



万亩葡萄园里开直播，暖心助农销售农产品。



直播电商，不止带货

直播电商作为一种“零界新业态”，正在与产业结构转型、乡村振兴、公益等各行各业进行深度融合，逐渐演化成为一种结构性力量，重塑着社会生活的方方面面。

□ 记者 | 陈 冰

2021年10月20日晚8点，天猫正式开启预售活动，打响“双11”第一枪。京东、苏宁易购、拼多多、快手、抖音等纷纷跟进，“双11”迎来第13年的“消费狂欢”，“剁手党”的购买热情似乎有增无减，预售首日淘宝直接崩了！

淘宝数据显示，当晚头部主播李佳琦、薇娅的直播间观看量分别高达2.49亿、2.39亿人次，第二梯队的淘宝主播雪梨、陈洁kiki的观看量也分别突破了4406万人次、926万人次。同时，

抖音、快手的直播带货数据也获得了新的增长。

毫不夸张地说，今年“双11”最热闹的战场就是直播间。李佳琦、薇娅两位头部主播的马太效应非常明显，但各大平台、各大商家还是使出了浑身解数在直播间卖货——达人主播、影视明星主播、商家自播……直播俨然成为电商标配。

网经社电子商务研究中心发布的《2021年(上)中国直播电商市场数据报告》显示，预计2021年中国直播电商市场规模达到23500亿元。