

2020年中国导购电商市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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年中国导购电商市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/485780485780.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

返利网欲借壳登陆A股市场。根据报告显示，ST昌九公布的重组预案表示，将以发行股份及现金购买的方式，购买上海中彦信息科技有限公司100%股权。而据公开信息显示，上海中彦是互联网电商导购平台“返利网”的经营主体，本次重组意味着，在交易成功后，返利网将借壳ST昌九登陆A股市场。

根据资料显示，返利网于2006年成立，是国内一家全场景导购平台，主要包括了购物、旅行、本地生活、票务、出行、学习等众多消费领域，目前与天猫、淘宝、京东、苏宁易购等多家电商网站成为了合作伙伴。

近几年来随着网购逐渐常态化、传统电商平台人口红利的逐渐消失、消费的不断升级以及高效低价流量的稀缺性凸显，使得导购电商逐渐成为消费新入口。根据数据显示，2018年中国电商导购用户规模已达3.03亿人，预计2020年的用户规模将达到3.81亿人。预计随着导购电商平台的不断成熟、消费升级，消费者对于导购电商平台的需求会更加多元化。

2015-2020年我国导购电商用户规模预测情况

数据来源：中国电子商务协会

导购电商行业发展趋势分析

挣脱头部电商牵制，实现平台独立运营仍是难题

导购电商发展初期过度依赖头部电商平台盈利，目前，将导购平台直接作为内置功能，跳过导购平台直接引流成为了淘宝、京东等头部电商扩大自己媒体属性，充分挖掘流量的方式。艾媒咨询分析师认为，头部电商的加入进一步压缩了导购电商的蛋糕，搭建独立平台，完善供应链和物流配送稳固上游才能真正实现导购电商的长远发展。

收割短视频流量，导购电商“联姻”短视频或成趋势

相较于图文，短视频高频的传播效率与内容感染力使其具备相当的带货能力，短视频的丰富流量可帮助导购电商解决平台的获客焦虑，布局短视频平台有利于导购电商构建更丰富的内容生态，形成独特优势，且短视频营造的参与感以及催生的购物欲能够在一定程度上帮助导购电商缩短变现路径，未来短视频+导购电商的模式或许能催生新量级赛道。

布局社交电商生态，打通下沉市场

以拼多多为核心的下沉电商的快速崛起让商家看到了一个巨大的下沉市场，如何能够从海量商品中发现有品质又平价的好货成为消费者关注的问题，导购电商平台具有天然的优势更加快速地精准触达消费者。分析认为，导购电商平台可借助社交场景，托社交链条的裂变式效应扩大用户规模和加速变现。

线上线下一体化争夺流量池

近年来，导购电商平台受到综合型电商平台的挤压和排挤，生存空间变得狭窄，而另一方面，线下实体零售业也不断受到电商的冲击，线上对线下的引流能帮助降低获客成本，而线下商户与导购电商合作的优势在于可以快速触达海量网购用户，获得精准流量和持续的品牌曝

光，线上线下融合将更好地帮助导购电商实现业务扩展。

跨境购助力导购电商市场外延

近年来中国消费者对于海外商品的购买需求越来越强烈，跨境B2C电商和海淘电商发展迅猛。由于消费者与海外市场存在着信息不对称，且更加看重产品信誉，但目前仍然缺乏更多的渠道实现消费者对于海外产品的购买需求。艾媒咨询分析师认为，消费者对跨境购热度的提升为导购电商行业带来了新机遇，打开链接国外品牌和国内消费者的通道顺应消费品质升级将成为导购电商未来的扩张方向之一。资料来源：互联网（WW）

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。《2020年中国导购电商市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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年中国导购电商行业发展概述

