

市场简报：从直播主播与品牌方博弈的背后，探讨渠道与品牌的议价权

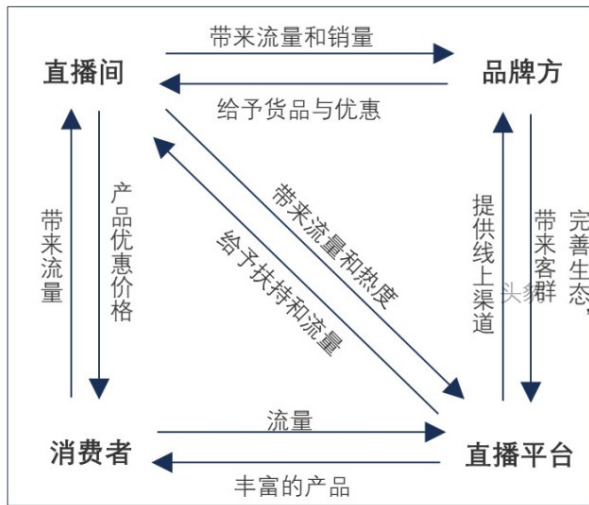
Briefing Report : The Interpretation of Bargaining Power between Live Broadcast Channels and Brands

市場速報：生放送のアンカーとブランドの間で、ゲームの背後からチャンネルとブランドの交渉力について話し合う

报告标签：直播、电商、李佳琦、薇娅、销售渠道
主笔人：胡喻凡

Q1: 直播间是如何运行的? 主播与品牌方之间会进行怎样的博弈?

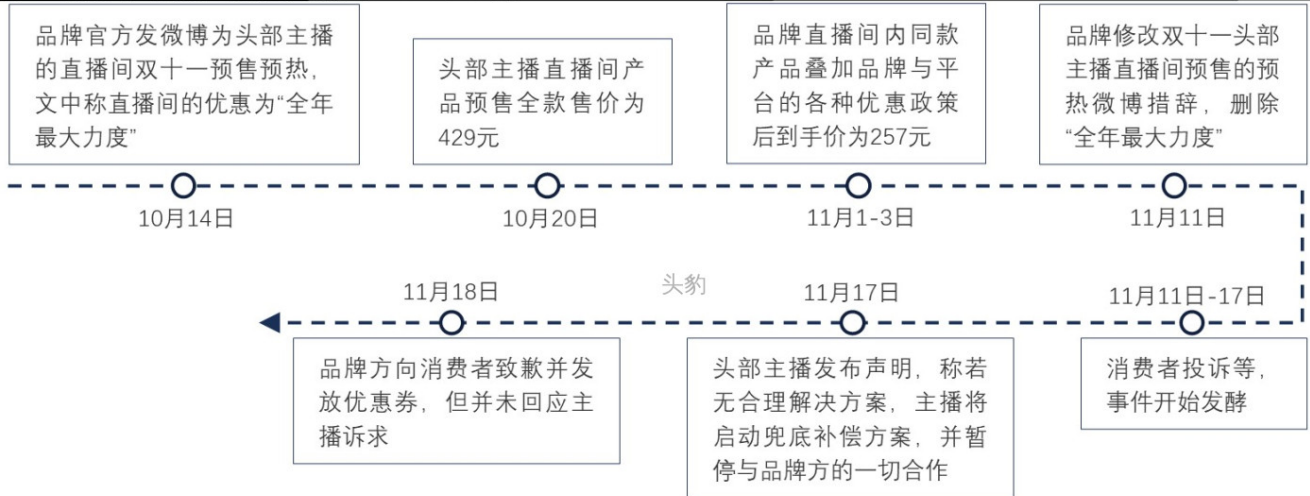
图表1: 直播间的运作模式



直播可通过低价获取流量并以此达成正向循环, 而直播平台、品牌方、消费者和直播间通常各取所需、互惠互利

直播的运作方式可达多方共赢: 通过在平台直播卖货, 更知名的KOL将为平台带来更高的热度和消费者黏性。品牌方通过直播带货, 一方面能够达到卖货目的, 一方面也相当于市场营销。而消费者通常能以更低廉的价格购买产品, 四方互利共赢

