

---

# 2024直播短视频 电商产业白皮书

---

报告来源： 锌财经

# 2024 直播短视频电商产业白皮书

在数字化浪潮的推动下，全球电商产业正经历着前所未有的变革。杭州，作为中国电子商务的先驱城市，正站在这场变革的前沿，引领着电商产业的创新与发展。**本报告旨在深入探讨杭州电商产业的现状、挑战与未来趋势，特别是人工智能（AI）技术如何重塑电商生态。**

杭州，这座历史悠久的城市，被誉为“中国电子商务之都”。经过数十年的发展，杭州电商产业已经形成了一个多元化、国际化的商业生态系统。从直播电商的兴起到跨境电商的蓬勃发展，杭州不断展现出其在电商领域的创新活力。然而，随着技术的不断进步，特别是AI技术的飞速发展，杭州电商产业正迎来新的机遇与挑战。

通过AI算法分析用户行为和购物历史，电商平台能够提供更加精准的个性化推荐，从而提高用户的购买意愿和转化率。此外，**AI技术还能够生成高质量的商品描述和营销内容，增强商品的吸引力和展示效果。**

展望未来，杭州电商产业将继续引领创新，探索AI技术在电商领域的新应用。从AI模特换装到AIGC赋能运营，生成式AI全方位渗透电商产业链。随着5G、区块链等前沿技术的应用，杭州电商将构建起超越现实的购物环境，让消费者仿佛置身其中，享受沉浸体验的消费场景。

在这份白皮书中，我们将详细分析杭州电商产业的发展趋势，探讨AI技术如何为电商产业带来革命性的变化。我们相信，通过深入分析和研究，本报告将为电商行业的从业者、政策制定者以及对电商产业感兴趣的读者提供宝贵的见解和启示。

# 1

## 直播短视频产业发展概况

### 一、直播短视频产业的基础定义

(1) 直播产业是指依托互联网技术，以实时传输音视频为核心，涵盖内容创作、平台运营、用户互动等多个环节的综合性产业。直播产业的主要内容包括娱乐、教育、体育、电商等方面，通过直播平台向消费者提供诸如音乐、游戏、综艺节目、舞蹈、美食、剧集、教程等各类内容。目前直播产业中的电商直播、知识付费直播，已成为各行业企业推广和营销的重要方式。

(2) 短视频是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容，时长从几秒到几分钟不等。内容融合了技能分享、幽默搞怪、时尚潮流、社会热点、街头采访、公益教育、广告创意、商业定制等主题。短视频产业涵盖了内容创作、平台运营、分发推广、用户互动及商业化变现等多个环节。

### 二、直播短视频直播产业概况



随着网络设施的完备，直播短视频行业作为新兴发展行业迅速兴起，消费用户增多的同时，已形成完整的产业生态系统。但由于大众化参与的特性，每个人都有机会成为主播/博主，进入门槛不高，决定了产业链链条不会太过复杂。

首先是直播产业链，其主要包括上游供应端、中游平台端和下游需求端。

上游供应端包括：①商品供应方：包括厂商、品牌商、经销商等，他们提供直播所需的商品或服务；②MCN机构：为网红和自媒体提供内容策划、宣传推广、粉丝管理、签约代理等服务的机构，相当于互联网领域的“明星经纪人”；③技术支持商：提供直播所需的器材用具，如摄像头、音响设备、直播一体机等。

中游平台端包括：①直播平台：是直播产业链的主体，提供直播内容的发布、观看和互动功能。这些平台可能涵盖娱乐、教育、电商、游戏、体育等多个领域；②主播：包括网红达人、明星艺人、企业家等，他们通过直播平台进行内容创作和发布，吸引观众并获得收益；③直播服务商：提供直播技术支持、运营推广、数据分析等服务，帮助主播和平台提升直播效果。

下游需求端包括：①消费者：是直播产业链的最终需求端，他们通过观看直播、购买商品或服务来满足自己的需求。

其次是短视频产业链，其包括内容生产、内容分发和内容消费三个部分。

上游内容生产包括：①基础技术支持；②UGC（用户生产内容）；③PGC（专业生产内容）和PUGC（专业用户生产内容）。

中游内容分发主要包括：①短视频平台；②传统视频平台；③新闻资讯平台；④社交平台。

下游内容消费包括：①短视频用户；②消费者。



根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第53次《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至2023年12月，我国视频用户规模达10.67亿人，占网民整体的97.7%。其中短视频用户规模达10.53亿人，其中71.2%的用户通过观看短视频或直播购买过商品。

此外，2023年中国网络直播用户首次突破8亿人次，规模增长至8.16亿人，同比上涨8.66%，网络直播用户使用率74.7%，较2022年上涨1.4%。

具体到平台层面，截至2023年底，抖音的用户数量已经超过了9.8亿，日活跃用户数超过7亿，日搜索量超过5亿；截至2024年第二季度，快手的平均日活跃用户和平均月活跃用户分别达到3.95亿及6.92亿；腾讯虽然不披露视频号的用户数，但有第三方报告（来自国海证券）估算，视频号2023年的日活跃用户数为4.5亿。

**庞大的用户基础，结合直播短视频的高渗透率和用户粘性，为整个产业带来了巨大的商业价值和潜力。**据艾瑞测算，2023年中国直播电商市场规模达到4.9万亿元，同比增速为35.2%。

另据中国演出行业协会2024年6月发布的《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023-2024)》显示，2023年中国网络表演(直播)市场规模达2095亿元，较2022年增长5.15%。

不管是用户数量、消费比例，又或者是整体交易规模、垂直营收表现，都在表明，直播短视频已成为大众消费的主流渠道之一，用户的消费习惯正在发生深刻变化。



随着行业的快速发展，直播短视频产业的商业模式愈加多元化，这一趋势不仅体现在传统盈利模式的延续上，更体现在新兴盈利模式的崛起以及商业模式的创新与融合上。而多元的商业模式，不仅丰富了直播短视频产业的内容生态，也为企业和个人创造了更多的商业机会。

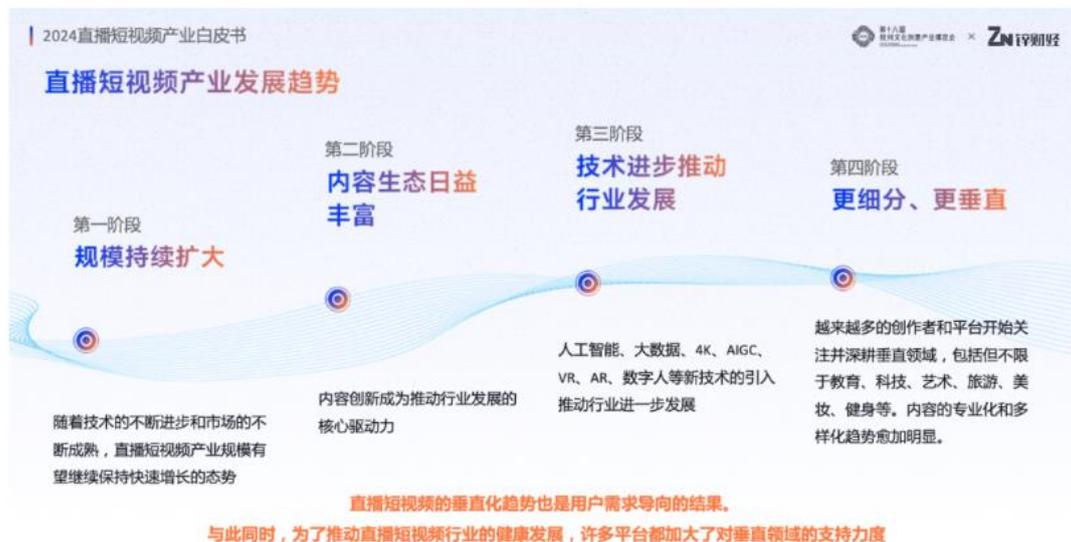
**广告收入：**直播短视频平台通过展示广告来获取收入。这些广告可以来自品牌商、电商平台等，形式包括视频广告、图文广告、直播间植入广告等。如快手、抖音上的品牌合作，平台与主播共享广告收益，实现商业价值的变现。

