2020年中国直播电商行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估

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年中国直播电商行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/469513469513.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

腾讯看点直播在深圳举行合作者大会，并宣布推出“引力播”计划，旨在2020年内助力微信平台上10万商家更好的获取用户、完成商业变现，并扶持超过1000家商家通过直播电商模式突破1000万的年成交额，腾讯正式加入电商直播赛道。不同于其他电商直播玩家，看点直播背靠腾讯，基于微信的生态体系，有着强大的流量和社交优势。看点直播可在微信内完成分享、邀请、观看、互动、购买等多个环节，缩短电商直播交易路径，进而搭建社交电商直播生态，电商直播赛道竞争愈发激烈。

随着5G技术的发展，我国在线直播行业将保持稳定增长的发展趋势。数据显示，2018年我国在线直播用户规模达到4.56亿人，增长率为14.57%，预计2019中国在线直播用户规模将突破5亿人，用户规模增速逐渐放缓，未来内容将是推动直播行业进一步增长的关键因素。

2016-2020年中国在线直播用户规模及增长率预测 数据来源：中国电子商务协会

从直播电商用户关注的因素来看，39.4%的受访用户认为在观看直播带货过程中，能充分展示产品是最为重要的，其次35.4%的受访用户认为直播内容也是影响他们是否观看的重要因素之一。因而在直播过程中注重产品和内容生产是尤其重要的。

2019年上半年中国直播电商用户关注因素调查情况 数据来源：中国电子商务协会

近年来，微信平台及小程序的发展为直播电商提供强大助力。数据显示，2018年微信小程序电商用户规模达1.32亿人，预计2019年微信小程序电商用户将达2.40亿人。腾讯看点直播作为一款信息流直播小程序，在微信强大的社交用户基础，电商借助微信小程序可以更高效地触达用户，引发其消费需求。

2017-2020年微信小程序电商用户规模情况及预测 数据来源：中国电子商务协会（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2021年中国直播电商行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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年中国直播电商行业发展概述
第一节 直播电商行业发展情况概述
一、直播电商行业相关定义
二、直播电商行业基本情况介绍
三、直播电商行业发展特点分析
第二节 中国直播电商行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、直播电商行业产业链条分析
三、中国直播电商行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国直播电商行业生命周期分析
一、直播电商行业生命周期理论概述
二、直播电商行业所属的生命周期分析
第四节 直播电商行业经济指标分析
一、直播电商行业的赢利性分析
二、直播电商行业的经济周期分析
三、直播电商行业附加值的提升空间分析
第五节 中国直播电商行业进入壁垒分析
一、直播电商行业资金壁垒分析
二、直播电商行业技术壁垒分析
三、直播电商行业人才壁垒分析

四、直播电商行业品牌壁垒分析
五、直播电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球直播电商行业市场发展现状分析
第一节 全球直播电商行业发展历程回顾
第二节 全球直播电商行业市场区域分布情况
第三节 亚洲直播电商行业地区市场分析
一、亚洲直播电商行业市场现状分析
二、亚洲直播电商行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲直播电商行业市场前景分析
第四节 北美直播电商行业地区市场分析
一、北美直播电商行业市场现状分析
二、北美直播电商行业市场规模与市场需求分析
三、北美直播电商行业市场前景分析
第五节 欧盟直播电商行业地区市场分析
一、欧盟直播电商行业市场现状分析
二、欧盟直播电商行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟直播电商行业市场前景分析
第六节 2021-2026年世界直播电商行业分布走势预测
第七节 2021-2026年全球直播电商行业市场规模预测

第三章 中国直播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、全社会消费品直播电商总额
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 中国直播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 中国直播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 中国直播电商行业运行情况
第一节 中国直播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 中国直播电商行业市场规模分析
第三节 中国直播电商行业供应情况分析
第四节 中国直播电商行业需求情况分析
第五节 中国直播电商行业供需平衡分析
第六节 中国直播电商行业发展趋势分析

第五章 中国直播电商所属行业运行数据监测
第一节 中国直播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 中国直播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 中国直播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年中国直播电商市场格局分析
第一节 中国直播电商行业竞争现状分析
一、中国直播电商行业竞争情况分析

二、中国直播电商行业主要品牌分析
第二节 中国直播电商行业集中度分析
一、中国直播电商行业市场集中度分析
二、中国直播电商行业企业集中度分析
第三节 中国直播电商行业存在的问题
第四节 中国直播电商行业解决问题的策略分析
第五节 中国直播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年中国直播电商行业需求特点与动态分析
第一节 中国直播电商行业消费市场动态情况
第二节 中国直播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 直播电商行业成本分析
第四节 直播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 中国直播电商行业价格现状分析
第六节 中国直播电商行业平均价格走势预测
一、中国直播电商行业价格影响因素
二、中国直播电商行业平均价格走势预测
三、中国直播电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国直播电商行业区域市场现状分析
第一节 中国直播电商行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区直播电商市场分析

一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区直播电商市场规模分析
四、华东地区直播电商市场规模预测
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、华中地区直播电商市场规模分析
四、华中地区直播电商市场规模预测
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、华南地区直播电商市场规模分析
四、华南地区直播电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国直播电商行业竞争情况
第一节 中国直播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 中国直播电商行业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 中国直播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 直播电商行业企业分析（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、公司优劣势分析
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、公司优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国直播电商行业发展前景分析与预测
第一节 中国直播电商行业未来发展前景分析
一、直播电商行业国内投资环境分析
二、中国直播电商行业市场机会分析
三、中国直播电商行业投资增速预测

第二节 中国直播电商行业未来发展趋势预测
第三节 中国直播电商行业市场发展预测
一、中国直播电商行业市场规模预测
二、中国直播电商行业市场规模增速预测
三、中国直播电商行业产值规模预测
四、中国直播电商行业产值增速预测
五、中国直播电商行业供需情况预测
第四节 中国直播电商行业盈利走势预测
一、中国直播电商行业毛利润同比增速预测
二、中国直播电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国直播电商行业投资风险与营销分析
第一节 直播电商行业投资风险分析
一、直播电商行业政策风险分析
二、直播电商行业技术风险分析
三、直播电商行业竞争风险分析
四、直播电商行业其他风险分析
第二节 直播电商行业企业经营发展分析及建议
一、直播电商行业经营模式
二、直播电商行业销售模式
三、直播电商行业创新方向
第三节 直播电商行业应对策略
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年中国直播电商行业发展战略及规划建议
第一节 中国直播电商行业品牌战略分析
一、直播电商企业品牌的重要性
二、直播电商企业实施品牌战略的意义
三、直播电商企业品牌的现状分析
四、直播电商企业的品牌战略
五、直播电商品牌战略管理的策略
第二节 中国直播电商行业市场的重点客户战略实施
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 中国直播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年中国直播电商行业发展策略及投资建议
第一节 中国直播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 中国直播电商行业定价策略分析
第三节 中国直播电商行业营销渠道策略
一、直播电商行业渠道选择策略
二、直播电商行业营销策略
第四节 中国直播电商行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国直播电商行业重点投资区域分析
二、中国直播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：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/469513469513.html