第一节 导购电商行业发展情况概述

一、导购电商行业相关定义

二、导购电商行业基本情况介绍

三、导购电商行业发展特点分析

第二节 中国导购电商行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、导购电商行业产业链条分析

三、中国导购电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国导购电商行业生命周期分析

一、导购电商行业生命周期理论概述

二、导购电商行业所属的生命周期分析

第四节 导购电商行业经济指标分析

一、导购电商行业的赢利性分析

二、导购电商行业的经济周期分析

三、导购电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国导购电商行业进入壁垒分析

一、导购电商行业资金壁垒分析

二、导购电商行业技术壁垒分析

三、导购电商行业人才壁垒分析

四、导购电商行业品牌壁垒分析

五、导购电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球导购电商行业市场发展现状分析

第一节 全球导购电商行业发展历程回顾

第二节 全球导购电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲导购电商行业地区市场分析

一、亚洲导购电商行业市场现状分析

二、亚洲导购电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲导购电商行业市场前景分析

第四节 北美导购电商行业地区市场分析

一、北美导购电商行业市场现状分析

二、北美导购电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美导购电商行业市场前景分析

第五节 欧盟导购电商行业地区市场分析

一、欧盟导购电商行业市场现状分析

二、欧盟导购电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟导购电商行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界导购电商行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球导购电商行业市场规模预测

第三章 中国导购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、全社会消费品导购电商总额

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 中国导购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 中国导购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 中国导购电商行业运行情况

第一节 中国导购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 中国导购电商行业市场规模分析

第三节 中国导购电商行业供应情况分析

第四节 中国导购电商行业需求情况分析

第五节 中国导购电商行业供需平衡分析

第六节 中国导购电商行业发展趋势分析

第五章 中国导购电商所属行业运行数据监测

第一节 中国导购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 中国导购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 中国导购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年中国导购电商市场格局分析

第一节 中国导购电商行业竞争现状分析

一、中国导购电商行业竞争情况分析

二、中国导购电商行业主要品牌分析

第二节 中国导购电商行业集中度分析

一、中国导购电商行业市场集中度分析

二、中国导购电商行业企业集中度分析

第三节 中国导购电商行业存在的问题

第四节 中国导购电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国导购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年中国导购电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国导购电商行业消费市场动态情况

第二节 中国导购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 导购电商行业成本分析

第四节 导购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 中国导购电商行业价格现状分析

第六节 中国导购电商行业平均价格走势预测

一、中国导购电商行业价格影响因素

二、中国导购电商行业平均价格走势预测

三、中国导购电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国导购电商行业区域市场现状分析

第一节 中国导购电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区导购电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区导购电商市场规模分析

四、华东地区导购电商市场规模预测

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、华中地区导购电商市场规模分析

四、华中地区导购电商市场规模预测

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、华南地区导购电商市场规模分析

四、华南地区导购电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国导购电商行业竞争情况

第一节 中国导购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 中国导购电商行业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 中国导购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 导购电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国导购电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国导购电商行业未来发展前景分析

一、导购电商行业国内投资环境分析

二、中国导购电商行业市场机会分析

三、中国导购电商行业投资增速预测

第二节 中国导购电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国导购电商行业市场发展预测

一、中国导购电商行业市场规模预测

二、中国导购电商行业市场规模增速预测

三、中国导购电商行业产值规模预测

四、中国导购电商行业产值增速预测

五、中国导购电商行业供需情况预测

第四节 中国导购电商行业盈利走势预测

一、中国导购电商行业毛利润同比增速预测

二、中国导购电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国导购电商行业投资风险与营销分析

第一节 导购电商行业投资风险分析

一、导购电商行业政策风险分析

二、导购电商行业技术风险分析

三、导购电商行业竞争风险分析

四、导购电商行业其他风险分析

第二节 导购电商行业企业经营发展分析及建议

一、导购电商行业经营模式

二、导购电商行业销售模式

三、导购电商行业创新方向

第三节 导购电商行业应对策略

- 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年中国导购电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国导购电商行业品牌战略分析

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

第二节 中国导购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 中国导购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年中国导购电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国导购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 中国导购电商行业定价策略分析

第三节 中国导购电商行业营销渠道策略

- 一、导购电商行业渠道选择策略

二、导购电商行业营销策略

第四节 中国导购电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国导购电商行业重点投资区域分析

二、中国导购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/485780485780.html>