

# 直播电商式突围： 告别野蛮生长 助力消费回暖

## 聚焦身边强突围③

商报记者 朱光函

“直播带货确实是个线上销售的好路子。”坐在办公室里，鲍明远一边盘点着今年村里的支柱产业成绩单一边面露喜色，作为余杭区中泰街道紫荆村党委书记，他一直在为村里的竹笛找销路。余杭区紫荆村是远近闻名的竹笛之乡，几乎家家都从事竹笛产业，全国有85%的竹笛来自这里，但在疫情影响下，紫荆村的竹笛生意也遇到了阻力。“幸好余杭区政府在全域搭建了直播电商平台，通过这些平台，村民们自己当主播卖竹笛，钱袋子保住了，幸福感也更足了。”鲍明远说。

随着电商行业的发展，直播电商也正在成为越来越多产业的新引擎，而作为数字经济第一城的杭州，更是抓住了这一机遇，在这座创新之城里，直播电商集聚效应正在显现。12月27日，杭州市投资促进局在其官网发布信息称，在直播电商方面，杭州保持领先地位，有数据显示，中国有三分之二的头部直播企业、主播和平台集聚在杭州，相关企业数量居全国第一。

实际上，作为全国直播电商的先行城市，杭州除了帮助直播电商行业跑得更快之外，还在帮助行业跑得更好和更稳，让直播电商更好助力消费回暖不仅是行业的追求，也是市场的心声。



## 直播电商行业告别野蛮生长

12月28日，农产品直播电商平台“东方甄选”发布视频披露，从2021年12月28日首播至今，东方甄选账号从1个增加到6个，粉丝总量突破3600万，已推出52款自营产品，总销量达1825万单。消息一经发布就引发了行业热议，这也给逐渐降温的直播电商行业又点了一把火。

今年以来，直播电商行业就充满了戏剧性，一些超头部主播偃旗息鼓，而刘畊宏、俞敏洪、董宇辉、张兰等新主播们逐渐涌现，新旧主播开始同台竞技。

实际上，从2018年开始，直播电商的增长速度就保持在三位数，其中2018年行业的增长率高达589.46%，2019年至2020年增长率分别为227.7%、136.61%，网经社电子商务研究中心发布的《2022年(上)中国直播电商市场数据报告》显示，预计2022年交易规模达到34879亿元，同比增长47.69%。

但这一增长率的降低并不是直播电商在失速，而恰恰是直播电商行业正在告别野蛮生长的原始发展之路——从曾经的风口行业变成为商家提升销量，为消费者提供便利，为生产企业提供渠道的重要手段，许多传统行业也积极开展线上业务，拥抱“新赛道”。

## 超6成头部企业布局杭州

当整个直播电商行业都在观望中徘徊时，杭州却在以其独特的魅力吸引着来自全国乃至全球的人才。

就在不久前，杭州举办的首届全球数字贸易博览会(后简称“数贸会”)现场，福布斯中国正式发布《2022全球数字贸易行业企业百强榜》，内地企业共42家上榜。其中杭州表现亮眼，阿里巴巴、新华三、PingPong等13家本地企业入选，入选企业数量位列中国内地城市第一。在直播电商方面，杭州同样保持领先地位，有数据显示，中国有三分之二的头部直播企业、主播和平台集聚在杭州，相关企业数量居全国第一。

而谈及为什么杭州能成为全国直播电商企业的首选，“交个朋友”相关负责人黄贺表示，当时“交个朋友”落户杭州的最主要原因就是杭州友好的政策环境。如果说友好的政策环境给予了直播产业一片肥沃的土壤，那么杭州供应链的优势以及充分的人才储备就是为杭州直播业提供了优质的肥料。阿里巴巴、网易等互联网巨头的总部都设在杭州，这些巨头的带动下，杭州的互联网产业发展已经具有相当规模，表现出很强的规模效应。在其带动下，形成了十分成熟的供应链市场。

除此之外，杭州的直播电商人才储备也十分丰富。按照黄贺的说法，“交个朋友”若想做得更大更强，吸收新的人才血液也是至关重要的一环。

实际上，在杭州，直播电商人才正在从各个方面感受到温暖和归属，就在不久前，杭州钱塘智慧城网络直播行业工会联合会成立，网络主播们至此也有了“娘家人”。

如今集聚了“中国电子商务之都”、全国首个“跨境电子商务综合试验区”等称号的杭州，集中了全省80%的直播电商规模，现有综合类和垂直类头部直播平台30余家，有近5万名主播在各大平台开播，直播电商相关企业注册量超过5000家，数量居全国第一。

## 让直播电商更好助力消费回暖

如果说，以前的直播电商行业是被互联网巨头和资本推上风口的宠儿，那么现在的直播电商行业就是服务消费、服务实体经济的重要助力。

日前召开的中央经济工作会议指出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置，改善消费条件，创新消费场景。作为具有挖掘消费潜力、促进消费持续增长特点的直播电商，通过拓展新人群、营造新场景、挖掘新需求、扩展新品类、推广新品牌，近年来正成为刺激内需、拉动经济回暖的重要抓手。

这在互联网营销专家李进看来，正是直播电商服务实体的信号。他介绍，杭州在数字经济领域一直跑在全国前列。直播电商行业从2016年以来正在越来越规范，而其中最重要的推动原因就是主管部门的监管。“2016年前后，相关部门的清理对象为基于互联网平台的明显违规内容，2019年之后，网络暴力、恶意营销、个人隐私等隐性违规内容也纳入到清理范围，2020年开始，以吃播为代表的铺张浪费场景、以青少年群体为主的饭圈过度追星行为、网红二代领头的不良攀比炫富表现，也纳入到禁止范围。”到了今年，监管更为严格。李进说：“6月22日，国家广电总局、文旅部发布了网络主播行为规范，明确针对主播的行为、传播的内容做了进一步的指导。”

在直播电商从业者赵周权看来，在疫情阴霾即将散尽的当下，直播电商从业者应当思考的是如何更好助力消费回暖，真正帮助企业、商家和消费者找到消费的最优解。