

2021-2027年中国电商导购 行业前景展望与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国电商导购行业前景展望与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/237737.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着互联网普及率的不断提高，中国电商稳步发展。2019年上半年，中国的网络零售总额已达到195209.7亿元，占社会零售总额的24.7%，截至2019年，中国移动电商用户规模将突破7亿人。2019年中国移动电商用户规模及增长走势

移动终端和支付技术的进步助推电商在网民中的渗透率提升，电商体系在中国已发展成熟，用户规模逐渐触达网民规模天花板。随着电商的稳步发展，各大电商平台都不遗余力的开拓新的营销模式来增加消费者的欲望。

2019年中国导购电商的用户人数已达到3.03亿人，预计2019年的用户规模将达到3.45亿人。艾媒咨询分析师认为，由于消费观念的转变和不同消费群体的崛起，导购电商平台用户规模扩大。同时，“618”、“双十一”等电商行业刺激用户增长的方式逐渐延伸至细分领域，近年来发展迅速的导购电商平台在大促中表现较为突出。2015-2020年中国导购电商的用户规模及增长走势 中企顾问网发布的《2021-2027年中国电商导购行业前景展望与市场全景评估报告》共十二章。首先介绍了中国电商导购行业市场发展环境、电商导购整体运行态势等，接着分析了中国电商导购行业市场运行的现状，然后介绍了电商导购市场竞争格局。随后，报告对电商导购做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商导购行业发展趋势与投资预测。您若想对电商导购产业有个系统的了解或者想投资中国电商导购行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局，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。

报告目录：

第一章 电商导购所属行业发展概述

第一节 电商导购的概念

一、电商导购的特点

二、电商导购的分类

第二节 电商导购行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 电商导购市场特征分析

- 一、市场规模
- 二、产业关联度
- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

第二章 全球电商导购所属行业发展分析

第一节 全球电商导购行业发展分析

- 一、2017年世界电商导购行业发展分析
- 二、2019年世界电商导购行业发展分析
- 三、2019年世界电商导购行业发展分析

第二节 全球电商导购市场分析

- 一、2019年全球电商导购需求分析
- 二、2019年欧美电商导购需求分析
- 三、2019年中外电商导购市场对比

第三节 2015-2019年主要国家或地区电商导购行业发展分析

- 一、2015-2019年美国电商导购行业分析
- 二、2015-2019年日本电商导购行业分析
- 三、2015-2019年欧洲电商导购行业分析

第三章 我国电商导购所属行业发展分析

第一节 中国电商导购所属行业发展状况

一、2019年电商导购行业发展状况分析

在大促期间用户在18-24点使用平台的比例最大，可达42.2%，同时12-18点和6-12点所占的比例也分别为37.1%，36.7%。艾媒咨询分析师认为，晚间休息时间是用户进行网上购物行为的高峰期，导购电商平台可利用用户购物行为规律巧妙设置促销活动时间点，以起到更好获客效果。2019年“618”大促期间用户导购平台的时间段分布情况

- 二、2019年中国电商导购行业发展动态
- 三、2019年电商导购行业经营业绩分析
- 四、2019年我国电商导购行业发展热点

第二节 中国电商导购所属市场供需状况

一、2019年中国电商导购行业供给能力

二、2019年中国电商导购市场供给分析

三、2019年中国电商导购市场需求分析

第三节 2015-2019年我国电商导购所属市场分析

一、2019年电商导购市场分析

二、2019年电商导购市场分析

第四章 电商导购行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 电商导购行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2015-2019年电商导购行业竞争格局分析

