



王 鹏作(新华社发)

《2025直播电商行业发展白皮书》发布——

直播电商走向规范多元

本报记者 李 贞



3月7日，在内蒙古自治区呼和浩特市妇联巾帼创业就业主题活动现场，玉泉区“村播妇女小组”成员通过网络直播助农推销当地特色农产品。
丁根厚摄(人民视觉)



近日，在江苏省宿迁市沭阳县扎下镇艺川盆景园，主播们在园区网络直播拍卖中心，通过“矩阵”直播销售盆景。
周 永摄(人民视觉)

近年来，直播电商在经历过爆发式增长后，已进入新的发展阶段。前不久，市场监管总局发展研究中心与中国社会科学院财经战略研究院课题组联合发布了《2025直播电商行业发展白皮书》(以下简称白皮书)，梳理当前直播电商行业的发展现状、挑战、治理成效等，并对行业未来发展提出建议。

直播电商如何激发消费活力，未来怎样更好地规范治理?本报记者采访了业内专家予以解读。

拉动网络零售增长

白皮书提到，直播电商是近年来我国数字经济领域增长最快、创新最活跃的商业模式之一。

数据显示，2025年直播电商GMV(商品交易总额)超5万亿元，占网络零售额近三分之一，行业用户规模预计达6.6亿。近十年，相关企业注册量整体呈显著增长态势，国内现存直播相关企业超250万家。直播电商在促进消费、扩大就业、推动实体经济发展等方面发挥着重要作用。例如云南的鲜花产业，三年内交易规模增量中，直播电商贡献占比接近七成。

直播电商已成为拉动网络零售增长的核心动力。测算数据显示，2025年直播电商用户人均年消费额约为7968元，同比增长6%。白皮书指出，直播电商对消费行为和消费模式形成了重塑——从传统“需求—搜索—购买”的消费逻辑，逐渐转向“兴趣激发—场景体验—即时转化”的新型消费链路。

直播电商缘何能赢得消费者青睐?中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚认为，直播电商更好地满足了当下消费者的需求。

“随着居民收入提高，必需品的消费在消费大盘中占比越来越低，而兴趣型、发展型消费等占比越来越高，个性化消费正在兴起。这些消费的特点是具有随机性，并非像必需品消费那样具有计划性。直播电商模式更契合这样的消费需求。”李勇坚指出，直播电商通过实时视频直播展示商品，比传统的图文描述更具吸引力和说服力;同时，主播与观众之间的实时互动，可进一步增强消费者的购买信心和体验感;主播的个性化推荐和情感交流，也能更轻易地引起消费者的情感共鸣，增强其对产品的认同感。

主播职业化进程加速

白皮书指出，当前，直播电商行业已步入以“规范与多元协同”为特征的新阶段。

主播职业化进程加速，是行业发展趋势的特征之一。

近年来，政府部门与直播平台协同推进职业认证体系建设，“网络主播”被正式增设为国家新职业。根据中国网络视听节目服务协会发布的《中国网络视听发展研究报告(2025)》，截至2024年底，职业主播(含机构账号与个人账号中开播的职业主播)规模达到3880万。

白皮书还指出，直播电商的发展不仅催生了海量主播岗位，更带动了助播、运营、场控、选品等上下游配套职业的兴起，为不同专业背景、不同技能水平的人群开辟了广阔的就业路径，推动行业形成完整的职业生态。

李勇坚认为，随着直播电商的发展，对主播这一职业的要求与规范将越来越严格。“比如需要其了解商品学、消费心理学、广告法规等复合型知识。随着直播电商行业告别‘叫卖式’粗放营销模式，主播也要构建以专业知识为核心的竞争体系。例如，医疗器械类直播需配备持证专家，奢侈品专场引入专业鉴定师参与品控等。随着直播电商进入高质量发展阶段，行业对主播职业化、专业化的标准将持续升级，将推动形成以职业认证为基础、以技能提升为核心、以规范运营为导向的现代化行业生态。”

