

文 | 王雨佳

编辑 | 乔芊

2022年快手财报中，电商GMV9112亿的数字让市场恍然惊觉：快手已经走向万亿GMV俱乐部。走到这里，阿里巴巴用了10年，京东13年，拼多多不到5年。从2018年7月开通小黄车算起，快手用了4年。

快手电商如天选之子，是坐拥了“短视频+直播电商”的绝佳历史机遇。然而，2022年过去，疫情封控结束，两重红利的潮水正在退去。

网经社数据显示，2019年~2021年，国内直播电商交易额增长率分别为227.7%、136.61%，83.77%。而到了2022年，增速进一步下降到48.21%。

快手电商GMV增速也从2021年的78.2%走到了2022年的32.5%。当然，直播电商的增速和快手电商的增速，对比2022年社会零售总额大盘，还是优等生，后者的同比增长只有4%。这也是快手电商依然受到关注的原因。

引力大会是快手电商一年一度的重要会议。第一次作为电商业务负责人走上讲台，快手科技创始人兼CEO程一笑在会上表示，“资源向优质经营者倾斜。”快手电商产品负责人叶恒的演讲题目则是《流量提效、经营向上》。