**打赏与虚拟礼物：**用户/观众可以通过购买虚拟礼物并赠送给主播/博主来表达喜爱和支持，主播/博主则可以通过这些虚拟礼物兑换成现金收入。此模式在斗鱼、虎牙、花椒直播等平台广为应用，是最直观的粉丝经济体现。

**电商带货：**直播短视频带货已成为整个行业的重要商业模式之一。主播/博主通过直播短视频展示和推荐商品，引导用户/观众购买并获取佣金收入。电商平台与直播短视频平台进行深度合作，通过直播引导用户/观众购买商品，实现流量变现。淘宝直播、抖音电商、拼多多等平台的成功案例，已证明电商带货强大的盈利能力。

**品牌合作与赞助：**直播短视频平台与品牌商进行合作，通过品牌植入、定制活动等方式获取赞助收入。这些合作不仅提升了直播短视频内容的品质和专业性，还为品牌商带来了曝光和销售机会。

**付费内容：**允许观众付费观看特定的直播内容，如在线演唱会、专业课程等，B站的“充电计划”、网易云课堂等平台便是此类模式的典型代表。B站的“充电计划”、网易云课堂等平台便是此类模式的典型代表。



**规模持续扩大：**近年来，直播短视频产业仍呈高速发展态势，而随着技术的不断进步和市场的不断成熟，直播短视频产业规模有望继续保持快速增长的态势，这意味着直播短视频行业将继续释放出巨大的市场潜力。

**内容生态日益丰富：**随着整个行业的快速发展，直播短视频平台在内容生态方面也取得了显著进展，内容创新成为推动行业发展的核心驱动力。

其中，微短剧作为一种新兴的内容形式，市场规模和上线数量均实现快速增长；直播带货模式的成功带动了电商直播的推广，吸引了大量用户观看和参与；游戏直播用户规模近年来有呈波动趋势，但仍是网络直播的重要组成部分；体育直播近两年有明显上涨，反映出我国体育经济的潜力。

**技术进步推动行业发展：**作为高度依赖于科技创新的新兴产业，直播短视频行业的发展与人工智能、大数据、4K、AIGC、VR、AR、数字人等技术的迭代息息相关，这些新技术的引入正推动直播短视频行业的进一步发展。

比如人工智能(AI)在直播中降低了成本并提升了效率，通过智能分析和自动化工具优化内容生产和观众互动；虚拟现实(VR)和增强现实(AR)则为直播创造了虚拟环境，增强了沉浸式体验和视觉特效。

这些技术的应用不仅能提升了直播短视频的互动性和观赏性，还降低了创作门槛、提高了创作效率、开拓了更多创新的内容呈现方式，极大地增强了用户体验，也使得更多用户可以参与到直播短视频的创作中来。

**更细分、更垂直：**随着直播短视频行业的不断发展，越来越多的创作者和平台开始关注并深耕垂直领域，这些领域包括但不限于教育、科技、艺术、旅游、美妆、健身等，内容的专业化和多样化趋势愈加明显。

事实上，**直播短视频的垂直化趋势也是用户需求导向的结果。随着用户需求的日益多样化和个性化，他们更倾向于寻找与自己兴趣相关的内容。**因此，创作者和平台需要更加精准地定位自己的内容方向，以满足用户的特定需求。这种以用户需求为导向的内容创作和分发方式，有助于提升用户的满意度和忠诚度。

与此同时，为了推动直播短视频行业的健康发展，许多平台都加大了对垂直领域的支持力度。他们通过提供流量扶持、资金奖励、专业培训等措施，鼓励创作者和机构在垂直领域进行深耕细作。

未来，随着技术的不断进步和用户需求的不断变化，直播短视频的垂直化趋势将继续深化和发展，“直播+”趋势将进一步加深。

## 2

### 杭州直播短视频产业发展概况



杭州在中国电商领域占据着举足轻重的核心地位。自上世纪九十年代起，历经逾二十载的蓬勃发展，杭州始终屹立于中国电商行业的潮头。从中国化工网的率先启航，到淘宝网的横空出世，再到阿里巴巴集团的辉煌上市，这些里程碑式的成就见证了杭州在电商领域的深厚积淀与持续创新。

年复一年，杭州不断书写着电商产业的传奇篇章，成为孕育电商创新与发展的沃土。

(1) 2016年，直播电商行业初露锋芒，步入萌芽阶段，而杭州凭借其得天独厚的优势与丰富资源，继续在该领域播撒希望的种子。

(2) 至2022年，根据浙江省商务厅的权威监测数据，杭州的网络零售额实现了历史性跨越，首次迈过万亿元大关，具体数额高达10496.3亿元，占据了全省网络零售额的38.8%，无论是从绝对额度还是占比来看，均稳居全省首位。

(3) 至2023年，根据浙江商务厅2023年2月监测数据，杭州有综合类和垂直类头部直播平台32家、近5万主播，直播相关企业注册量超5000家，数量列全国第一，带动就业超100万人。这相当于杭州每244个人里就有一个是主播，12个人里就有一人从事直播相关行业。

当前，杭州市已汇聚了众多直播电商行业的佼佼者，其中包括本土知名的MCN机构如谦寻、遥望、无忧传媒、如涵、泰洋川禾、君盟文化、缙苏及锐趣文化等，更有李国庆、向太等知名红人主播所创立并陆续入驻的运营公司，共同构成了杭州直播电商领域的璀璨星河。

而基于平台侧大数据，《2024抖音电商达人成长报告》从达人生态、城市分布、内容等维度呈现平台达人过去一年的成长概况。其中，从地域维度看，杭州、广州、深圳、泉州、郑州的带货达人分布比较密集，达人数量位居前五，其中杭州已成为直播带货第一城。

综上所述，**杭州作为中国电商领域的璀璨明珠，其在直播电商板块的核心地位不容小觑。**随着一系列积极政策的相继推出，有理由相信，杭州的直播电商行业将在未来持续绽放光彩，迎来更加繁荣的发展景象。



在杭州，直播电商企业主要分布在滨江、上城、余杭、拱墅、临平、钱塘和萧山等几个城区。这几个城区，因产业优势和发展方向不同，在电商产业布局中，也有不同的定位。比如上城区在打造“数智时尚消费第一区”；拱墅区力争成为“时尚电商发展高地”；滨江区已经跻身“直播电商第一区”。

(1) 滨江区被誉为“中国直播电商第一区”，这里汇聚了超过300家直播电商企业，吸引了全国超过70%的顶尖MCN机构入驻，其中全国排名前10的MCN机构有5家在滨江，包括交个朋友、谦寻、辛选等行业领军企业。这些企业不仅自身实力雄厚，还带动了近千家上下游企业的协同发展，构筑了一条涵盖上游供应链、中游直播机构与下游电商平台的完整直播生态产业链，辐射上下游企业近千家，电商从业人数11万余人，年商品交易总额近千亿元。

