

2021年上半年内容型社交 电商行业分析报告

统计时间：2021年1月1日 - 6月30日

统计平台：微博、微信、小红书、抖音、快手、B站

制作：果集 春秀

GUOJI.PRO

报告说明

版权说明:

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归果集数据所有。其中，部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归属原著作者所有。果集数据获取信息的途径包括公开资料、市场调查及第三方采购。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为“果集数据”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

数据来源:

统计时间：2021年1月1日-6月30日，部分数据见页面具体统计说明。

覆盖平台：微博、微信、小红书、抖音、快手、B站。

数据来源：果集数据（www.guojipro.com）。

免责声明:

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，最终解释权归本公司所有。

目 录

01

内容型社交电商行业概述

定义、发展历程、发展环境

02

内容型社交电商发展现状

行业规模、主流平台现状、电商布局情况

03

内容型社交电商平台KOL分析

微博、微信、小红书、抖音、快手、B站

04

内容型社交电商推广特点分析

内容数量、直播场次、带货品类/品牌分析

05

内容型社交电商品牌案例分析

Usmile、添可、韩束

Part 01

内容型社交电商行业概述



社交电商的定义



社交电商 (social commerce)：是电子商务的一种新的衍生模式，借助社交媒介（如社交网站、微博、微信等）传播途径，以社交互动、用户自生内容等手段来辅助商品或服务的销售行为，同时将关注、点赞、分享、评论互动等社交化元素应用于交易过程的购物模式；其是电子商务和社交媒体的融合，以信任为核心的社交型交易模式，是新型电子商务重要表现之一。

社交电商的模式



社交电商包括以下四种模式，本报告以“内容型社交电商”为核心展开研究。

- **拼购型社交电商**：以低价为核心吸引力，聚集2人及以上的用户，通过拼团减价模式，激发用户分享形成自传播。
- **会员制社交电商**：S2B2C模式，平台统一提供货、仓、配送及售后服务等全供应链流程，通过分销提升刺激用户成为分销商，利用其自有社交关系进行分享裂变，实现“自购省钱、分享赚钱”。
- **社区型社交电商**：以社区为基础，社区居民加入社群后，通过小程序等工具下订单，社区团购平台在指定时间内将商品统一配送至团长处，消费者上门自取或由团长进行最后一公里配送的团购模式。
- **内容型社交电商**：通过各类型内容影响、引导消费者进行购物，同时通过内容进一步了解用户偏好，实现商品与内容的协同，提升营销转化效果。

社交电商的定义、模式

起步期

微博、微信公众号、今日头条、知乎、小红书等平台上线，自媒体KOL开始探索变现模式，内容电商开始出现

内容形式：图文种草
典型代表：张大奕、雪梨

2012-2015

成长期

抖音、快手、西瓜视频等短视频社交平台兴起，直播带货进入探索期，自媒体大V打造个人品牌，内容电商变现模式加速发展

内容形式：短视频推荐
典型代表：李子柒、papi酱

2016-2018

2021-至今

内容电商全面发展，品牌加速布局直播电商，品牌自播成为增长加速器

内容形式：多形式并存，内容电商策略玩法升级
典型代表：太平鸟、花西子

高速发展期

2019-2020

直播电商爆发增长，明星名人、自媒体KOL开始转型布局电商直播，内容电商爆发式增长

内容形式：直播带货
典型代表：李佳琦、薇娅、罗永浩、大狼狗夫妇

爆发期

内容型社交电商发展环境

近年来，国家相关部门加强对社交电商行业的监管，推动行业规范化发展。例如：

- 2015年11月，国家工商总局《关于加强网络市场监管的意见》，社交电商首次纳入监管
- 2016年11月，国务院《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，首次提倡鼓励发展社交电商等新商业模式
- 2019年1月，中国人大常委《中国电子商务法》，电商领域首部综合性法律正式实施

- 电商平台：传统电商平台流量进入瓶颈期，增速放缓，获客成本上升，亟需外部渠道引流。
- 社媒平台：流量快速增长，电商化布局成为商业变现重要模式。
- 用户规模：CNNIC数据显示，截至2020年12月，我国网民规模达9.89亿，手机网民规模达9.86亿，网络支付用户规模达8.54亿，网络购物用户规模达7.82亿。网络覆盖率高，用户上网行为习惯养成，愈加成熟。

政治

01

经济

02

03

社会

04

技术

- 受疫情影响，2020年，全年社会消费品零售总额39.2万亿元，下降3.9%，降幅较上半年收窄7.5个百分点。网络购物、直播带货等新模式快速发展，国内消费稳步复苏。
- 用户消费能力不断提升。2020年全国居民人均可支配收入32189元，比上年名义增长4.7%。
- 资本、互联网巨头入局，社交电商行业关注度不断提高，行业集中度不断提升

互联网技术革新，为行业发展奠定技术基石。

- 互联网带宽技术、基础资源提升，为行业发展奠定良好基础
- 4G/5G技术的应用、AI智能等技术不断成熟，带动行业快速发展
- 智能手机的普及，流量资费水平下降，硬件/软件系统升级优化，用户体验不断完善

Part 02

内容型社交电商发展现状

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_24671

