

中国电商直播行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2026-2033年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电商直播行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/771846.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

电商直播是一种购物方式，是以直播为渠道来达成营销目的的电商形式。电商直播在法律上属于商业广告活动，主播根据具体行为还要承担“广告代言人”“广告发布者”或“广告主”的责任。

我国电商直播行业相关政策

为了进一步推动电商直播行业的发展，我国陆续发布了多项政策，如2025年9月商务部等8部门发布《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》支持即时零售、社交电商、直播电商等新业态新模式健康发展。

我国电商直播行业部分相关政策情况

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2025年9月

商务部等8部门

关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见

支持即时零售、社交电商、直播电商等新业态新模式健康发展。

2025年7月

农业农村部、国家发展改革委、教育部等部门

促进农产品消费实施方案

提升直播电商水平。指导电商平台以公益方式扶持一批有特色有潜力的乡村，培育一批扎根乡土的农民主播。引导电商平台开展乡村乡味等主题直播活动，丰富短视频创作，打造有影响力的农产品直播专区。

2025年6月

国务院办公厅

促进残疾人就业三年行动方案（2025—2027年）

持续开展农村困难残疾人实用技术培训项目，加大对农村电商、直播带货、乡村休闲旅游等新形态就业项目的支持力度，扶持农村残疾人从事寄递物流等工作。

2025年3月

民政部、公安部、司法部等部门

农村留守妇女困难群体精准关爱帮扶行动方案

鼓励通过新型农业经营主体、“企业+基地+农户”、“直播带货”等方式，发展特色农业、特色养殖、家庭手工业，帮助农村留守妇女困难群体实现“家门口”劳动增收。

2025年2月

农业农村部

落实中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴工作部署的实施意见
深入实施“互联网+”农产品出村进城工程，加强农产品电商人才培养，大力发展直播电商等新业态。

2024年12月

人力资源社会保障部、国家发展改革委、工业和信息化部等部门

关于加强人力资源服务助力制造业高质量发展的意见

聚焦制造业急需紧缺职业（工种），创新推广直播带岗、定向招聘，引导劳动力向紧缺领域集聚。

2024年11月

商务部等9部门

关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划

打造县域电商直播基地，发展网订店送、即时零售等新业态，推广农产品电商直采、定制生产等新模式。

2024年10月

市场监管总局

关于引导网络交易平台发挥流量积极作用扶持中小微经营主体发展的意见

发挥平台特色优势。鼓励平台发挥短视频和直播等新业态在品牌打造、提升产品知晓度等方面的积极作用，更精准匹配消费者与经营主体。支持平台为经营主体开展直播带货等新型营销活动提供技术、内容创作工具等支持，增强经营主体宣传营销能力。

2024年10月

农业农村部

关于落实“四个一批”要求扎实推进帮扶产业高质量发展的指导意见

鼓励脱贫地区深入实施农村电商高质量发展工程和“互联网+”农产品出村进城工程，促进电商与一二三产业融合，发展直播电商等新业态。

2024年10月

农业农村部

关于大力发展智慧农业的指导意见

拓展农产品网络销售渠道，推动大型商超、电商平台等与主产区建立对接机制，规范发展直播电商等新模式，组织开展“庆丰收消费季”等营销促销活动。

2024年4月

商务部

数字商务三年行动计划（2024-2026年）

激发农村消费潜力。实施农村电商高质量发展工程，培育一批农村电商直播基地和县域数字流通龙头企业，组织开展农村直播电商相关活动，推动农产品产业链数字化转型。

2024年3月

文化和旅游部

“大地欢歌”全国乡村文化建设年工作方案

鼓励乡村文艺能人、团体等担当“我要办村晚”主播，通过直播互动的方式自办“村晚”，生动呈现乡村文化振兴的丰硕成果。

2023年12月

工业和信息化部等十一部门

关于开展“信号升格”专项行动的通知

完善互联网业务感知关键指标监测分析。提供视频直播、视频通话、短视频、云游戏等业务的互联网企业，加强对业务连通率、卡顿率、时延、高清视频占比等关键感知指标的监测分析，提升应用程序和主流终端兼容性，加大端到端协同，保障用户基本业务使用需求。

