

中国直播带货行业现状深度调研与投资趋势研究 报告（2023-2030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《中国直播带货行业现状深度调研与投资趋势研究报告（2023-2030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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/632388.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

直播带货，是直播娱乐行业在直播的同时带货，由主播在直播间里推介，也称为好物推荐官。

国家层面直播带货行业政策

近年来，为促进直播带货行业规范健康发展，促进产销衔接，我国各部门纷纷出台了一系列政策，如2023年国务院发布的《关于组织开展全国文化和旅游消费季活动的通知》提到，支持地方和有关机构举办线上演播、沉浸式演出、艺术展览、红色旅游、非遗体验、直播带货、国风国潮、温泉冰雪、互动体验等专题活动。

我国直播带货行业相关政策汇总

时间

发文部门

文件名称

相关内容

2023年1月

文化和旅游部办公厅

关于组织开展全国文化和旅游消费季活动的通知

支持地方和有关机构举办线上演播、沉浸式演出、艺术展览、红色旅游、非遗体验、直播带货、国风国潮、温泉冰雪、互动体验等专题活动。

2023年2月

国家发展改革委等部门

关于做好2023年春耕化肥保供稳价工作的通知(发改经贸〔2023〕149号)

积极引导化肥生产流通企业创新营销服务模式，利用微商、电商、直播带货等方式，直接面向终端用户销售化肥，减少化肥流通环节、降低化肥流通成本、提升化肥流通现代化水平。

2022年3月

国家发展改革委

关于进一步做好粮食和大豆等重要农产品生产相关工作的通知

稳定水产养殖面积，提升渔业发展质量。充分利用信息技术手段，通过农产品交易会、电商平台、直播带货等形式，促进产销衔接。

2022年3月

三部门

关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见

不得在知道或者应当知道直播带货委托方或其他第三方存在违法违规或高风险行为的情况下

，仍为其推广、引流；不得通过造谣、虚假营销宣传、自我打赏等方式吸引流量、炒作热度，诱导消费者打赏和购买商品。

2022年2月

中共中央、国务院

关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见

实施“数商兴农”工程，推进电子商务进乡村。促进农副产品直播带货规范健康发展。

2022年2月

国务院

国务院关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知

优化农村电子商务公共服务中心功能，规范引导网络直播带货发展。实施“数商兴农”，推动农村电商基础设施数字化改造、智能化升级，打造农产品网络品牌。

2021年2月

国家互联网信息办公室

关于印发《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》的通知

建立直播带货管理制度，依据主播账号分级规范设定具有营销资格的账号级别，依法依规确定推广商品和服务类别。

2021年11月

国家广播电视总局

关于开展智慧广电服务乡村振兴专项行动的通知

进一步推广“公益广告、节目+消费帮扶”“短视频、直播+消费帮扶”等模式，持续开展直播带货活动，丰富消费帮扶形式。

2021年7月

中华人民共和国文化和旅游部

文化和旅游部办公厅关于推进旅游商品创意提升工作的通知

引导品牌主体创新开展旅游商品线上营销，支持开办电子商务平台旗舰店、开展网络直播带货等互动营销，顺应游客和公众需求，促进旅游商品二次消费。

2021年5月

中华人民共和国农业农村部

农业农村部关于加快农业全产业链培育发展的指导意见

创新品牌营销推介，通过博览会、交易会、展销会等平台，以及网络视频、直播带货等形式，讲好品牌故事，提升品牌溢价能力。

资料来源：观研天下整理

地方层面直播带货行业政策

与此同时，各省市积极响应国家号召，陆续发布了一系列政策推动直播带货行业，如北京发

布《关于印发北京市数字消费能级提升工作方案的通知》提到，支持老字号品牌、新消费品牌开展直播带货、新品首发、首店入驻等特色直播活动，借助直播经济推广“北京品牌IP”，打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。

