

2020年中国社交电商行业市场现状分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国社交电商行业市场现状分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/502715502715.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章：中国电商行业发展概况传统电商平台发展痛点分析

1.1 中国电商行业发展现状分析

1.1.1 行业发展历程

1.1.2 行业发展特点

1.1.3 行业竞争格局

1.1.4 行业发展趋势

1.2 中国传统电商平台发展痛点分析

1.2.1 平台流量成本高企

1.2.2 传统电商转化率低下

1.2.3 买家需求匹配效率低下

第二章：中国社交电商行业发展概况

2.1 中国社交电商行业定义及特点

2.1.1 社交电商定义

2.1.2 社交电商特点

2.2 中国社交电商行业发展意义

2.2.1 对消费端的意义：激发消费增量

2.2.2 对企业端的意义：为品牌宣发提供新渠道

2.2.3 对电商行业的意义：促进行业多元化发展

2.3 中国社交电商行业发展历程

2.3.1 起步期

2.3.2 野蛮生长期

2.3.3 规范成长期

2.4 中国社交电商与传统电商平台对比分析

2.4.1 成本对比分析

2.4.2 转化率对比分析

2.4.3 商品显示对比分析

2.4.4 导流途径对比分析

2.4.5 目标群体对比分析

第三章：中国社交电商行业发展分析

3.1 中国社交电商行业发展动力分析

3.1.1 社交媒体技术驱动

3.1.2 时间碎片化驱动

3.1.3 购物习惯转变驱动

3.1.4 消费升级驱动

3.1.5 政策驱动

3.1.6 资本助推驱动

3.2 中国社交电商行业发展规模分析

3.2.1 中国电商行业总体规模

3.2.2 中国社交电商行业规模

3.2.3 社交电商占电商行业比重变化

3.2.4 社交电商从业人员规模

3.3 中国社交电商行业竞争分析

3.3.1 行业总体竞争格局

3.3.2 行业潜在进入者威胁

3.3.3 行业替代产品威胁

3.3.4 行业上游议价能力

3.3.5 行业消费者议价能力

第四章：中国社交电商行业消费者分析

4.1 中国社交电商消费者群体画像

4.1.1 性别画像

4.1.2 年龄结构

4.2 中国社交电商消费者行为分析

4.2.1 社交电商平台消费者购物考虑因素

4.2.2 社交电商平台消费者购物品类偏好

4.2.3 社交电商平台消费者好友分享习惯

4.2.4 社交电商平台消费者复购频次

4.2.5 社交电商平台消费者购买方式偏好

第五章：中国社交电商行业运营模式分析

5.1 中国社交电商行业B2C平台模式分析

5.1.1 B2C平台模式简介

5.1.2 B2C平台运营模式

5.1.3 B2C平台模式优点分析

5.1.4 B2C平台模式缺点分析

5.1.5 B2C平台模式典型案例

5.2 中国社交电商行业B2B2C平台模式分析

5.2.1 B2B2C平台模式简介

5.2.2 B2B2C平台运营模式

5.2.3 B2B2C平台模式优点分析

5.2.4 B2B2C平台模式缺点分析

5.2.5 B2B2C平台模式典型案例

5.3 中国社交电商行业导购类平台模式分析

5.3.1 导购类平台模式简介

5.3.2 导购类平台运营模式

5.3.3 导购类平台模式优点分析

5.3.4 导购类平台模式缺点分析

5.3.5 导购类平台模式典型案例

5.4 中国社交电商行业“拼团”模式分析

5.4.1 “拼团”模式简介

5.4.2 “拼团”运营模式

5.4.3 “拼团”模式优点分析

5.4.4 “拼团”模式缺点分析

5.4.5 “拼团”模式典型案例

第六章：中国社交电商行业企业分析（随数据更新有调整）

6.1 拼多多

（1）企业发展简况分析

（2）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

6.2 小红书

（1）企业发展简况分析

（2）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

6.3 环球捕手

（1）企业发展简况分析

（2）企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.5 蘑菇街

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.6 其他典型社交电商分析

第七章：中国社交电商行业发展趋势及前景分析

7.1 中国社交电商行业发展趋势分析

7.1.1 行业需求端发展趋势分析

7.1.2 行业发展模式趋势分析

7.1.3 行业竞争格局趋势分析

7.2 中国社交电商行业发展前景预测

7.2.1 2018-2024年社交电商行业规模预测

7.2.2 2018-2024年社交电商行业从业人员规模预测

第八章：中国社交电商行业投资战略规划

8.1 中国社交电商行业投资现状分析

8.1.1 中国主要社交电商平台融资汇总

8.1.2 中国社交电商行业投资主体分析

8.1.3 中国社交电商行业投资壁垒分析

8.2 中国社交电商行业投资风险分析

8.3 中国社交电商行业投资策略建议

8.3.1 投资标的筛选策略建议

8.3.2 投资形式选择策略建议

8.3.3 其他投资策略建议

图表目录

图表1：中国电商行业发展历程图

图表2：中国电商行业主要企业市场占比

图表3：社交电商行业特点

图表4：社交电商与传统电商成本对比

图表5：社交电商与传统电商转化率对比

图表6：社交电商与传统电商商品显示对比

图表7：社交电商与传统电商导流途径对比

图表8：社交电商与传统电商目标群体对比

图表9：社交电商行业发展重要政策解读

图表10：2017-2020年中国电商行业发展规模

图表详见报告正文 (GYCYY)

【简介】

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年中国社交电商行业市场现状分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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、阿里巴巴、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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/502715502715.html>