(2) 萧山区同样是直播电商领域的一块沃土，始终致力于新零售的积极布局与深入探索。凭借省级电子商务示范区和省产业集群跨境电商发展试点示范区这两张闪亮的名片，萧山区进一步夯实了其在电商行业的领军地位。此外，萧山还高度重视电商直播产业园的培育与建设，诸如中国TOP直播电商产业园、云创直播小镇等标杆项目应运而生。2022年8月，业界知名的MCN机构无忧传媒更是将直播总部落户于萧山信息港小镇，成为了引领萧山直播经济快速发展的先锋力量。

(3) 余杭区无疑是直播电商产业的聚集地，拥有一条完备的电商产业链生态。阿里巴巴总部的坐落，不仅极大地推动了余杭区电商产业的蓬勃发展，更为该区的直播电商领域注入了强大的资源与平台支撑。如今，以遥望科技为标杆的直播电商平台、以菜鸟网络为引领的物流平台，以及众多特色鲜明的直播产业园，如中国（杭州）直播电商基地、良渚数字生活社区等，纷纷汇聚于余杭，共同构筑了余杭直播电商的强大影响力与辐射力，进一步彰显了其作为直播电商产业前沿阵地的独特魅力。

直播电商以其生动直观的商品展示与即时互动的购物体验，崛起为驱动城市经济发展的新引擎。杭州本身发达的直播短视频产业，叠加全国各地主播与直播机构的竞相涌入，将持续强化这座“电商之都”的产业集聚效应，共同书写着电商行业的新篇章。

今年以来，杭州市经济保持平稳运行，高质量发展扎实推进。

根据地区生产总值统一核算结果，上半年全市生产总值10137亿元，按不变价格计算，同比增长4.8%。分产业看，第一产业增加值148亿元，增长3.8%；第二产业增加值2706亿元，增长4.0%；第三产业增加值7283亿元，增长5.0%。

就第三产业而言，信息技术服务业无疑是最为耀眼的明珠。阿里巴巴、网易等互联网领军企业，不仅引领了杭州乃至全国数字经济的蓬勃发展，还加速了电商、云计算、大数据、人工智能等多个前沿领域的迅猛崛起。它们不仅为杭州创造了可观的经济价值，更为这座城市注入了澎湃的创新动能，推动了科技与经济的深度融合。

更值得一提的是，2024年8月9日，国务院批复的《浙江省国土空间规划（2021—2035年）》公布。规划中提到了一些浙江省内各城市的定位，其中对杭州而言最重要的一点是“建设以杭州为重点的综合性国家科学中心和数字经济中心”。

**国务院正式批复的文件中，明确了建设“数字经济中心”，也明确了杭州“数字经济中心”的地位。**

数字经济作为新兴且具战略意义的经济形态，当前正受到国家及各地的高度重视，被视为经济发展的“香饽饽”。因此，杭州作为唯一被赋予“数字经济中心”地位的城市，其含金量不言而喻。

当然，杭州获批建设数字经济中心，也是其实力与潜力厚积薄发的必然结果，杭州早已具备了成为数字经济领航者的充分条件。

比如多年前，杭州便已前瞻性地提出打造“数字经济第一城”的宏伟目标，并取得了显著成就。去年，杭州更进一步，旨在高水平重塑并巩固其作为全国数字经济领军城市的地位。

比如杭州电商产业繁荣，素有“电商之都”的美誉。而直播电商作为在线新经济的重要组成部分，创新活跃度强，有广阔的发展空间，是推动经济数字化转型的关键一环。

比如在技术支撑方面，杭州在人工智能、大数据等数字经济核心领域亦成果斐然，先后获批国家人工智能创新应用先导区、国家新一代人工智能创新发展试验区，设立联合国统计大数据和数据科学全球中心，建设“中国数谷”，并创建国家数据要素综合试验区，展现了其在数字经济技术创新与应用上的领先地位。

除了信息技术服务业，高端制造业同样是杭州经济的中流砥柱。

**杭州在智能装备制造、新能源及智能网联汽车、智能物流、机器人等多个前沿制造领域取得了卓越成就，这些领域不仅引领着制造业的未来趋势，也为杭州经济增长注入了强劲的新动力。**

展望未来，杭州正以空前的决心和力度，积极布局并推动一系列新兴产业与前沿技术的蓬勃发展，而这些动作也将成为杭州未来发展的重要引擎，引领城市迈向新的辉煌。



近年来，直播电商行业异军突起，成为驱动消费增长与经济繁荣的关键力量。在此背景下，杭州市政府高度重视直播电商的发展，密集出台了一系列政策文件，旨在促进该行业的健康快速发展。这些政策不仅为直播电商行业提供了有力的引导，还为其规范发展奠定了坚实基础，与杭州直播电商的蓬勃态势形成了良性互动。

(1) 2020年7月，杭州市商务局就发布了《关于加快杭州市直播电商经济发展的若干意见》，此后，杭州各区县也陆续出台了《余杭区支持直播电商产业高质量发展的财政政策实施细则》、《关于扶持直播产业发展的实施意见》等系列政策。

(2) 2022年6月，杭州市又发布了《关于促进杭州市新电商高质量发展的若干意见》。这是全国在官方层面首次正式提出“新电商”概念。意见中鼓励企业做大做强，进一步壮大我市电商市场主体，加强电商企业梯队建设，推动新电商企业做大做强，有效提高服务能力和运营能力。

(3) 2023年4月，为贯彻落实杭州市人民政府办公厅《关于促进杭州市新电商高质量发展的若干意见》，制定了《杭州市商务局关于促进杭州市新电商高质量发展若干意见的实施细则》。该《细则》主要由一个实施细则和7个附件组成，对各项扶持政策奖补对象范围、申报条件、审核流程、奖补标准等做了详细规定。

比如对新电商招引入杭的奖励，要求申报企业为2022年7月1日后设立的依法注册、依法纳税、独立承担法律责任的经营主体，年销售额或营业收入达到5000万元以上，并纳入国家统计局联网直报平台。奖励每年按其实际投资额的20%给予资助，最长不超过3年，累计不超过500万元。

(4) 2023年6月，杭州市商务局关于印发《杭州市充分利用国际国内两种资源促进内外贸协同发展的若干意见》。其中提到：打造“新电商之都”。顺应品质化数字化消费升级新趋势，推进“双街示范”工程，协同推进杭州数字人民币试点工作和数字人民币亚运场景应用落地。贯彻落实《关于促进杭州市新电商高质量发展的若干意见》，推进新电商高质量发展，举办中国（杭州）国际电子商务博览会、世界直播电商大会等重大活动，奋力打造“新电商之都”。探索直播电商领域的行业标准和技术规范，制定出台支持直播电商创新发展的引导政策，努力打造“直播电商第一城”。

(5) 2024年2月，《2024年杭州市政府工作报告》提出，将在2024年继续大力发展包括“直播经济”在内的新型消费，打造国际新型消费中心城市，努力实现社会消费品零售总额增长5%以上，网络零售额增长7%目标。

(6) 2024年6月，杭州市商务局、杭州市经济和信息化局关于印发提振消费社零系列扶持政策的通知中提到：

**鼓励直播电商赋能经济发展。**支持直播电商企业服务企业开展直播活动。直播电商企业所服务的社零企业2024年零售额增速高于8%的，给予直播电商企业新增零售额最高不超过0.5%的奖励。单个企业奖励最高不超过300万元。

**鼓励直播电商助力产能提升。**围绕杭州特色产业，鼓励发展“直播+企业”“直播+店铺”“直播+品牌”“直播+外贸”等直播业态，提升直播电商对产业的精准赋能。对制造业企业销售公司开展“店播”“自播”，年直播零售额达到2000万元以上，且增速高于8%的，给予新增零售额最高不超过1%的奖励。单个企业奖励最高不超过500万元。