各省市直播带货行业相关政策汇总

省市

时间

政策名称

相关内容

北京

2022年7月

关于印发北京市数字消费能级提升工作方案的通知

支持老字号品牌、新消费品牌开展直播带货、新品首发、首店入驻等特色直播活动，借助直播经济推广“北京品牌IP”，打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。

上海

2022年6月

上海市人民政府关于充分彰显都市乡村价值全面推进乡村振兴的实施意见

推进现代农业产业园和农业产业强镇建设，培育优势特色产业集群。促进农副产品直播带货规范健康发展。

江苏

2022年5月

省政府办公厅转发省发展改革委关于推动生活性服务业补短板上水平提高人民生活品质行动方案（2022 - 2025年）的通知

坚持发展与规范并重，推动消费平台企业为社区商户提供营销、信息、流量、数字化工具等免费或让利服务，有序引导网络直播带货等规范发展。

黑龙江

2022年5月

省人民政府办公厅关于印发加快消费恢复提振若干措施的通知

创新消费业态和模式。适应常态化疫情防控需要，引导实体商业企业发展社群营销、直播带货、“云逛街”。

天津

2022年5月

天津市人民政府办公厅关于印发天津市促进内外贸一体化发展若干措施的通知

规范引导实体商家利用直播带货、达人探店、博主种草、用户点评等方式吸引线上客流转化为线下客流。

山西

2022年1月

山西省人民政府办公厅关于印发山西省加快5G融合应用实施方案的通知

依托山西农谷电商直播基地，开展5G高清直播，形成“短视频+网红”直播带货线上销售链。通过网络平台打造、包装、叫响一批山西优质农特产品。

资料来源：观研天下整理（YZX）

注：上述信息仅作参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国直播带货行业现状深度调研与投资趋势研究报告（2023-2030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，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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国直播带货行业发展概述

第一节 直播带货行业发展情况概述

一、直播带货行业相关定义

二、直播带货特点分析

三、直播带货行业基本情况介绍

四、直播带货行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、直播带货行业需求主体分析

第二节 中国直播带货行业生命周期分析

一、直播带货行业生命周期理论概述

二、直播带货行业所属的生命周期分析

第三节 直播带货行业经济指标分析

一、直播带货行业的赢利性分析

二、直播带货行业的经济周期分析

三、直播带货行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球直播带货行业市场发展现状分析

第一节 全球直播带货行业发展历程回顾

第二节 全球直播带货行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲直播带货行业地区市场分析

一、亚洲直播带货行业市场现状分析

二、亚洲直播带货行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲直播带货行业市场前景分析

第四节 北美直播带货行业地区市场分析

一、北美直播带货行业市场现状分析

二、北美直播带货行业市场规模与市场需求分析

三、北美直播带货行业市场前景分析

第五节 欧洲直播带货行业地区市场分析

一、欧洲直播带货行业市场现状分析

二、欧洲直播带货行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲直播带货行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界直播带货行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球直播带货行业市场规模预测

第三章 中国直播带货行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对直播带货行业的影响分析

第三节 中国直播带货行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对直播带货行业的影响分析

第五节 中国直播带货行业产业社会环境分析

第四章 中国直播带货行业运行情况

第一节 中国直播带货行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国直播带货行业市场规模分析

一、影响中国直播带货行业市场规模的因素

二、中国直播带货行业市场规模

三、中国直播带货行业市场规模解析

第三节 中国直播带货行业供应情况分析

一、中国直播带货行业供应规模

二、中国直播带货行业供应特点

第四节 中国直播带货行业需求情况分析

一、中国直播带货行业需求规模

二、中国直播带货行业需求特点

第五节 中国直播带货行业供需平衡分析

第五章 中国直播带货行业产业链和细分市场分析

第一节 中国直播带货行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、直播带货行业产业链图解

第二节 中国直播带货行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对直播带货行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对直播带货行业的影响分析