一、2019年电商导购行业竞争分析

二、2019年中外电商导购产品竞争分析

三、2015-2019年国内外电商导购竞争分析

四、2015-2019年我国电商导购市场竞争分析

五、2021-2027年国内主要电商导购企业动向

第五章 电商导购企业竞争策略分析

第一节 电商导购市场竞争策略分析

一、2019年电商导购市场增长潜力分析

二、现有电商导购行业竞争策略分析

第二节 电商导购企业竞争策略分析

一、2021-2027年我国电商导购市场竞争趋势

二、2021-2027年电商导购行业竞争格局展望

三、2021-2027年电商导购行业竞争策略分析

第六章 主要电商导购企业竞争分析

一、淘粉吧

1、平台发展概况分析

2、平台经营情况分析

3、平台用户规模分析

4、平台运营模式分析

二、返利

1、平台发展概况分析

2、平台经营情况分析

3、平台用户规模分析

4、平台运营模式分析

三、一淘

1、平台发展概况分析

2、平台经营情况分析

3、平台用户规模分析

4、平台运营模式分析

四、55海淘

1、平台发展概况分析

2、平台经营情况分析

3、平台用户规模分析

4、平台运营模式分析

五、折800

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

第二节内容类电商导购平台分析

一、识货

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

二、值

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

三、东西

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

四、惠惠

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

五、礼物说

- 1、平台发展概况分析
- 2、平台经营情况分析
- 3、平台用户规模分析
- 4、平台运营模式分析

第七章 电商导购行业发展趋势分析

第一节 2019年发展环境展望

- 一、2019年宏观经济形势展望
- 二、2019年政策走势及其影响
- 三、2019年国际行业走势展望

第二节 2019年电商导购行业发展趋势分析

- 一、2019年行业发展趋势分析
- 三、2019年行业竞争格局展望

第三节 2021-2027年中国电商导购市场趋势分析

- 一、2015-2019年电商导购市场趋势总结
- 二、2021-2027年电商导购发展趋势分析
- 三、2021-2027年电商导购市场发展空间
- 四、2021-2027年电商导购产业政策趋向

第八章 未来电商导购行业发展预测

第一节 未来电商导购需求与市场预测

- 一、2021-2027年电商导购市场规模预测
- 二、2021-2027年电商导购行业总资产预测

第二节 2021-2027年中国电商导购行业供需预测

- 一、2021-2027年中国电商导购供给预测
- 二、2021-2027年中国电商导购需求预测
- 三、2021-2027年中国电商导购供需平衡预测

第九章 2015-2019年电商导购行业投资现状分析

第一节 2019年电商导购行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分行业投资分析
- 五、2019年分地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第二节 2019年电商导购行业投资情况分析

- 一、2019年投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年细分行业投资分析
- 五、2019年各地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第十章 电商导购行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2021-2027年我国宏观经济形势分析
- 三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年电商导购行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2019年社会环境发展分析
- 三、2021-2027年社会环境对行业的影响

第十一章 电商导购行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019年相关产业投资收益率比较
- 二、2015-2019年行业投资收益率分析

第二节 电商导购行业投资效益分析

- 一、2015-2019年电商导购行业投资状况分析
- 二、2021-2027年电商导购行业投资效益分析
- 三、2021-2027年电商导购行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年电商导购行业的投资方向
- 五、2021-2027年电商导购行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响电商导购行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响电商导购行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响电商导购行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2027年影响电商导购行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国电商导购行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027年我国电商导购行业发展面临的机遇分析

第四节 电商导购行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年电商导购行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年电商导购行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年电商导购行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年电商导购行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年电商导购同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年电商导购行业其他风险及控制策略

第十二章 电商导购行业投资战略研究

第一节 电商导购行业发展战略研究()

- 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

第二节 电商导购行业投资战略研究

- 一、2019年电商导购行业投资战略研究
- 二、2019年电商导购行业投资战略研究
- 三、2021-2027年电商导购行业投资形势()
- 四、2021-2027年电商导购行业投资战略

图表目录：

图表：电商导购产业链分析

图表：国际电商导购市场规模

图表：国际电商导购生命周期

图表：2015-2019年中国电商导购竞争力分析

图表：2015-2019年中国电商导购行业市场规模

图表：2015-2019年全球电商导购产业市场规模

图表：2015-2019年电商导购重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国电商导购行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国电商导购行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国电商导购行业资产情况分析

图表：2021-2027年中国电商导购市场前景预测

图表：2021-2027年中国电商导购发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237737.html>