## 产业合规指引

《杭州市市场监督管理局网络直播营销主体行政合规指导清单》《杭州市市场监督管理局网络直播营销领域行政执法指南》《杭州市市场监督管理局医疗美容网络直播领域行政合规指导清单》《医疗美容市场监管领域行政执法清单》《医疗美容市场监管领域刑事移送清单》

针对网络直播领域出现的乱象，以“杭州市第一批企业行政合规指导清单试点单位”为契机，出台了一系列合规指引，构建杭州网络直播行政合规体系。



2024.07

杭州市市场监管局

### 《关于加强直播电商产业合规指引工作的通知》

全省首个市级《直播电商产业合规指引》，共梳理5类主体、8方面高频涉法风险防范要点，为企业明确了行为的“边界”和“红线”。

该《指引》的制定是为了进一步优化提升法治化营商环境，加强对直播电商企业的行政指导、法治宣传和法律服务。同时，指导企业通过合规建设寻求业务发展与法律风险的平衡，促进自身健康发展，以及整个行业的健康发展。



2023.12

杭州市司法局等部门

**合规经营是直播行业实现健康、长远、稳定发展的根本保障。**尽管近年来直播电商领域发展迅速，但虚假宣传、违法广告、价格欺诈等不良现象偶有出现，对市场经济秩序构成了挑战。在此背景下，随着杭州直播电商行业的持续壮大，相关部门也在不断加大对直播电商行业的监管力度，确保其沿着合规、健康的轨道前行。

(1) 2023年12月，杭州市司法局等7个部门联合出台了《关于加强直播电商产业合规指引工作的通知》，这是全省首个市级《直播电商产业合规指引》，共梳理5类主体、8方面高频涉法风险防范要点，为企业明确了行为的“边界”和“红线”。

该《指引》的制定是为了进一步优化提升法治化营商环境，加强对直播电商企业的行政指导、法治宣传和法律服务。同时，《指引》可以指导企业通过合规建设寻求业务发展与法律风险的平衡，促进自身健康发展，以及整个行业的健康发展。

(2) 2024年7月，针对网络直播领域出现的乱象，杭州市市场监管局以“杭州市第一批企业行政合规指导清单试点单位”为契机，出台了《杭州市市场监督管理局网络直播营销主体行政合规指导清单》《杭州市市场监督管理局网络直播营销领域行政执法指南》《杭州市市场监督管理局医疗美容网络直播领域行政合规指导清单》《医疗美容市场监管领域行政执法清单》《医疗美容市场监管领域刑事移送清单》，构建杭州网络直播行政合规体系。

# 3

## 国内首个直播电商全产业链集聚区



### (1) 货源集聚枢纽

眼下，直播电商已成为扩大内需、助推内循环发展的新引擎。

杭州想要当好“直播电商第一城”并不容易，一场好的直播不仅仅是一个直播团队就能完成的，背后还需要“人、货、场”三大直播电商核心要素。

“人”，指的是包括主播、副播、中控、运营、拍摄剪辑、客服人员，以主播作为主导者，连接产品、商家和消费者。

“货”，指的是商品，选品策略直接影响到直播的销售效果。包括引流款、利润款、主推款和次推款，以满足不同用户的需求，避免商品同质化，确保商品的独特性和吸引力，以提升直播间的销售转化率。

“场”，指的是直播间的布置，一场直播能够吸引人、留住人，除主播和货品以及福利之外，好看的，画面清晰的，有设计感的直播间更容易吸引用户停留。

“人、货、场”组建了直播带货最基础的三要素，但这也并不是直播带货领域的全部。还有一个看似不起眼，实则至关重要的业务，能够决定一场直播的成败，那就是：供应链。

供应链，通俗来说就是商品供应，也是直播电商中对终端零售商和主播影响最深的环节。

在直播电商兴盛之前，杭州就是自古以来的九省通衢之地，中外商贾云集，店铺鳞次栉比。作为长三角“金南翼”头雁，2023年，杭州经济总量突破2万亿元，揭开了长三角2万亿“三城时代”的序幕。

杭州汇聚了长三角地区的丰富供应链资源，例如，杭州四季青是中国最大的女装服饰批发基地之一，从海内外知名化妆品企业的湖州美妆小镇，到金华义乌的出口彩妆产业园区，再到温州的鞋革、诸暨的袜子、嵊州的领带……

坐拥天时地利的杭州，吸引了大批电商和供应商将仓库安置在杭州，大大减少了产品流通成本、主播采购时间成本以及囤货风险。

同时，物流时效也是影响供应链的关键因素。

杭州市桐庐县被称为“中国快递之乡”，快递行业中的“三通一达”（中通、圆通、申通、韵达）4家企业创始人都来自桐庐。如今，这4家快递企业占据了全国快递市场份额的近六成。

再加上阿里巴巴旗下的菜鸟裹裹，韵达全球科创中心、申通国际总部、中通快递第二总部、圆通国家工程实验室等众多快递产业的龙头项目也相继在杭州落地。

一件包邮，这就是杭州快递自带的底气。

快递物流的时效性在杭州得到极大提升，内涵边界不断延展，加快向科技和资本密集型转型升级，不论是运输方案、运输成本、服务质量，杭州供应链体系遥遥领先全国。

## **(2) 流量集聚枢纽**

一个小隔间，一部手机，一盏补光灯，组合在一起就是一个“新世界”。

据浙江省商务厅数据，杭州目前有综合类和垂直类头部直播平台32家、主播近5万人，直播相关企业注册量超5000家，数量列全国第一，带动就业超100万人。

凭借供应链、物流、电商环境的优越，杭州已经形成聚集效应，吸引了越来越多企业入驻于此。

## (2) 流量集聚枢纽

一个小隔间，一部手机，一盏补光灯，组合在一起就是一个“新世界”。

据浙江省商务厅数据，杭州目前有综合类和垂直类头部直播平台32家、主播近5万人，直播相关企业注册量超5000家，数量列全国第一，带动就业超100万人。

凭借供应链、物流、电商环境的优越，杭州已经形成聚集效应，吸引了越来越多企业入驻于此。

目前，全国60%以上的MCN机构集聚于杭州，其中国内8家头部MCN机构中已有6家布局落子杭州，分别是：分别是交个朋友、无忧传媒、遥望科技、谦寻、三只羊、辛选。

**遥望科技：**遥望科技是一家以直播为核心的综合型科技企业，从2018年布局直播电商领域，同年完成资本化于A股上市，多次获得抖音、快手平台TOP MCN机构荣誉。目前遥望科技签约合作了贾乃亮、张柏芝、王祖蓝等明星主播近40位，孵化了瑜大公子、李宣卓等百余位主播达人。

2024年半年财报显示：报告期内遥望科技实现营业收入 2.98亿元，同比增长31.56%；直播电商业务在报告期内实现总GMV 93亿，同比增长约50%。

目前，遥望科技凭借领先的直播电商运营经验以及供应链优势，正在积极探索欧洲等海外市场。今年6月，遥望科技携手英区达人以单场GMV 83.3万美元，超5万订单量的成绩创下英国直播最高纪录。

**无忧传媒：**无忧传媒是成立于2016年的专业的互联网型经纪公司。旗下签约主播达人超10万人，其中签约优质艺人超5000人，全平台粉丝总量超20亿。

无忧传媒从专注MCN达人经济到以资源赋能直播电商，这几年在内容上深耕个人IP、内容IP到商品IP的转换，除了疫情期间爆火的刘畊宏，和无忧传媒签约的还有广东夫妇，多余和毛毛姐，张大大，吴克群，小熊出没等等优质艺人、达人。