2023年7月

商务部等9部门

县域商业三年行动计划（2023-2025年）

鼓励农村电商创业就业。加强与全国及本地直播平台的合作，“以工代训”“以赛代训”，面向返乡大学生、农民工、退役军人等开展直播带头人技能培训，提升直播带货技能，激发农村直播电商创业就业热潮。举办多种形式的农村直播电商大赛，组织地方直播团队等参加，促进相互学习交流，提升农村直播电商营销水平。

资料来源：观研天下整理

各省市电商直播行业相关政策

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市电商直播行业的发展做出了具体规划,支持当地电商直播行业稳定发展，比如广东省发布的《广东省国家数字经济创新发展试验区建设方案（2025—2027年）》、海南省发布的《中国（海南）跨境电子商务综合试验区实施方案》。

我国部分省市电商直播行业相关政策（一）

省市

发布时间

政策名称

主要内容

北京市

2025年11月

北京市促进“人工智能+视听”产业高质量发展行动方案（2025-2029年）

推动“人工智能+视听”技术赋能广告内容生成、制作、投放，实现降本增效，推动传统广告业提质升级，实现向即时响应、情境驱动转型，更好满足用户个性化需求。支持AI数字人等加速落地广告营销、电商直播等应用场景。

2025年11月

金融支持北京市提振和扩大消费的实施方案

支持金融机构依法合规与社交电商、直播电商等开展合作，积极满足商户和消费者融资需求。

黑龙江省

2025年11月

黑龙江省冬季冰雪旅游“百日行动”实施方案（2025—2026年）

鼓励电商平台开展线上直播带货、主题营销活动，拓展龙江特色美食销售渠道。

福建省

2025年10月

福建省促进残疾人就业三年行动方案（2025—2027年）

协调推动直播带货、电商平台等为残疾人农副产品提供销售支持。

天津市

2025年8月

天津市推动数字贸易创新发展的实施方案

支持数字贸易平台企业有序发展，打造一批跨境电商特色产业带、跨境电商产业园区，全面推进直播电商、即时零售、在线文娱等新型消费业态发展。

河北省

2025年8月

河北省县域快递物流中心建设行动计划

推广大名县、晋州市模式，鼓励电商企业在快递物流中心设立直播基地、选品中心（产品展厅）、仓配中心，或邮政快递企业进驻电商产业园区，打造完备的选品、包装、直播、云仓、寄递全链条供应链体系。

上海市

2025年7月

上海市市场监督管理局开展优化消费环境三年行动若干措施

开展网络反不正当竞争执法专项行动，依法查处直播电商虚假宣传、刷单炒信、价格欺诈等违法行为。

江苏省

2025年8月

关于推动供销合作社高质量发展强化为农服务综合平台建设的意见

大力发展直播带货、私域电商、即时零售等业态，做好“土特产”文章。

2025年5月

江苏省实施提振消费专项行动若干措施

推进电商产业集聚建设，大力培育品质电商，支持虚拟直播、即时零售、数字生活服务等新

业态新模式发展。高质量举办网上年货节、双品网购节、电商直播季、“丝路电商”等系列品牌活动，打造网络促消费活动矩阵。

河南省

2025年5月

河南省提振消费专项行动实施方案

做强数字消费。实施数字消费提升行动，加大品质电商培育力度，积极发展直播电商、即时零售等新业态，培育一批电商特色品牌和直播电商基地，构建智慧商圈、智慧街区、智慧门店等消费新场景，加快无人零售店、自提柜、云柜等新业态布局。在农产品销售、跨境电商、餐饮消费等方面加强与电商平台合作。持续推进乡村振兴直播产业基地建设，提升涉农直播人员技能。办好“网上年货节”“双品网购节”“数商兴农庆丰收”等活动，谋划开展“626中国服装品牌直播季”及重要节假日网上促消费活动，举办“数商兴农进河南”活动。