第三节 我国直播带货行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国直播带货行业市场竞争分析

第一节 中国直播带货行业竞争现状分析

一、中国直播带货行业竞争格局分析

二、中国直播带货行业主要品牌分析

第二节 中国直播带货行业集中度分析

一、中国直播带货行业市场集中度影响因素分析

二、中国直播带货行业市场集中度分析

第三节 中国直播带货行业竞争特征分析

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

第七章 2019-2023年中国直播带货行业模型分析

第一节 中国直播带货行业竞争结构分析（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

第二节 中国直播带货行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国直播带货行业SWOT分析结论

第三节 中国直播带货行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国直播带货行业需求特点与动态分析

第一节 中国直播带货行业市场动态情况

第二节 中国直播带货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

第三节 直播带货行业成本结构分析

第四节 直播带货行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国直播带货行业价格现状分析

第六节 中国直播带货行业平均价格走势预测

- 一、中国直播带货行业平均价格趋势分析
- 二、中国直播带货行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国直播带货行业所属行业运行数据监测

第一节 中国直播带货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 中国直播带货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 中国直播带货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 2019-2023年中国直播带货行业区域市场现状分析

第一节 中国直播带货行业区域市场规模分析

- 一、影响直播带货行业区域市场分布的因素
- 二、中国直播带货行业区域市场分布

第二节 中国华东地区直播带货行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区直播带货行业市场分析
 - (1) 华东地区直播带货行业市场规模
 - (2) 华东地区直播带货行业市场现状
 - (3) 华东地区直播带货行业市场规模预测

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、华中地区直播带货行业市场分析
 - (1) 华中地区直播带货行业市场规模
 - (2) 华中地区直播带货行业市场现状
 - (3) 华中地区直播带货行业市场规模预测

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、华南地区直播带货行业市场分析
 - (1) 华南地区直播带货行业市场规模
 - (2) 华南地区直播带货行业市场现状
 - (3) 华南地区直播带货行业市场规模预测

第五节 华北地区直播带货行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区直播带货行业市场分析
 - (1) 华北地区直播带货行业市场规模
 - (2) 华北地区直播带货行业市场现状

(3) 华北地区直播带货行业市场规模预测

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、东北地区直播带货行业市场分析

(1) 东北地区直播带货行业市场规模

(2) 东北地区直播带货行业市场现状

(3) 东北地区直播带货行业市场规模预测

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、西南地区直播带货行业市场分析

(1) 西南地区直播带货行业市场规模

(2) 西南地区直播带货行业市场现状

(3) 西南地区直播带货行业市场规模预测

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、西北地区直播带货行业市场分析

(1) 西北地区直播带货行业市场规模

(2) 西北地区直播带货行业市场现状

(3) 西北地区直播带货行业市场规模预测

第十一章 直播带货行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析
- 第十节 企业
- 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
 - 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国直播带货行业发展前景分析与预测

第一节 中国直播带货行业未来发展前景分析

- 一、直播带货行业国内投资环境分析
- 二、中国直播带货行业市场机会分析
- 三、中国直播带货行业投资增速预测

第二节 中国直播带货行业未来发展趋势预测

第三节 中国直播带货行业规模发展预测

- 一、中国直播带货行业市场规模预测
- 二、中国直播带货行业市场规模增速预测
- 三、中国直播带货行业产值规模预测
- 四、中国直播带货行业产值增速预测
- 五、中国直播带货行业供需情况预测

第四节 中国直播带货行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国直播带货行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国直播带货行业进入壁垒分析

- 一、直播带货行业资金壁垒分析
- 二、直播带货行业技术壁垒分析
- 三、直播带货行业人才壁垒分析
- 四、直播带货行业品牌壁垒分析
- 五、直播带货行业其他壁垒分析

第二节 直播带货行业风险分析

- 一、直播带货行业宏观环境风险
- 二、直播带货行业技术风险
- 三、直播带货行业竞争风险

四、直播带货行业其他风险

第三节 中国直播带货行业存在的问题

第四节 中国直播带货行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国直播带货行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国直播带货行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国直播带货行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 直播带货行业营销策略分析

一、直播带货行业产品策略

二、直播带货行业定价策略

三、直播带货行业渠道策略

四、直播带货行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/632388.html>