目前，无忧传媒旗下千万级粉丝量达人有30名，百万级粉丝量达人近600名，全平台粉丝总量超过20亿。

**交个朋友：**交个朋友是于2020年成立的一家直播电商领域的头部机构与营销平台，旗下有罗永浩、朱萧木、黄贺、李诞、戚薇等知名主播。2021年2月，交个朋友正式签约落户杭州滨江互联网小镇。

2024年第三季度，交个朋友合计完成商品交易总额（GMV）约人民币29.0亿元，较2023年第三季度增长约18.84%；2024年前三季度累计完成GMV约人民币88.6亿元，较2023年前三季度增长约18.44%。

财报显示，交个朋友控股开播的直播间数量超过了50个，合计直播粉丝数达6800万，全网粉丝数超8600万，是新媒体领域拥有直播间数量最多的机构之一。

对于电商直播企业来说，选择落地城市有诸多考量，例如：政策环境的支持力度与稳定性、商业氛围的成熟度与市场需求、人才资源的丰富度与吸引力，以及城市重点产业方向和创新能力与公司战略和业务的契合度，还有产业聚集度带来的效率提升也非常关键。

杭州一直在加码在直播电商领域发展。

《2024年杭州市政府工作报告》提出，将在2024年继续大力发展包括“直播经济”在内的新型消费，打造国际新型消费中心城市，努力实现社会消费品零售总额增长5%以上，网络零售额增长7%目标。

### **(3) 平台集聚枢纽**

市场主体是直播电商产业发展的根基，哪个城市抓好了电商企业，就能占据直播电商产业发展的先机。

当下，杭州有电商平台128个，平台网店超过1250万家，“独角兽”企业39家，“准独角兽”企业317家。

大量直播电商企业、直播电商人才的汇聚，成为推动消费增长、促进经济发展的重要力量。在此背景下，2023年11月，杭州市直播电商协会正式成立。

该协会由浙江淘宝网络有限公司、杭州遥望网络科技有限公司、杭州无忧传媒有限公司、谦寻（杭州）控股有限责任公司、杭州君盟文化传媒有限公司、交个朋友优选科技有限公司、杭州缙苏网络信息有限公司、构美（浙江）信息科技有限公司等企业共同发起，已经杭州市民政局批准成立。

杭州市直播电商协会将秉持与会员企业“共创共建、共享共进”的理念，聚焦直播电商行业面临的挑战与机遇，从行业规范与标准、人才培养与人才库建立、直播新技术应用、直播从业人员的资质核定、社会责任引导、直播内容与场景法律合规，行业相关政策法规解读与宣贯等多个方面，共同建立健全直播电商行业高标准、高觉悟的运营与服务生态，推动行业健康有序发展，助力杭州打造“直播电商第一城”。

杭州遥望网络科技有限公司当选首任会长单位，遥望总裁方剑任杭州市直播电商协会会长。

杭州市直播电商协会的成立，标志着杭州直播电商行业驶向新征程。越来越多海内外企业和品牌齐聚杭州，举办线下博览会、线下平台电商活动，搭建一站式商贸对接、产品采购平台，寻找新商机新机遇。

例如，2024年双11即将到来，淘宝举办双十一双选会，面对面“撮合”头部供应链商家与淘宝服饰金牌带货主播，为即将到来的秋冬上新与双十一蓄力。

淘宝双十一双选会面向女装、男装、男女鞋、内衣、箱包、服饰配件、手表眼镜等全行业全品类，近200位与会商家中，大部分都来自全国10+重要服饰产业带，全国范围内近200位商家、超50位主播齐聚现场。

直播电商的下半场是直播出海，杭州在7月18日举办“潮起钱塘”第八全球跨境电商峰会，分享各自成功案例，深度探讨全球化品牌崛起之道。

2023年，杭州规模2000万元以上跨境电商品牌企业数量已破千，其中亿元以上企业也突破200大关。2024年，杭州将力争全年跨境电商进出口额达1500亿元。

截至目前，全国已有三分之二的跨境电商零售出口平台落地杭州，在杭跨境支付机构服务全国150万卖家，占全国四成跨境支付交易额；杭州市范围内已形成35个跨境电商产业园区，海外海跨境电商产业园、上城里·数字时尚产业园也将于近期陆续开园。

---

# 4

---

## 人工智能技术引发新一轮产业变革

## 一、人工智能发展对直播短视频产业的影响

### 1. 近两年我国人工智能产业发展概况

人工智能产业为近几年我国的新兴科技产业。根据权威统计机构艾瑞咨询研究院测算，2023年中国人工智能产业规模已达到2137亿元，并预计2028年将超过8000亿元，五年复合增长率达到30.6%。

我国人工智能产业发展具有以下特点：

**技术创新持续加速：**大模型、生成式AI技术的兴起，为人工智能产业带来了底层技术的革新。这些技术以其强大的数据处理、学习泛化与内容生成能力，加速了人工智能技术在各行各业的赋能进程。

国内外技术公司、高校、研究院在语言、图像、视频、音频等领域的大模型以极快的速度相继推出和迭代，产生了爆炸式的影响。

**应用场景不断拓展：**这两年，随着技术创新的不断加速，人工智能技术对各个场景的影响越来越深。目前，人工智能应用正加速扩散到办公、设计、传媒、法律、游戏、教育、汽车等多领域，与实体经济深度融合，为产业变革带来新动力。

**政策环境不断优化：**自2019年以来，我国人工智能相关政策始终紧随技术和产业发展步伐，历经广泛试点、建设框架、产业化发展、场景化落地四个阶段，切实推动人工智能从一项新兴技术走向规范应用。

2023年，围绕生成式AI的政策布局迅速铺开，从数据和算力基础夯实，到快速对生成式AI规范化引导，再到产业扶持，形成一套强有力的组合拳。

综上所述，我国人工智能产业在这两年取得了显著的发展成果，产业规模持续扩大，技术创新加速，应用场景不断拓展，政策环境不断优化，区域发展亮点纷呈。未来，随着技术的不断进步和应用场景的不断拓展，我国人工智能产业将迎来更加广阔的发展前景。

## 2.杭州人工智能产业发展概况

杭州是中国人工智能产业发展的重要城市之一，近年来在人工智能领域取得了显著的发展。杭州的人工智能产业近年来持续增长，已成为全国乃至全球人工智能发展的重要区域之一。

杭州在人工智能技术创新方面取得了显著成果，特别是在高性能芯片、高速光网络、高性能液冷服务器、人工智能算法、多模态数据集等细分领域形成了产业集群。

杭州积极鼓励企业开展算力关键技术研发攻关，并给予政策资金支持，推动了人工智能技术的不断创新。到2025年，杭州计划将人工智能产业规模达到3000亿元以上，年均增长15%以上，实现增加值660亿元以上。

杭州人工智能产业发展具有以下特点：

**产业链发展完整：**杭州的人工智能产业链较为完整，涵盖基础层、技术层和应用层。其中，应用层企业数量快速增长，占总体的比重达到80%。杭州的人工智能产业集中在东北部，尤其是余杭区、西湖区、滨江区和拱墅区，这些区域涌现出了一批领先的人工智能企业。