图表2: 博弈事件完整历程, 截至2021年12月



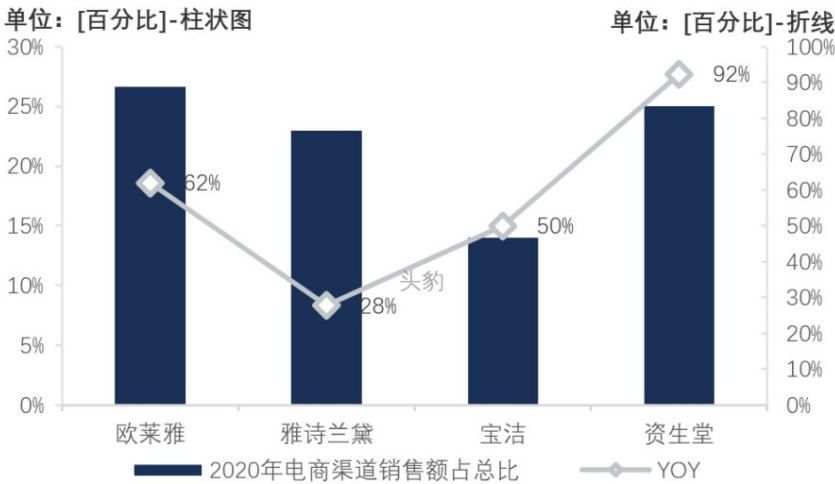
2021年双十一期间, 某品牌方与头部直播间发生冲突与博弈, 议价权的归属成为争议话题

双十一期间, 关于主播有没有权利要求品牌给出“全网最低价”以及品牌能否掌控定价权利的争论甚嚣尘上: 2021年双十一期间, 品牌方本宣称在直播间给出了“全年最大力度”的优惠活动, 结果被消费者发现了同款产品的更低价格。品牌方之后发表声明表示这一价格为消费者同时叠加了品牌和平台两方复杂的优惠政策所致, 非品牌方主观设立。而头部主播均发布声明暂停与品牌方合作。但关于主播是否议价权过大使品牌不得不给出“全网最低价”的讨论引起热论, 一方观点认为, 撇开本次宣传的不当措辞, 品牌方确实有权决定自己在各个渠道的定价, 而不是仅对直播间消费者负责, 而**现阶段的直播形成了价格垄断, 反而不利于各个渠道间的良性价格竞争, 最终为直播成本买单的还是各个渠道的消费者**

