

中国社交电商行业现状深度调研与发展趋势预测报告（2023-2030年）

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《中国社交电商行业现状深度调研与发展趋势预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/666570.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

当前，我国社交电商行业主要存在三种竞争者，一是以微信为代表的创业型企业，二是以淘宝、京东为代表的传统电商巨头，三是品牌商。

上市企业方面，目前我国社交电商行业上市企业主要有淘宝、京东、拼多多、苏宁、云集、蘑菇街、快乐购、引力传媒、龙韵股份、上海钢联等。其中，上海钢联是全球领先的大宗商品及相关产业数据服务商之一，并拥有国内千亿级B2B钢材交易智慧服务电商平台，全面渗透交易、供应链服务等多个产业链环节，实现多产业拓展，不断完善大宗商品电子商务生态体系。目前，公司资讯业务已拓展至全国三十多个城市。

我国社交电商行业上市企业

公司名称

成立时间

上市时间

竞争优势

快乐购(300413)

2005-12-28

2015-01-21

媒体深度融合发展的机遇优势：党的二十大报告提出“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局”，对进一步增强文化自信、传承中华文明、建设文化强国作出全面部署，媒体融合发展迎来新的战略机遇期。作为党媒国企，公司全面打造主流新媒体集团融合生态，不断提升国际传播效能，扎实做优政治引领工程、做精创新爆款工程、做好运营优化工程、做强产业升级工程、做实青年人才工程。通过加强和创新互联网内容建设，切实把机遇优势转化为发展效能。

双平台联动共生的体制机制优势：湖南广电拥有国内全行业领先的双平台优势，旗下主流新媒体平台芒果TV与湖南卫视持续构建1+1>2的媒体融合新格局。双平台积极探索战略一体化、机制市场化、人才年轻化，深入搭建共创共享的联动发展模式，实现内容创制、广告营销、联采联播等领域的开放合作及产品集群链路的完善互补。在迭代共生中，真正释放出媒体深度融合的改革发展效益。

引力传媒(603598)

2005-08-10

2015-05-27

全域营销与全链路赋能消费的能力：公司始终持以市场洞察与品牌研究为引领，深入研究电

商、网服、快消、家电、日化、医药、汽车等多个行业的发展趋势,深度洞察目标消费者的人口统计特征、生活形态、触媒习惯,紧跟媒体发展的最新形势;以企业品牌定位为营销传播的基点,以技术、数据为驱动,以场景、媒体、内容为抓手,为客户量身定制媒体传播解决方案。

内容研发制作与创意营销能力;公司拥有长视频、短视频、图文等内容的创意、研发、设计、策略、编导、制作、运营等300余人的专业团队,具备多行业的创意策略深耕经验,近年来为客户提供以创意中插、明星播报等创新特色的内容营销服务,深获客户及媒体认可。公司累计签约并孵化了约百名具备优质短视频内容生产能力的网红达人,短视频创意、编导、摄像、剪辑等内容团队超百人,具备每月近5,000条短视频的创意制作与分发能力,内容创作能力持续快速提升。公司在品牌营销业务等领域,积累了丰富的内容创意、研发、生产及IP商业化等能力,并在短视频领域充分发挥。

龙韵股份(603729)

2003-06-10

2015-03-24

数据赋能优势:报告期内,公司收购了辰月科技100%的股权,有助于公司开拓大数据领域,推进公司大文娱发展战略,借助大数据技术促进营销业务,拓展产业链资源,挖掘新的利润增长点,提高上市公司的竞争力和盈利水平,推进公司业务的全面快速发展。

优质的人才资源:公司拥有专业、高效并能快速进行认知迭代升级的人才团队。人力资源是广告营销公司最突出的软实力之一,公司拥有具备专业广告营销知识、丰富的营销经验并对公司具有高忠诚度的人才团队,并已逐步构建且不断完善人才培养、招聘、晋升、激励等有效机制。报告期内,结合未来发展战略,公司重点加强了内容营销相关的策划、执行等业务人才的培养,为公司大力开展内容营销业务奠定了扎实的基础。