浙江省

2024年4月

浙江省推动大规模设备更新和消费品以旧换新若干举措

强化国内国际标准衔接。参与制定电子商务交易、绿色直播、文化旅游等领域相关国际标准、国家标准。

安徽省

2024年2月

皖北绿色食品产业集群建设实施方案

深入实施电子商务进万村行动，发展直播带货、社群电商等新模式。

资料来源：观研天下整理

我国部分省市电商直播行业相关政策（二）

省市

发布时间

政策名称

主要内容

广东省

2025年11月

广东省国家数字经济创新发展试验区建设方案（2025—2027年）

深化“直播+商场”“直播+门店”等模式，挖掘更多消费热点，探索线上线下融合发展可行路径。

2025年2月

广东省促进服务消费高质量发展若干措施

推进电子竞技、社交电商、直播电商、无人零售店、自提柜等新业态布局，支持直播电商平台创新虚拟主播、3D直播间等带货模式和场景，联动社区、商圈实施精细化运营。

海南省

2025年11月

海南省促进残疾人就业三年行动实施方案（2025-2027年）

将农村电商、直播带货、乡村旅游等纳入农村困难残疾人实用技术培训项目。

2025年9月

中国（海南）跨境电子商务综合试验区实施方案

构建电子商务直播生态赋能体系。依托海南自由贸易港数据流动优势，大力发展电子商务直播新业态，创新跨境电子商务出口营销模式，带动全国优质产品出海。支持有条件的市县科学布局一批电子商务直播集聚区，招引MCN[2]机构、跨境电子商务企业、供应链服务商等产业链上下游企业集聚，建立“主播孵化—选品对接—流量运营—跨境履约”服务体系。支持电子商务直播企业延伸服务链条，通过“直播切片+海外社媒分发”模式拓展国际市场。支持企业搭建直播数据中台，为电子商务直播企业分析海外用户画像与消费趋势，精准面对企业直播和引流，提供选品支持。支持企业利用直播流量为独立站引流。

云南省

2025年10月

云南省促进残疾人就业三年行动实施方案（2025—2027年）

持续实施农村困难残疾人实用技术培训项目，探索开展农村电商、直播带货、乡村休闲旅游等新形态就业培训，培训残疾人三年不少于15000人次。

2025年4月

云南省提振消费专项行动实施方案

发展数智消费，加快社交电商、即时零售等直播电商新模式发展，推动平台经济数实融合发展，探索跨境电商“保税展示+网购保税”新业态。

重庆市

2025年9月

重庆市进一步强化食品安全全链条监管若干措施

建立政企协同治理机制，加强对直播带货、私域电商、社区团购等网络食品销售新业态的治理，实现网络销售食品安全问题信息监测、预警通报、协查处置、督促整改等全过程闭环监管。

四川省

2025年9月

四川市场监管部门优化营商环境若干措施

。深入开展直播电商突出问题专项整治，严厉打击虚假宣传、违法广告、刷单炒信等行为，依法规范属地直播电商平台企业和直播电商经营者、主播、直播营销服务机构经营行为。

广西壮族自治区

2025年6月

广西提振消费专项行动实施方案

举办“桂字号”首发首秀首展，开展品牌发布会、新品品鉴会、文化体验活动、直播带货等系列活动。

宁夏回族自治区

2024年12月

以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力实施方案

鼓励企业冠名各级品牌赛事，支持直播、短视频等在线冰雪产品创作。

资料来源：观研天下整理（XD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国电商直播行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容，帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。
行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章中国电商直播 行业基本情况介绍

第一节 电商直播 行业发展情况概述

一、电商直播 行业相关定义

二、电商直播 特点分析

三、电商直播 行业供需主体介绍

四、电商直播 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国电商直播 行业发展历程

第三节 中国电商直播行业经济地位分析

第二章 中国电商直播 行业监管分析

第一节 中国电商直播 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国电商直播 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对电商直播 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国电商直播 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国电商直播 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、 经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国电商直播 行业环境分析结论

第四章 全球电商直播 行业发展现状分析

第一节 全球电商直播 行业发展历程回顾

第二节 全球电商直播 行业规模分布

一、2021-2025年全球电商直播 行业规模

二、全球电商直播 行业市场区域分布

第三节 亚洲电商直播 行业地区市场分析

- 一、亚洲电商直播 行业市场现状分析
- 二、2021-2025年亚洲电商直播 行业市场规模与需求分析
- 三、亚洲电商直播 行业市场前景分析
- 第四节 北美电商直播 行业地区市场分析
- 一、北美电商直播 行业市场现状分析
- 二、2021-2025年北美电商直播 行业市场规模与需求分析
- 三、北美电商直播 行业市场前景分析
- 第五节 欧洲电商直播 行业地区市场分析
- 一、欧洲电商直播 行业市场现状分析
- 二、2021-2025年欧洲电商直播 行业市场规模与需求分析
- 三、欧洲电商直播 行业市场前景分析
- 第六节 2026-2033年全球电商直播 行业分布走势预测
- 第七节 2026-2033年全球电商直播 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