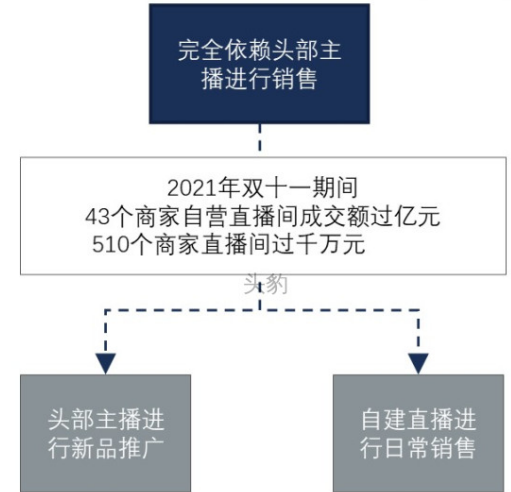
来源: 头豹研究院

Q2：为什么品牌方不想履约？为什么直播主播不能退步？

图表3：头部化妆品企业的电商销售渠道占比，2020年



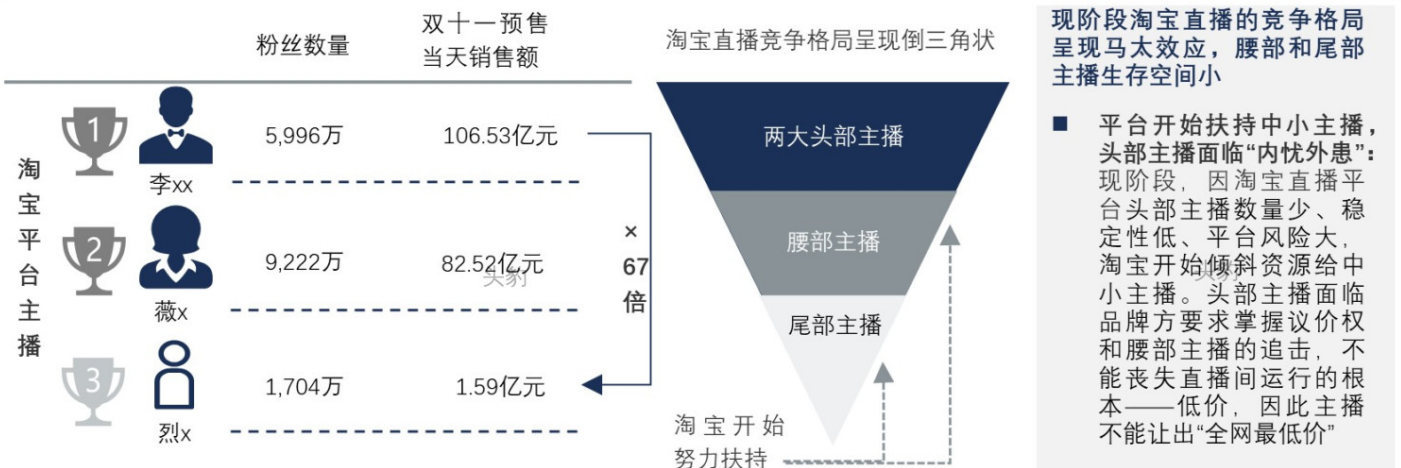
图表4：品牌方自建渠道，2021年



品牌方正在逐步摆脱过于依赖头部主播进行直播带货的现状，头部化妆品企业已拥有较高的线上销售份额，接下来更重要的是提高品牌线上销售的利润率

- 头部主播的粉丝难以转化为品牌方的粉丝，且直播虽能为品牌方带来高销售额，却难带来高利润率：现阶段，中国电商渠道的获客成本日益高企，而品牌方的线上销售额占比均达较高水平，难以出现爆发式突破。随着渠道变革逐渐平稳，提高线上渠道的盈利能力而非销售额变得日益重要。和头部主播进行合作，通常费用包括坑位费+佣金，头部主播的坑位费在10-50万元间，佣金为20%-30%，因此品牌上头部主播直播间大部分为亏本宣传。且如果过分依赖头部主播进行销售，主播粉丝更难养成在无优惠时进行复购的习惯，很难转换为品牌粉丝，可持续性较低
- 品牌开始向自建渠道方向发展，平台也开始大力支持品牌自建渠道：同时，品牌也开始自营直播间以完善自身的销售渠道，而平台因担忧过于依赖头部主播，也鼓励品牌方自营直播间，并大力扶持腰部主播

图表5：淘宝（现存）主播的竞争现状，截至2021年12月



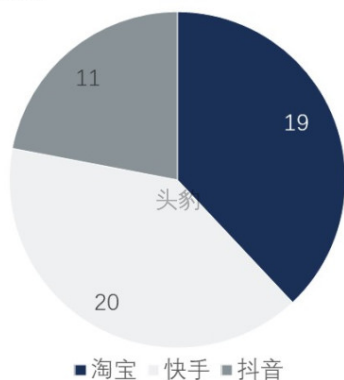
来源：欧莱雅年报，资生堂年报，头豹研究院

Q3: 现阶段，直播行业的竞争格局是怎样的？

图表6：全网直播带货销售额TOP50主播，2020年10月21日-2020年11月11日

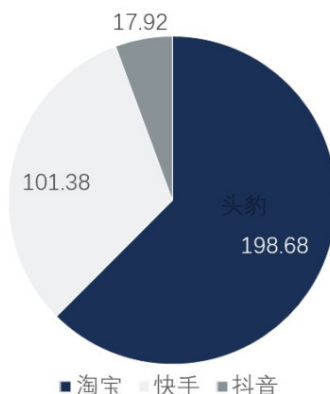
全网直播TOP50主播各平台人数对比

单位：[名]



全网直播带TOP50主播各平台销售额对比

单位：[亿元]



受益于平台的巨大流量，淘宝直播的头部主播数量较多，直播营收高

- 淘宝在头部主播竞争方面具备明显优势：2020年双十一期间，全网的直播带货top50主播被淘宝、快手和抖音平台瓜分。快手上榜了20名主播，抖音上榜11名，淘宝有19名主播上榜。而这TOP50主播带货销售额分布中，淘宝具备显著优势，62.5%的销售额源自淘宝主播，具备显著的头部主播优势

图表7：淘宝直播、抖音、快手三大平台网红人数及结构，2020年

	网红人数 (万人)	网红结构 (人)		
		头部	腰部	尾部
淘宝	1.6	20	1,000	1.5万
抖音	10	11 头豹	2,000	10万
快手	5.5	20	4,000	5万

淘宝直播现阶段为直播行业龙头，但抖音与快手平台的直播主播储备更足，随着平台流量池的扩大，行业格局未成定数

- 快手和抖音凭借去中心化吸纳大量的腰尾部主播实现突围：因直播具备马太效应，淘宝直播的流量在被两大百亿级主播瓜分后所剩无几，腰尾部主播生存较为困难。快手和抖音因去中心化的推荐机制，腰尾部主播生存状况优于淘宝直播。吸纳了大量此类主播，而源源不断的腰尾部主播不仅使用户拥有更多选择，也更有希望跑出下一个头部主播
- 淘宝身为电商平台，具备转化率高的天然优势：相较于快手、抖音等以内容社交为主的平台，淘宝本身作为电商平台，具备转化率高的优势，虽主播储备相对较少，但凭借平台优势占据直播平台榜首

