

2020年中国网红电商市场分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国网红电商市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/521973521973.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

网红电商是指具备网络影响力的内容生产者(网络红人)通过电商平台为用户(粉丝)推荐或售卖产品。

当前网红带货的模式主要包括文案种草、短视频传播到直播带货，其中文案以及短视频以其经过精心制作的产品展现出的效果较高，不仅不受时效性限制，还可重复利用，更加有利于分享裂变，是网红营销的主要方式；直播模式能够与粉丝实时互动，分享产品体验感从而刺激消费，进一步提升销售转化率。

三种网红带货传播方式

传播方式

优势特征

代表平台

种草文案

可重复利用性较强，对产品介绍详细深入

微信公众号、小红书等

短视频

效果直观，感官视觉冲击下对读者吸引力高

微博、抖音、快手等

直播

与粉丝之间的互动性强

淘宝直播等 资料来源：公开资料

与传统电商的消费者明确的购物需求相比，网红电商的消费者购物需求较为随性，更多是被动接受消费。网红电商的消费者被网红包装营造出的产品吸引，作出的购物判断往往相对感性。

传统电商和网红电商的区别

资料来源：公开资料

网红电商的诞生源于网红经济，在网红变现模式探索中衍生。对于网红而言，商业变现是其终极目的，而电商是最快的变现途径。2013年电商和网红开始融合，“网红电商”初见端倪；2019年网红电商在直播带货的推动下，网红产业化和商业化运作得到空前发展。

网红电商的发展

资料来源：公开资料

网络红人最早是通过社交平台分享或销售产品从而获利，随着短视频的快速发展，视频平台也已经成为了我国网红电商的重要平台之一。2016-2019年，我国在线直播及短视频用户规模逐年增长，2019年分别达5.04亿人、6.27亿人，预计2020年在线直播及短视频用户规模均有进一步增长。

2016-2020年在线直播及短视频用户规模及预测

数据来源：公开资料

目前，抖音、快手为我国短视频第一梯队，日活用户已突破4亿和3亿人，小红书和B站各具特色，且粉丝粘度极高。四大内容平台用户画像清晰，其中，抖音侧重于一二线城市，快手市场更为下沉，小红书精准定位一二线女性用户，B站受Z世代及二次元用户簇拥。

主要内容平台用户画像

平台名称

抖音

快手

小红书

B站

定位

原创短视频分享平台

国民短视频社区

分享生活方式的社区平台

Z世代兴趣爱好社区

日活

4亿+ (2020.01)

3亿+ (2020.01)

峰值2500万 (2019.11)

3760万 (2019.09)

用户粘性

弱关系/平台推送及内容运营

强关系/更注重私域内容和粉丝关系

强关系/意见领袖属性较强

强关系/拥有超强粘性的高净值用户

用户基本特征

潮流、时尚

大众、接地气

垂直、种草

年轻、二次元

30岁以下占比53.2%

30岁以下占比52.7%

30岁以下占比51.5%

30岁以下占比95.4%

男女比例52：48

男女比例52：48

男女比例13：87

男女比例48：52

三线及以下城市用户占55.9%

三线及以下城市用户占比59%

一线城市用户占比57.7%

一线及沿海城市占比70%

适合带货品类

冲动消费品、时尚消费品、大众类消费品、新品

大众消费品、高性价比产品

时尚消费品、高端消费品、美妆日用品

个性化产品、二次元周边、IP衍生品 资料来源：公开资料

由于网红电商更具有互动性，尤其在“粉丝经济”当下，其购买转化率也远高于其他形式的电商，顶级网红电商的购买转化率更是高达20%，因此网红电商成为了被关注的焦点，并逐渐开始成为经济领域新的强劲增长点。2015-2019年我国网红电商行业市场规模年复合增长率高达87%，2019年市场规模达到790亿元，预计2020年国内网红电商市场规模约为1105亿元。

2015-2020年我国网红电商行业市场规模及预测

数据来源：公开资料

网红经济下，网红电商的变现模式主要有两种，一是品牌主选取相应的网红对产品进行推荐，向品牌主的电商网站导流的广告营销；二是网红在电商平台上成立自己的品牌，为自有品牌带货的自营电商，两种方式各有优劣。

以在美股上市的如涵控股为例，该公司近两年平台业务高速发展。从2017-2019年营业收入及净利润来看，虽然自营业务收入占比较高，但净利润占比较低，2019年自营业务营收占比达86.2%，净利润占比为27.5%；轻资产的平台业务净利润较高，因此，如涵控股加