上海钢联(300226)

2000-04-30

2011-06-08

全产业链服务优势:公司自成立以来,围绕公司发展战略,逐步打造了以大数据为基础,以网络综合资讯、上下游行业研究、专家团队咨询、电商交易平台、智能化云仓储、信息化物流、供应链服务为一体的互联网大宗商品闭环生态圈,并形成了以钢铁、矿石、煤焦为主体的黑色金属产业龙头,兼顾有色金属、能源化工、建筑材料、农产品等多元化产品领域,现已成为国内黑色金属产业链布局最全面的公司之一,有利于公司各版块业务的协同发展。

领先的商品信息采集、数据积累和标准化体系优势:公司依托大数据的力量,以数据为发展之本,以资讯和研究为切入点,全面渗透交易、供应链服务等多个产业链环节,实现多产业拓展,不

断完善大宗商品电子商务生态体系。目前,公司资讯业务已拓展至全国三十多个城市。公司具备行业领先的信息采集、数据积累和标准化体系优势,并以此为基础对外提供特色数据分析研究、专业研究报告等服务,多维度地为客户提供个性化服务,具有显著的经济效益和社会效益。

资料来源：公司官网、观研天下整理

根据公司财报显示，2023年H1我国社交电商行业主要上市公司营业收入最高的是京东集团、营业收入为5308.87亿元，同比增速为4.66%，从同比增速来看，龙韵股份同比下降30.99%，快乐购同比下降0.37%，而拼多多同比上升62.8%。

2022年-2023年H1我国社交电商主要上市企业营业收入情况

公司名称

2022年营业收入（亿元）	同比增速（%）	2023年H1营业收入（亿元）	同比增速（%）	公司名称					
快乐购(300413)	137.04	-10.76	66.89	-0.37	引力传媒(603598)	43.33	-21.17	22.84	15.68
龙韵股份(603729)	4.01	-45.81	1.7	-30.99	上海钢联(300226)	765.67	16.41	390.41	1.89
阿里巴巴（BABA US）	6605	1.77	2342	13.91	京东集团（09618）	10462.36	9.95	5308.87	4.66
拼多多(PDD US)	1305.58	38.97	899.18	62.8					

资料来源：公司财报、观研天下整理（WSS）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国社交电商行业现状深度调研与发展趋势预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国社交电商行业发展概述

第一节 社交电商行业发展情况概述

一、社交电商行业相关定义

二、社交电商特点分析

三、社交电商行业基本情况介绍

四、社交电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、社交电商行业需求主体分析

第二节中国社交电商行业生命周期分析

一、社交电商行业生命周期理论概述

二、社交电商行业所属的生命周期分析

第三节社交电商行业经济指标分析

一、社交电商行业的赢利性分析

二、社交电商行业的经济周期分析

三、社交电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球社交电商行业市场发展现状分析

第一节全球社交电商行业发展历程回顾

第二节全球社交电商行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲社交电商行业地区市场分析

一、亚洲社交电商行业市场现状分析

二、亚洲社交电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲社交电商行业市场前景分析

第四节北美社交电商行业地区市场分析

一、北美社交电商行业市场现状分析

二、北美社交电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美社交电商行业市场前景分析

第五节欧洲社交电商行业地区市场分析

一、欧洲社交电商行业市场现状分析

二、欧洲社交电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲社交电商行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界社交电商行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球社交电商行业市场规模预测

第三章 中国社交电商行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对社交电商行业的影响分析

第三节中国社交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

三、主要行业标准

第四节政策环境对社交电商行业的影响分析

第五节中国社交电商行业产业社会环境分析

第四章 中国社交电商行业运行情况

第一节中国社交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

第二节中国社交电商行业市场规模分析

一、影响中国社交电商行业市场规模的因素

二、中国社交电商行业市场规模

三、中国社交电商行业市场规模解析

第三节中国社交电商行业供应情况分析

一、中国社交电商行业供应规模

二、中国社交电商行业供应特点

第四节中国社交电商行业需求情况分析

一、中国社交电商行业需求规模

二、中国社交电商行业需求特点

第五节中国社交电商行业供需平衡分析

第五章 中国社交电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国社交电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、社交电商行业产业链图解