**企业创新领先全国：**杭州拥有一批在人工智能领域具有影响力的企业，如阿里巴巴、海康威视、网易等。这些企业在智慧商业、智慧城市、智慧金融、智能计算等多个领域领跑行业。同时，杭州也在不断培育新的人工智能企业，推动产业创新和应用场景的拓展。

**产业集群效果明显：**杭州的人工智能产业已初步形成了城西科创大走廊、萧山及滨江区双核集聚，余杭区、西湖区、钱塘区、临安区、上城区、拱墅区、富阳区等多点布局的态势。这些区域的发展平台主要聚集在主城区，形成了人工智能产业的集聚效应。

**产业竞争力强：**杭州的人工智能产业在全国的竞争力也在不断增强，位居全国前列。杭州聚集了全省36.5%的人工智能核心企业，2021年营业收入占全省的52.4%，研发费用为225.8亿元，占全省的70.5%。

综上所述，**杭州的人工智能产业发展迅速，政策支持力度大，产业规模和企业数量持续增长，产业链完整，创新能力强，产业集聚效应明显，竞争力不断提升。**

## 人工智能发展对直播短视频产业的影响



数字人在直播场景中的应用是多方面的，并且随着技术的发展，这些应用正在变得越来越成熟和多样化。以下是一些主要的应用场景和优势：

**直播带货：**数字人可以作为虚拟主播进行直播带货，这对于品牌商家来说是一种新兴的营销方式。数字人可以24小时不间断地直播，不受时间和地点的限制，也不会出现疲劳或口误，保证直播内容的稳定性。

**本地生活：**数字人可以用于本地生活服务，比如餐饮、旅游等行业，通过直播的方式进行推广和引流，增加曝光量和订单量。

**企业直播：**企业可以利用数字人进行产品介绍、企业文化宣传等直播活动，这种方式可以节省人力成本，提高直播效率。

**个人IP直播：**个人可以通过数字人技术创建自己的虚拟形象，进行直播互动，这对于害怕出镜或者缺乏直播经验的个人来说是一种很好的选择。

**客户服务：**在客服领域，数字人可以作为虚拟客服，提供24小时不间断的客户咨询服务，提高服务效率。

## 人工智能发展对直播短视频产业的影响

### 5G技术的应用

5G技术的推广使用为直播电商带来了新的发展机遇

通过5G可以实现更高质量的直播流，提供更流畅的用户体验，同时支持更多创新的直播形式，如VR/AR直播等。

### 影视制作

文生视频技术正在颠覆传统的影视内容生产方式，激活行业的新动力。例如，央视推出的动画片《千秋诗颂》就是运用人工智能技术，将诗词制作为水墨国风动画，大幅提高了制作效率。

### 广告行业

文生视频技术可以帮助广告商快速生成多样化的广告创意，提高广告吸引力和效果。

### 电视台和新闻报道

文生视频技术可以用于新闻报道中，通过文本指令生成视频，提高新闻报道的效率和质量。

### 游戏开发

在游戏行业，文生视频技术可以用于生成游戏中的动态场景或角色动画，提升游戏的丰富性和互动性。

### 教育和培训

文生视频技术可以用于制作教学视频，将复杂的学术概念或流程以视频形式展示，提高教学效率和学生的学习体验。

### 社交媒体

文生视频技术为用户提供了更多元化的内容创作方式，丰富了社交体验。

文生视频技术，即Text-to-Video，是一种利用人工智能将文字描述转化为视频内容的技术。它结合了自然语言处理（NLP）和计算机视觉（CV）的最新进展，通过深度学习模型理解和处理文本描述，生成动态的、连贯的视频序列。以下是文生视频的一些主要应用场景：

**内容创作：**文生视频技术可以帮助创作者快速生成视频素材，用于电影、广告、新闻报道、社交媒体内容或其他形式的数字内容。例如，OpenAI发布的Sora模型能够根据简单的文字描述一次性生成60秒视频，实现行业性突破。

**游戏开发：**在游戏行业，文生视频技术可以用于生成游戏中的动态场景或角色动画，提升游戏的丰富性和互动性。

**教育和培训：**文生视频技术可以用于制作教学视频，将复杂的学术概念或流程以视频形式展示，提高教学效率和学生的学习体验。

**影视制作：**文生视频技术正在颠覆传统的影视内容生产方式，激活行业的新动力。例如，央视推出的动画片《千秋诗颂》就是运用人工智能技术，将诗词制作为水墨国风动画，大幅提高了制作效率。

**广告行业：**文生视频技术可以帮助广告商快速生成多样化的广告创意，提高广告吸引力和效果。

**电视台和新闻报道：**文生视频技术可以用于新闻报道中，通过文本指令生成视频，提高新闻报道的效率和质量。

**社交媒体：**文生视频技术为用户提供了更多元化的内容创作方式，丰富了社交体验。

# 5

## 杭州直播短视频代表企业

杭州在中国电商领域拥有举足轻重的地位，作为中国电子商务的发源地之一，**杭州的电商行业在不断地发展和壮大，成为了全国乃至全球的电商中心之一。**

自上世纪九十年代开始，电商的种子就在杭州的沃土上发芽。1999年被认为是一个里程碑式的年份，也是电商行业驶入“杭州模式”的开启点。

1999年3月，马云回杭州创业，推出阿里巴巴网站；2005年，淘宝占据了57.1%的市场份额，成为中国C2C市场的老大。随着阿里巴巴等知名电商企业的崛起，历经二十多年的发展，杭州的电商行业逐渐成为了全国的领头羊。

在杭州，有着众多的电商企业和电商平台，如淘天集团、网易严选、唯品会、微拍堂等。还有为数众多的电商服务企业，如有赞、蚊子会等。截止目前，杭州已经有电商平台128个，“独角兽”企业39家，“准独角兽”企业317家。

**数量庞大的电商平台不仅为消费者提供了丰富的商品选择，也为商家提供了广阔的销售渠道。**



### 电商平台企业案例

**淘天集团：**淘天集团是阿里巴巴集团的业务集团，旗下拥有淘宝、天猫、天猫国际、淘宝直播、天猫超市、淘菜菜、淘特、闲鱼、阿里妈妈、1688等业务，提供线上零售、线上批发、二手闲置交易、数字营销等服务。

2024年，淘宝天猫新开店铺累计超过600万，三季度天猫新入驻品牌环比增长70%；淘宝百亿补贴成交规模增长迅猛，截至目前年活跃用户数已突破5亿。淘宝百亿补贴合作商家数翻倍增长，成交破千万级的单品数超10万个。

过去一年，淘宝88VIP持续保持双位数增长，00后用户数同比增长67%，会员规模超4200万，成为国内最大规模电商付费会员。88VIP年度合作品牌规模同比增长超300%，头部品牌一半以上的生意由88VIP贡献。

淘天集团的成功不仅在于其创新的商业模式，更在于其对技术进步和社会责任的承诺，致力于让天下没有难做的生意。

**Lazada：**Lazada是东南亚地区最大的在线购物网站之一，2016年，响应阿里巴巴全球化的战略目标，阿里投资控股了lazada，将目标瞄准了具备深厚潜力的东南亚市场。

中国市场已经是接近饱和的状态，而东南亚跨境电商行业却是一个全新未开发完全的领域。2023年全球零售电商市场增速排名中，东南亚以18.6%的增速排名第一。而增速最快的十个国家中，东南亚国家占据了一半席位，菲律宾、印尼、马来西亚、泰国、和越南均进入榜单。

目前，Lazada已在东南亚拥有超过1.6亿活跃消费者，主要市场为马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南、印尼。