- 第五章 中国电商直播 行业运行情况
- 第一节 中国电商直播 行业发展介绍
- 一、行业发展特点分析
- 二、行业技术现状与创新情况分析
- 第二节 中国电商直播 行业市场规模分析
- 一、影响中国电商直播 行业市场规模的因素
- 二、2021-2025年中国电商直播 行业市场规模
- 三、中国电商直播行业市场规模数据解读
- 第三节 中国电商直播 行业供应情况分析
- 一、2021-2025年中国电商直播 行业供应规模
- 二、中国电商直播 行业供应特点
- 第四节 中国电商直播 行业需求情况分析
- 一、2021-2025年中国电商直播 行业需求规模
- 二、中国电商直播 行业需求特点
- 第五节 中国电商直播 行业供需平衡分析

- 第六章 中国电商直播 行业经济指标与需求特点分析
- 第一节 中国电商直播 行业市场动态情况
- 第二节 电商直播 行业成本与价格分析
- 一、行业价格影响因素分析

二、行业成本结构分析

三、2021-2025年中国电商直播 行业价格现状分析

第三节 电商直播 行业盈利能力分析

一、电商直播 行业的盈利性分析

二、电商直播 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国电商直播 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第五节 电商直播 行业的经济周期分析

第七章 中国电商直播 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国电商直播 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电商直播 行业产业链图解

第二节 中国电商直播 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电商直播 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电商直播 行业的影响分析

第三节 中国电商直播 行业细分市场分析

一、中国电商直播 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国电商直播 行业市场竞争分析

第一节 中国电商直播 行业竞争现状分析

一、中国电商直播 行业竞争格局分析

二、中国电商直播	行业主要品牌分析
第二节 中国电商直播	行业集中度分析
一、中国电商直播	行业市场集中度影响因素分析
二、中国电商直播	行业市场集中度分析
第三节 中国电商直播	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布特征	
三、企业所有制分布特征	
第四节 中国电商直播	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	

第九章 中国电商直播	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国电商直播	行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析	
二、行业资产规模分析	
第二节 中国电商直播	行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产	
二、销售收入分析	
三、负债分析	
四、利润规模分析	
五、产值分析	
第三节 中国电商直播	行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析	
二、行业偿债能力分析	
三、行业营运能力分析	
四、行业发展能力分析	

第十章 中国电商直播	行业区域市场现状分析
第一节 中国电商直播	行业区域市场规模分析

一、影响电商直播 行业区域市场分布的因素

二、中国电商直播 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区电商直播 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区电商直播 行业市场规模

2、华东地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区电商直播 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区电商直播 行业市场规模

2、华中地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区电商直播 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区电商直播 行业市场规模

2、华南地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区电商直播 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区电商直播 行业市场规模

2、华北地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区电商直播 行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区电商直播 行业市场规模

2、东北地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区电商直播 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区电商直播 行业市场规模

2、西南地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区电商直播 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区电商直播 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区电商直播 行业市场规模

2、西北地区电商直播 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区电商直播 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国电商直播 行业市场规模区域分布预测

第十一章 电商直播 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国电商直播 行业发展前景分析与预测

第一节 中国电商直播 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国电商直播 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国电商直播 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国电商直播 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国电商直播 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国电商直播 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国电商直播 行业成本与价格预测

一、2026-2033年成本走势预测

二、2026-2033年价格走势预测

第五节 2026-2033年中国电商直播 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国电商直播 行业需求偏好预测

第十三章 中国电商直播 行业研究总结

第一节 观研天下中国电商直播 行业投资机会分析

一、未来电商直播 行业国内市场机会

二、未来电商直播行业海外市场机会

第二节 中国电商直播 行业生命周期分析

第三节 中国电商直播 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国电商直播 行业SWOT分析结论

第四节 中国电商直播 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国电商直播 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国电商直播 行业投资价值结论

第十四章 中国电商直播 行业风险及投资策略建议

第一节 中国电商直播 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国电商直播 行业风险分析

一、电商直播 行业宏观环境风险

二、电商直播 行业技术风险

三、电商直播 行业竞争风险

四、电商直播 行业其他风险

五、电商直播 行业风险应对策略

第三节 电商直播 行业品牌营销策略分析

一、电商直播 行业产品策略

二、电商直播 行业定价策略

三、电商直播 行业渠道策略

四、电商直播 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/771846.html>