第二节中国社交电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对社交电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对社交电商行业的影响分析

第三节我国社交电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国社交电商行业市场竞争分析

第一节中国社交电商行业竞争现状分析

一、中国社交电商行业竞争格局分析

二、中国社交电商行业主要品牌分析

第二节中国社交电商行业集中度分析

一、中国社交电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国社交电商行业市场集中度分析

第三节中国社交电商行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国社交电商行业模型分析

第一节中国社交电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国社交电商行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国社交电商行业SWOT分析结论

第三节中国社交电商行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国社交电商行业需求特点与动态分析

第一节中国社交电商行业市场动态情况

第二节中国社交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

第三节社交电商行业成本结构分析

第四节社交电商行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国社交电商行业价格现状分析

第六节中国社交电商行业平均价格走势预测

- 一、中国社交电商行业平均价格趋势分析
- 二、中国社交电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国社交电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国社交电商行业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

第二节中国社交电商行业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

第三节中国社交电商行业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

第十章 2019-2023年中国社交电商行业区域市场现状分析

第一节 中国社交电商行业区域市场规模分析

- 一、影响社交电商行业区域市场分布的因素
- 二、中国社交电商行业区域市场分布

第二节 中国华东地区社交电商行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区社交电商行业市场分析
 - (1) 华东地区社交电商行业市场规模
 - (2) 华东地区社交电商行业市场现状
 - (3) 华东地区社交电商行业市场规模预测

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、华中地区社交电商行业市场分析
 - (1) 华中地区社交电商行业市场规模
 - (2) 华中地区社交电商行业市场现状
 - (3) 华中地区社交电商行业市场规模预测

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、华南地区社交电商行业市场分析
 - (1) 华南地区社交电商行业市场规模
 - (2) 华南地区社交电商行业市场现状
 - (3) 华南地区社交电商行业市场规模预测

第五节 华北地区社交电商行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区社交电商行业市场分析
 - (1) 华北地区社交电商行业市场规模
 - (2) 华北地区社交电商行业市场现状

(3) 华北地区社交电商行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区社交电商行业市场分析

(1) 东北地区社交电商行业市场规模

(2) 东北地区社交电商行业市场现状

(3) 东北地区社交电商行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区社交电商行业市场分析

(1) 西南地区社交电商行业市场规模

(2) 西南地区社交电商行业市场现状

(3) 西南地区社交电商行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区社交电商行业市场分析

(1) 西北地区社交电商行业市场规模

(2) 西北地区社交电商行业市场现状

(3) 西北地区社交电商行业市场规模预测

第十一章 社交电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国社交电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国社交电商行业未来发展前景分析

- 一、社交电商行业国内投资环境分析
- 二、中国社交电商行业市场机会分析
- 三、中国社交电商行业投资增速预测

第二节 中国社交电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国社交电商行业规模发展预测

- 一、中国社交电商行业市场规模预测
- 二、中国社交电商行业市场规模增速预测
- 三、中国社交电商行业产值规模预测
- 四、中国社交电商行业产值增速预测
- 五、中国社交电商行业供需情况预测

第四节 中国社交电商行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国社交电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国社交电商行业进入壁垒分析

- 一、社交电商行业资金壁垒分析
- 二、社交电商行业技术壁垒分析
- 三、社交电商行业人才壁垒分析
- 四、社交电商行业品牌壁垒分析
- 五、社交电商行业其他壁垒分析

第二节 社交电商行业风险分析

- 一、社交电商行业宏观环境风险
- 二、社交电商行业技术风险
- 三、社交电商行业竞争风险

四、社交电商行业其他风险

第三节中国社交电商行业存在的问题

第四节中国社交电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国社交电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国社交电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国社交电商行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 社交电商行业营销策略分析

一、社交电商行业产品策略

二、社交电商行业定价策略

三、社交电商行业渠道策略

四、社交电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/666570.html>