**抖音电商：**近几年来，依靠平台的巨大流量和兴趣电商的定位，抖音直播电商业务越做越大。从销售热度趋势来看，2024年上半年抖音电商在销售、成交与推广热度相比2023年同期均保持两位数以上增长。

36氪报道，抖音电商2023年GMV为2.2万亿左右，2024年抖音电商内部目标是4万亿。

从品类来看，服饰内衣、智能家居、珠宝文玩的市场份额位居前三，各品类赛道整体生意规模还在持续扩容中。特别是医疗健康与运动户外品类，销售热度同比涨幅分别高达567%与71%。

今年，抖音电商继续加码，3月上线了一款名为“抖音商城版”的APP，这是抖音电商在主站APP外，首次推出独立的电商购物平台。在抖音商城版APP，用户可完成搜索商品、比对价格、下单购买、查看物流、售后服务等完整的电商平台购物体验。

在未来，抖音电商将是淘天集团和拼多多最主要的竞争对手。

**快手电商：**过去的2023年，是快手电商突飞猛进的一年。快手电商总GMV首次冲破万亿大关，达到了1.18万亿元。

快手电商月活跃买家数同比提升22.9%，订单量同比增长27.7%，电商经营者同比增长55%，新动销商家同比增长68%，月均GMV过200万商家数同比增长130%。

同时，在用户构成方面，自2023年起，快手的南方用户数量开始大幅增长。数据显示，在2023年加入快手电商的新用户中，华东地区用户占比高达49%，南方用户总体占比达到了55%。

这一变化将打破“南抖音北快手”的固有印象，展示了快手电商在全国范围内的广泛吸引力。

2024年，快手电商将通过超千亿新商启航计划、全面的全域商家激励策略、十亿低价好物商品补贴、五千万经营增量激励，引入多元低价好物，持续放大信任价值，携手商家共同为用户带来更好的体验。

近年来我国电子商务持续快速发展，各种新业态不断涌现，在增强经济发展活力、提高资源配置效率、推动传统产业转型升级、开辟就业创业渠道等方面发挥了重要作用。近年来，电子商务行业政策持续加码，助力行业加速发展。

资本的嗅觉总是敏锐的，直播电商市场的广阔前景自然吸引了众多资本的入驻。中研普华产业研究院《2023-2028年中国直播电商行业深度分析及发展前景预测报告》显示，截止2024年，直播电商相关企业注册量已经达到了82103家，这一数字不仅远超过2023年，更显示出行业发展的强劲势头。报告预测，到了2024年，这一数字有望攀升至96457家。

随着直播电商的兴起，MCN机构迅速抓住了这一机遇，成为了行业的重要参与者。它们拥有丰富的达人资源，这些达人在直播平台上拥有庞大的粉丝基础和高度的影响力，能够为品牌带来可观的曝光和销量。

## MCN机构案例

**蚊子会：**蚊子会成立于2016年，是一家专注于电商领域的服务品牌，致力于解决行业痛点，打造电商服务共享平台，实现服务模式的多维度创新。

蚊子会通过多年的积累，形成了电商媒体矩阵、电商卖家圈、电商服务商圈、网红达人圈、电商导师圈和电商畅销书作者圈等六大圈子，这些圈子相互服务，形成了蚊子会的电商服务生态圈。

蚊子会还培养了超过2000个达人，指导了超过1000家店铺进行内容营销，并拥有超过60个自有签约达人。

**谦寻：**谦寻成立于2017年4月28日，是新内容电商直播机构前列。覆盖美妆、生活、服饰等全品类类目，淘宝粉丝数千万，多维度精准触达受众。

2018年至今，谦寻屡获“年度TOP机构”、天猫金妆奖“2019年度优秀合作伙伴”等多个奖项，连续占据阿里V任务机构榜、淘榜单机构前列。谦寻旗下业务涵盖直播服务、超级供应链、数字系统、全域营销、IP合作、自主品牌孵化、跨境直播等等，是目前国内引导成交规模最大的直播电商企业之一。

谦寻已与超过6万个国内外品牌建立长期合作关系，储备了数十万个货品。搭建起多领域专业主播矩阵，覆盖美妆、生活、食品、服饰等全品类类目，多维度服务消费者，助力国货品牌，同时积极致力于推动直播行业健康发展。

**如涵：**如涵于2011年成立，是国内较早的红人孵化公司，也是国内有影响力的红人营销平台。自2014年成功孵化张大奕，开创“网红电商”新模式后，先后获得赛富亚洲A轮融资、君联资本B轮融资、阿里巴巴C轮融资，并于2019年登陆美国纳斯达克，成为中国网红电商第一股。

2021年，如涵推出“爱种草，达人真实分享通告平台”，以数据为核心提供全平台达人投放服务。

如涵在红人孵化领域已持续开拓电商红人孵化、泛娱乐广告红人孵化、直播红人孵化等业务，并成功孵化虫虫、大金、宝剑嫂、精致大姨夫、温婉等知名KOL，拥有独家红人200+位，全网粉丝3.58亿，爱种草平台达人数40000+。

**宸帆：**宸帆成立于2015年8月，是国内的网络红人生态平台，旗下拥有众多国内一线优质网全面转变成网络红人培育平台，系统化培育网络红人的媒体营销方案成为早期网红店铺标杆。

目前宸帆已全面转变成网络红人培育平台，系统化培育网络红人的影响力，整合产品供应体系，从而引导将投入大量资金逐步拓展到化妆品、鞋帽、家居、零食区各大领域，努力将新鲜时尚的生活方式并满足粉丝消费群体的需求。

电商服务商，也是电商生态系统中不可或缺的一部分，专门为商家在互联网上开展商业活动提供支持和服务的机构或个人。通过专业的技能和服务，帮助商家实现商业目标，提高销售业绩。

在当今竞争激烈的电商市场中，电商服务商发挥着越来越重要的作用。他们不仅为商家提供了专业的技术和咨询服务，还帮助商家提高运营效率，扩大市场份额，从而推动整个电商行业的发展。

据网经社数据库显示，2023年零售电商服务商领域共有8起融资，融资总金额约1.1亿元；中国跨境电商服务商领域共有15起融资，融资总金额约6.4亿元；产业电商服务商融资事件数共14起，融资总金额7.4亿元。

随着人工智能、大数据、物联网等技术的不断发展，电商服务商可以通过这些技术手段提高运营效率、改善用户体验、实现精准营销等。电商服务趋向种类多元化、细分化，在现有的流量池中，挖掘出更多的消费人群。

## 电商服务商案例

**有赞：**有赞是于2012年成立的一家商家服务公司，目前拥有社交电商、新零售、美业、教育及有赞国际化五大业务体系，通过旗下的社交电商、门店管理和其他新零售SaaS软件产品、解决方案及服务，全面帮助商家解决在移动互联网时代遇到的推广获客、成交转化、客户留存、复购增长、分享裂变等问题。

2024年半年报显示，有赞2024年上半年GMV约为499亿元，同比增长约2%；经营性盈利约为5122万元，超过了2023年全年。截至目前，有赞已经连续7个季度实现经营性盈利。

作为行业内领先的电商SaaS服务商，有赞凭借多年的移动零售服务经验，以及技术和数据上的积累，为无数商家提供真实有效的解决方案，成为商家和用户之间的连接器。

**百准：**百准是2020年成立的微信视频号数字营销服务平台，作为微信视频号的官方服务商，以“数据+服务”为支撑，提供SaaS工具矩阵、营销服务、电商服务等全链路的视频号运营解决方案。

“百准数据”目前收录超400w+视频号创作者、8000万条视频号动态和400万直播间数据。同时，“百准数据”平台提供全网优质视频号博主查询、视频号运营数据分析、直播监测、品牌投放分析、视频号投流优化等数据服务，帮助品牌和机构优化投放策略，监控直播数据，助力视频号运营及广告投放效果监控。

