

快手小店类目报白，快手报白类目，快手报白服务商，快手报白渠道小二。

产品名称	快手小店类目报白，快手报白类目，快手报白服务商，快手报白渠道小二。
公司名称	捷企办互联网服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国（浙江）自由贸易试验区金华市义乌市北苑街道万达路9号701室（自主申报）（注册地址）
联系电话	17338425246 17338425246

产品详情

某种程度上而言，直播带货行业迅速增长的阶段同时也是各大平台争相造神的阶段。

从2019-2021年，淘宝用户购物习惯经历了从搜索推荐到主播带逛的转变，直播电商火遍中国的每一个角落，而李佳琦、薇娅二人的名字无人不知，其影响力不弱于当红一线明星甚至犹有过之。

2021年双十一预售中，有1.6亿人去到了李佳琦的直播间，1亿人去了薇娅的直播间。短短四个小时内，李佳琦与薇娅共计带货近200亿的销售额。

这背后是长期对头部主播倾注资源的结果。此前天眼查App股权穿透数据显示，李佳琦与薇娅背靠的经纪公司均与阿里、联想系资本关系密切。

而抖音在签约罗永浩之时，据传还与快手经历了一场较量——快手创始人程一笑亲自下场和罗永浩洽谈签约事宜，签约费超过了抖音的6000万达到一亿之巨。但基于对用户差异的考量，罗永浩终选择了抖音。

之后，抖音便将平台的资源力所能及倾斜给了老罗，明显的就是抖音开屏和banner位的广告宣传，直播当天上线了老罗的限定礼物“老罗别这样”，另外抖音也将一些媒体资源给到老罗来帮助老罗首秀预热。终，2020年4月1日的直播带货首秀斩获1.1亿元的交易额，收获近5000万观看人数，从此罗永浩成了抖音带货“一哥”。

相比之下，快手的打造头部之路则有些崎岖，六大家族盘踞的格局曾一度让平台官方难以管理，直到辛巴依靠打赏和“农民企业家”的人设崛起后，才逐渐成为快手大带货博主。虽然后续经历了卖假燕窝等事件，但如今辛巴家族仍然是快手上具影响力的带货博主。

平台之所以会打造头部主播，其目的无非是为了通过塑造头部主播，带动用户对直播带货模式的认知。而造神运动的本质是打造“ ”效应，当行业火热时，行外人也蠢蠢欲动，人人都想成为李佳琦和薇娅，

进而吸引更多人进入直播带货行业。

这场打造头部主播的运动在平台格局成熟后逐渐停了下来，一方面是因在巨大利益面前演习博出位现象愈演愈烈，使得有关部门不得不下场监管；另一方面，也因各大主播陷入了打假风波，行业数据注水现象逐渐被搬上台面。

终，直播带货行业迎来了有史以来严的查税风暴，“神魔辈出”的时代彻底终结，直播带货领域呈现淘、抖、快“三国杀”局面，但“头部化”仍然是如今各平台直播电商业务的显著特征。

据中泰证券分析，马太效应下越来越多的资源涌向大主播，头部固化，行业正在被反噬。其中淘宝直播和快手直播有显著的头部主播效应，头部主播GMV占比分别为83%和64%。