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长刘涛认为，直播电商作为数字经济的重要创新业态，需从流量依赖转向内容质量与专业能力提升，头部主播应发挥示范引领作用，中小达人凭借专业化能力形成多层次供给，共同构建健康的行业生态。

协同治理取得成效

白皮书还提到了直播电商发展面临的诸多挑战。比如新兴模式对内容创新提出更高要求，复杂供应链放大了品控与管理的挑战，复合型主播稀缺制约了行业专业升级等。

为规范行业秩序，近年来政府部门、平台企业等多方持续推进协同治理，并取得一定成效。数据显示，全国市场监管部门受理的直播带货投诉举报数量增幅从2023年的52.5%收窄至2024年的19.3%。调研显示超九成消费者认可直播电商环境改善。

“直播电商行业治理体系正逐渐完善，逐步向‘政府监管+平台治理+行业自律+舆论监督’的多元共治体系迈进。”市场监管总局发展研究中心宏观和法制研究处处长王春艳介绍，近年来政府监管主要聚焦几个方面。“首先是着力构建穿透式监管体系，针对直播电商主体多、链条长的特点，在健全主体库、推行商品赋码核试验点、建立监测信息系统等方面下了很大功夫，目标是实现精准监管。二是压实平台责任，督促平台严格履行资质核验、信息公示、消费者权益保护等法定义务，并推动制定相关国家标准。三是加大执法力度，持续打击虚假宣传、假冒伪劣等违法行为。四是开展常态化专项治理，针对突出问题会同相关部门联合整治，对平台和商家履行义务的情况进行摸排核查。”

王春艳表示，治理是一个长期过程，目前直播电商行业仍存在一些痛点需要解决。从平台层面看，部分平台在资质核验、动态管控等方面还存在不足，需要进一步优化合规管理体系。在商家层面，一些商家存在虚假宣传、销售假冒伪劣商品等问题。在主播层面，责任界定、内容审核等也需要进一步明确规则。“在协同治理方面，还需要继续压实各方责任，同时针对新技术、新业态完善监管规则，提升监管的精准性和有效性。”



3月14日，福建省泉州市惠安县南埔村党支部书记，在直播间推介本村特色甘薯产品。
王 胜摄(人民视觉)

AI应用带来新课题



3月11日，在新疆维吾尔自治区沙湾市博尔通古乡阔克加依拉克社区的海霞刺绣合作社里，合作社社员正在通过网络直播销售哈萨克族刺绣手工艺品。
杨文秀摄(人民视觉)

与数智技术特别是AI(人工智能)的深度融合，是未来直播电商的发展趋势。在智能推荐与个性化营销、优化直播内容生产与传播、提升消费体验感，以及行业合规管理与风控等方面，AI大有可为。

例如白皮书提到，AI主播与虚拟人可以实现24小时直播，降低人力成本。利用AI实时生成直播脚本和弹幕互动话术、自动剪辑直播高光片段等，能提升内容传播效率。AI智能客服能提升客服效率，自动回复商品参数、售后政策等问题，降低人工客服压力。AI视觉识别直播画面中的商品，自动比对资质文件，可以拦截“三无”产品等。

李勇坚认为，AI技术的不断发展和落地应用是大趋势，对传统直播电商的直播模式、流量分发、成本结构等方面都会带来巨大影响。但目前很多技术仍有待完善。“比如数字AI主播可以突破时间空间限制，以较低的成本实现较高的直播带货转化率。但目前虚拟主播在直播领域的应用尚不够成熟，在互动性、感染力、销售能力等方面均不如真人直播。”

王春艳强调，AI技术与直播电商的深度融合，带来了新的监管课题，比如要防范AI仿冒公众人物进行虚假宣传等问题。应督促平台建立健全针对AI主播等内容的审核机制。对利用AI技术进行违法违规的行为从严处置;同时加强人员管理，包括对AI主播运营机构的管理等，确保新技术应用在合规的轨道上，不能让AI成为直播电商行业的监管盲区。

