主播直播共带货**1044亿元**，1、2月有所下降，3月开始增长，4、5月单月突破200亿元。

抖音VS快手直播主播礼物收入月度趋势



抖音VS快手直播带货商品总销售额月度趋势



数据来源：飞瓜数据。统计时间：2019年12月-2020年5月。礼物收入指主播直播间用户购买虚拟礼物赠送给主播所花费的金额，不代表主播实际收到的金额。

PART 02

抖音VS快手直播电商用户画像

2.1 性别/年龄分布

2.2 地域分布



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_16877