大平台业务内容。随着公司从自营转到高毛利的平台业务，如涵控股2020财年的Q2首次实现非美股准则下的盈利。

2017-2019年如涵控股营业收入占比

数据来源：如涵控股官网（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国网红电商市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国网红电商行业发展概述

第一节 网红电商行业发展情况概述

一、网红电商行业相关定义

二、网红电商行业基本情况介绍

三、网红电商行业发展特点分析

第二节 中国网红电商行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、网红电商行业产业链条分析

三、中国网红电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网红电商行业生命周期分析

一、网红电商行业生命周期理论概述

二、网红电商行业所属的生命周期分析

第四节 网红电商行业经济指标分析

一、网红电商行业的赢利性分析

二、网红电商行业的经济周期分析

三、网红电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网红电商行业进入壁垒分析

一、网红电商行业资金壁垒分析

二、网红电商行业技术壁垒分析

三、网红电商行业人才壁垒分析

四、网红电商行业品牌壁垒分析

五、网红电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网红电商行业市场发展现状分析

第一节 全球网红电商行业发展历程回顾

第二节 全球网红电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网红电商行业地区市场分析

一、亚洲网红电商行业市场现状分析

二、亚洲网红电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲网红电商行业市场前景分析

第四节 北美网红电商行业地区市场分析

一、北美网红电商行业市场现状分析

二、北美网红电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美网红电商行业市场前景分析

第五节 欧盟网红电商行业地区市场分析

一、欧盟网红电商行业市场现状分析

二、欧盟网红电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟网红电商行业市场前景分析

第六节 全球网红电商行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界网红电商行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球网红电商行业市场规模预测

第三章 中国网红电商产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品网红电商总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国网红电商行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网红电商产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国网红电商行业运行情况

第一节 中国网红电商行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国网红电商行业市场规模分析

第三节 中国网红电商行业供应情况分析

第四节 中国网红电商行业需求情况分析

第五节 中国网红电商行业供需平衡分析

第六节 中国网红电商行业发展趋势分析

第五章 中国网红电商所属行业运行数据监测

第一节 中国网红电商所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国网红电商所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国网红电商所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国网红电商市场格局分析

第一节 中国网红电商行业竞争现状分析

一、中国网红电商行业竞争情况分析

二、中国网红电商行业主要品牌分析

第二节 中国网红电商行业集中度分析

一、中国网红电商行业市场集中度分析

二、中国网红电商行业企业集中度分析

第三节 中国网红电商行业存在的问题

第四节 中国网红电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国网红电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国网红电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国网红电商行业消费市场动态情况

第二节 中国网红电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 网红电商行业成本分析

第四节 网红电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国网红电商行业价格现状分析

第六节 中国网红电商行业平均价格走势预测

一、中国网红电商行业价格影响因素

二、中国网红电商行业平均价格走势预测

三、中国网红电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网红电商行业区域市场现状分析

第一节 中国网红电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网红电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网红电商市场规模分析

四、华东地区网红电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区网红电商市场规模分析

四、华中地区网红电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区网红电商市场规模分析

四、华南地区网红电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网红电商行业竞争情况

第一节 中国网红电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国网红电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国网红电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 网红电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网红电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国网红电商行业未来发展前景分析

一、网红电商行业国内投资环境分析

二、中国网红电商行业市场机会分析

三、中国网红电商行业投资增速预测

第二节 中国网红电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国网红电商行业市场发展预测

一、中国网红电商行业市场规模预测

二、中国网红电商行业市场规模增速预测

三、中国网红电商行业产值规模预测

四、中国网红电商行业产值增速预测

五、中国网红电商行业供需情况预测

第四节 中国网红电商行业盈利走势预测

一、中国网红电商行业毛利润同比增速预测

二、中国网红电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网红电商行业投资风险与营销分析

第一节 网红电商行业投资风险分析

一、网红电商行业政策风险分析

二、网红电商行业技术风险分析

三、网红电商行业竞争风险

四、网红电商行业其他风险分析

第二节 网红电商行业企业经营发展分析及建议

一、网红电商行业经营模式

二、网红电商行业销售模式

三、网红电商行业创新方向

第三节 网红电商行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国网红电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国网红电商行业品牌战略分析

- 一、网红电商企业品牌的重要性
- 二、网红电商企业实施品牌战略的意义
- 三、网红电商企业品牌的现状分析
- 四、网红电商企业的品牌战略
- 五、网红电商品牌战略管理的策略

第二节 中国网红电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国网红电商行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国网红电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国网红电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国网红电商行业定价策略分析

第三节 中国网红电商行业营销渠道策略

- 一、网红电商行业渠道选择策略

二、网红电商行业营销策略

第四节 中国网红电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网红电商行业重点投资区域分析

二、中国网红电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/521973521973.html>