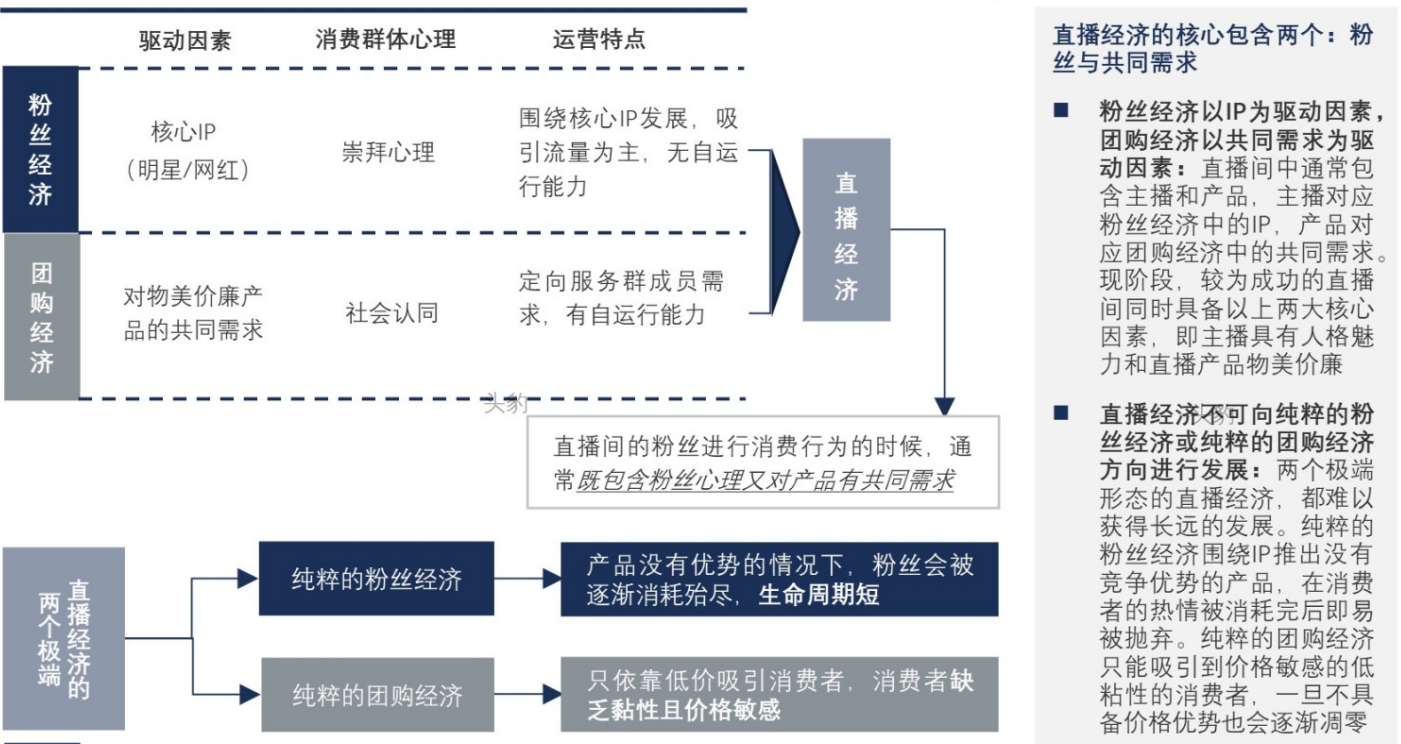
图表8：淘宝直播、抖音、快手三大平台带货模式对比

	淘宝直播	快手	抖音
电商载体	站内成交	淘宝、天猫、有赞、京东、拼多多、快手小店、魔筷星选等	淘宝、天猫、京东、抖音小店等
代表KOL	李佳琦、薇娅	头豹 辛巴、散打哥	罗永浩
带货模式	商家自播和达人导购模式	达人直播、打榜、连麦等	短视频+直播
转化率	高	较高	中等