随着视频号进入发展的红利期，百准作为业内资质齐全且唯一资本化的视频号数字营销服务平台，实现数据、品牌、价值的持续提升，帮助品牌商、创作者、产业链服务商等共同成长，并推动视频号创作与商业生态成熟繁荣，实现激发创造、驱动商业的平台愿景。

**微盟：**成立于2013年，是中国企业云端商业及营销解决方案提供商，同时也是中国精准营销服务提供商。

微盟致力于为商家提供去中心化的数字化转型SaaS产品及全链路增长服务，助力商家经营可持续增长。公司总部位于上海市宝山区，并在香港设有主要营业地点。微盟通过构建WOS新商业操作系统，为企业数字化转型打造出一整套去中心化的商业基础设施，通过多端一体化产品服务矩阵，助力商家智慧经营。

2024年上半年，微盟在服饰、快消、建材行业持续渗透并保持领先，合作百强商户数占比依次为43%、21%、19%。

**有米云：**有米云成立于2010年，是专业的全球营销大数据平台，致力于利用大数据+人工智能技术引领企业的营销数字化。有米云通过提供多维度的营销大数据服务及工具，打造企业营销数字化的智能引擎，帮助企业提升从市场洞察、产品决策、营销策略、创意内容到推广执行等营销全链路的数字化效率，实现智能化的商业决策、营销内容生产及数字资产管理。

在“数据驱动营销”的品牌理念下，通过十几年的成长已经成为全球营销大数据行业的领军者。而其业务品牌有米云旗下的营销大数据分析平台有米有数，更是成为短视频和直播电商领域的“神器”，解决了大量电商客户的痛点。

# 6

## 杭州直播电商的发展趋势

这两年，AI技术的发展，给直播电商产业带来了巨大的变革。其中，杭州作为中国互联网之都，AI技术的发展速度也位居全国前列。尤其是在电商领域，更是有诸多电商企业尝试了很多应用技术。



**1.数字化与智能化：**随着大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、5G等数字技术的广泛应用，直播电商的全流程正在实现数字化和智能化，提高运营效率和消费者体验。

**2.5G技术的应用：**5G技术的推广使用为直播电商带来了新的发展机遇，通过5G可以实现更高质量的直播流，提供更流畅的用户体验，同时支持更多创新的直播形式，如VR/AR直播等。

**3.数字人主播的兴起：**AI技术的发展使得数字人主播成为可能，数字人主播可以24小时不间断工作，降低成本，同时提供新颖的互动体验。杭州已有企业如谦寻控股等开始探索AI数字人业务，并取得了一定的市场反响。

**4.供应链的数字化：**直播电商的快速发展对供应链提出了更高要求，数字化柔性供应链的建设成为趋势，以更好地满足消费者多样化的需求，并提高产品迭代效率。



2024直播短视频产业白皮书

直播短视频发展趋势：更加规范化

**地方标准的制定**

杭州市发布了《绿色直播间管理规范》地方标准，从直播平台的规范、商家管理、主播管理、MCN机构管理、售后服务等方面提出标准化要求，推动直播带货的标准化发展。杭州市司法局发布了《直播电商产业合规指引（征求意见稿）》，提出了包括主体合规、直播账号合规、商品及服务合规、直播营销合规等方面的明确规范与指引。

绿色直播间管理规范

- 直播平台的规范
- MCN机构管理
- 售后服务
- 商家管理
- 主播管理

直播电商产业合规指引（征求意见稿）

- 主体合规
- 直播账号合规
- 商品及服务合规
- 直播营销合规

**数字治理平台的建立**

杭州市上城区推出了全国首个“直播电商数字治理平台”，通过数字化手段对直播电商进行监管，包括直播主体、商品监测、行为检测和数字治理四个维度，以打造绿色直播间。

- 直播主体
- 商品监测
- 行为检测
- 数字治理

**技术手段的应用**

利用区块链技术、大数据技术和人工智能技术，通过建立违法行为关键词库、智能分析模型等，对直播电商企业视频数据开展智能分析。

- 区块链技术
- 大数据技术
- 人工智能技术
- 违法行为关键词库
- 智能分析模型

从PC互联网时代，到移动互联网时代，再到现在的AI时代前夜，电商已经发展有二十余年的历史了。随着技术和形式的演进，与电商相关的法规也在不断更新进步，这背后的最根本的原因，是在于保护消费者的根本权益，以及规范商家和平台的责任界限。有了清晰的法律法规，电商行业才能更加稳定和规范地发展。

杭州作为电商之都，在电商相关法规的建设上也领先全国，营造了一个很好的经营环境和行业发展环境。杭州直播电商产业的规范化主要体现在以下3个方面：

**1.数字治理平台的建立：**杭州市上城区推出了全国首个“直播电商数字治理平台”，通过数字化手段对直播电商进行监管，包括直播主体、商品监测、行为检测和数字治理四个维度，以打造绿色直播间。

**2.地方标准的制定：**杭州市发布了《绿色直播间管理规范》地方标准，从直播平台的规范、商家管理、主播管理、MCN机构管理、售后服务等方面提出标准化要求，推动直播带货的标准化发展。

杭州市司法局发布了《直播电商产业合规指引（征求意见稿）》，提出了包括主体合规、直播账号合规、商品及服务合规、直播营销合规等方面的明确规范与指引

**3.技术手段的应用：**利用区块链技术、大数据技术和人工智能技术，通过建立违法行为关键词库、智能分析模型等，对直播电商企业视频数据开展智能分析。

---

# 7

## 结语

随着杭州直播电商产业的蓬勃发展，以AI为代表的新技术的应用已成为推动这一领域创新的关键力量。

**AI技术在直播电商中的应用已经从单一的数据分析工具扩展到了用户洞察、产品推荐、内容生成和客户服务等多个方面。**

通过AI技术，直播电商能够实现更加精准的用户画像描绘，提供个性化的商品推荐，从而提升用户体验和提高转化率。同时，AI技术还能够辅助内容创作，自动化生成直播脚本和产品描述，提高直播内容的生产效率。

在直播过程中，AI技术的应用也日益广泛。例如，通过AI驱动的聊天机器人，品牌可以在直播期间实时解答观众疑问，提供个性化服务。此外，AI技术还能够优化库存管理，确保产品供应与直播促销活动的无缝对接，减少库存积压和缺货风险。

然而，尽管AI技术为直播电商带来了诸多便利，但它也面临着一些挑战。技术瓶颈、用户隐私和数据安全问题以及伦理问题是AI在电商直播领域传播力提升过程中需要克服的难题。

为了解决这些问题，**技术创新、数据隐私保护和跨领域合作将成为未来AI发展的重要方向。**

展望未来，随着技术的不断进步，我们有理由相信AI将在直播电商领域发挥更大的作用。AI技术的深度融合将推动直播电商实现更加智能化、个性化的内容创作和运营优化。同时，直播电商将与其他新兴技术如区块链、物联网等相结合，形成更加完善的生态系统。

在杭州，直播电商与AI的结合正引领着电子商务行业的新一轮变革。**通过AI技术的应用，品牌不仅可以实现内容创作的创新和运营效率的提升，还可以更深入地了解消费者需求，制定更加精准的营销策略。**杭州的直播电商产业将继续作为行业的先行者，探索AI技术在直播电商中的新应用，推动产业的持续创新和发展。

随着AI技术的不断发展和应用场景的拓展，杭州直播电商产业的未来充满了无限可能。我们期待AI技术能够为杭州乃至全球的直播电商产业带来更多的创新和价值。

/ END /