全球「淘金客」涌现华强北

春节过后，深圳华强北步行街上依然人流如织。不同肤色、不同语言、不同国籍的“淘金客”穿梭在电子商铺之间，诠释着“广货行天下”的旺盛生命力。

“我们从韩国来，12点刚下飞机，第一站就是这里。”韩国游客李海美和男友正在挑选电吹风，手里还提着刚买好的剃须刀。她告诉记者：“在韩国，这类产品价格更高。我们是从YouTube知道华强北的，这里的東西又好又便宜。”不远处，来自俄罗斯圣彼得堡的叶列娜和父亲正仔细比较几款耳机，频频点头。

作为“中国电子第一街”，华强北正以强大磁力吸引着全球消费者的目光。“去年底以来，外国客人多了不少，哈萨克斯坦、俄罗斯、新加坡、菲律宾的都有。”华强北步行街临时摊位老板张先生告诉记者，外国消费者偏好购买吹风机、卷发棒、耳机等电子产品，而中国消费者则对智能玩具、摄影器材等更感兴趣。

“简直是太值了，‘夯爆了!’”来自广东汕头的李锦宏提着刚买的三脚架，兴奋之情溢于言表。他特意对比了网络购物平台和华强北实体店的价格，对他来说，华强北提供了难以替代的性价比和现场体验。

不仅海外和国内游客增多，深圳本地市民也踊跃前往这片“宝地”，逛华强北已经成为一种休闲生活方式。“之前没怎么来过华强北，最近听别人说才想着来看看，想给妈妈买个按摩仪。”一位与母亲同来的女士说。

华强北的这股“淘金热”，不只是“广货行天下”的消费现象，更是其深厚产业底蕴的集中爆发。华强北街道最新发布数据显示，这里日均活跃着约7000名外籍采购商，2025年日均人流量超过75万人次，同比增长50%。全年发出的超10亿件快递中，四成发往海外。

今年春节前夕，“广货行天下”消费电子专场活动在华强北启动，“到华强北扫货、淘深圳硬科技”的倡议点燃了市场热情，让AI硬件成为热销的“科技年货”。基于海量销售数据，华强北顺势推出“AI八骏”榜单——无人机、机器人、AI眼镜、AI玩具、AI手表、AI翻译机、AI学习机、AI音响八大品类，成为全球采购的“指南针”。

3月3日，“华强北AI硬件产品全球销售热力图”正式发布。这张以红、橙、黄、绿四色标注全球市场热度的地图清晰显示，AI学习设备借开学季热度攀升，AI手表、AI眼镜等智能穿戴类产品海外订单占比稳步提升。

自榜单发布以来，华强北全域营收增长35%，“AI八骏”相关品类增长55%，其中AI玩具涨幅高达200%。

华强北的“淘金热”，更是当地先进制造业和现代生产性服务业深度协同的结果。这种产业生态让华强北跑出了“上午设计、下午打样、次日量产、一周出海”的快节奏。

“数千名外籍客商的常年活跃，让全球市场的差异化需求——欧洲的认证标准、东南亚的价格结构等在这里汇聚、碰撞，成为产品迭代的重要驱动力。”深圳综合开发研究院产业经济研究所执行所长谢海说。

从韩国游客的“下飞机第一站”，到俄罗斯父母的精挑细选，再到汕头小伙的“性价比+体验”惊喜，华强北早已不只是购买电子产品的商场，它更像一块巨大的磁铁，吸引着全球“淘金客”跨境而来，让线上的信息与线下的体验无缝衔接。这正是中国智造走向世界的生动缩影。

(据新华社深圳电 周科、冯童)



入春以来，安徽移动铜陵分公司深入乡村文旅点位，逐点检测4G、5G信号强度、网络速率及接入稳定性，护航乡村文旅发展。图为通信技术人员在安徽省铜陵市铜官区西湖镇的通信铁塔上更新升级设备。
过仕宁摄(人民视觉)