来源：头豹研究院

Q4：直播该如何找准其在销售渠道中的位置？它是粉丝经济还是“聚划算”？

图表9：直播经济为粉丝经济与团购经济的结合形态



Q5：未来直播销售渠道与品牌的拉锯战将可能向什么方向发展？直播销售渠道如何进行破局？

图表10：直播与品牌的三种可能方向及破局方向



未来品牌可能会选择DTC方向、或将直播间视为普通销售渠道、或承认直播的附加营销价值

- 不同阶段的品牌需将直播看作不同的渠道：新品牌可选择在直播间露出，利用直播间的巨大流量进行营销。知名品牌可选择仅在直播间推广新品，并自建直播渠道，部分品牌还可向DTC方向发展

来源：头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从宏观政策、金融市场等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

研究咨询服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“**内容+渠道投放**”一站式服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报



添加右侧头豹分析师微信，身份认证后邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

头豹

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 18916233114

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521



www.leadleo.com
400-072-5588

详情咨询



头豹报告库账户

头豹

- 全行业覆盖、近5000本报告展现、支持100万+数据搜索、每年持续更新1000+行企研究报告
- 解决细分行业知识空白
- 价值研究体系助力投资决策
- 月卡、季卡、年卡灵活订阅

报告找不到，马上上头豹

让专业 更专业

头豹定制报告

- 轻量化咨询：低价（5万起） 高质（深度） 高效（2周起）
- 对口行业资深分析师执笔
- 满足企业及机构：品宣、业务发展、信息获取等诉求

详情咨询



助力企业价值最大化

共建报告——合作招募

头豹诚邀企业参与报告共建

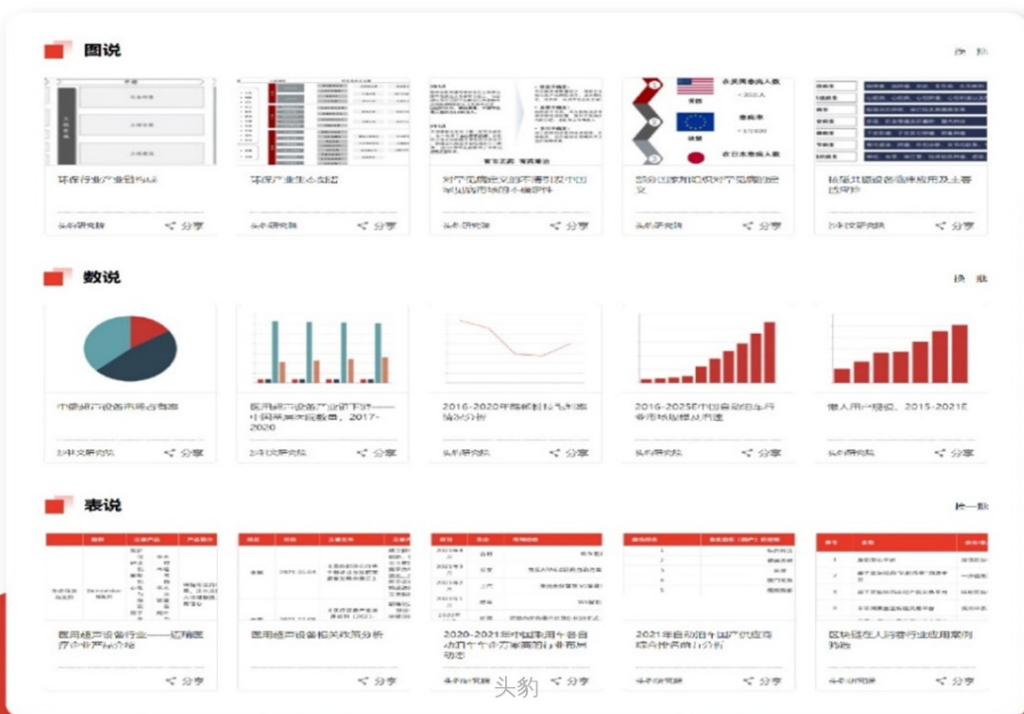
- 传播企业品牌价值、共塑行业标杆
- 全网渠道发布、多方触达
- 高效 高品质 打造精品报告

详情咨询



“我不想阅读完整的报告, 只想引用里面的数据呀, 有没有相关的工具可以推荐?”

头豹给你答案!



头豹目前收录了400,000+行业数据
涵盖各类图片、表格、数据图等

众多数据 如何才能运用到工作文档里面, 并且一键导入PPT、WORD、EXCEL?
今天, 就安利给你一款解决数据引用难题的**“神器”**

头豹助手Office插件

头豹助手功能强大, 使用便捷
内置头豹官网的最新图、表等数据
并支持一键使用, 自动匹配导入文档
再也不用Ctrl C+Ctrl V循环了!



如何“解锁神器”?

只需1分钟 即可上手使用!
扫描左侧二维码 查看教程

