

2020-2026年中国电商导购 市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2020-2026年中国电商导购市场深度评估与发展趋势研究报告》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/202005/164019.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

随着互联网技术的加速推广，网络购物这一基于互联网的新兴消费模式发展迅速。根据商务部的数据显示，2016年中国网络零售交易额达5.16万亿元，同比增长26.2%。电子商务行业规模的迅速增加，以淘宝、京东等为代表的电商的成功，以及资本对电子商务、网络购物行业的追捧，均在进一步增加电子商务行业整体吸引力，促进更多参与者进入行业。

2011-2021年中国网络购物市场规模及增长率2009-2021年中国网络购物用户规模及预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电商导购市场深度评估与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了中国电商快递行业市场发展环境、电商快递整体运行态势等，接着分析了中国电商快递行业市场运行的现状，然后介绍了电商快递市场竞争格局。随后，报告对电商快递做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商快递行业发展趋势与投资预测。您若想对电商快递产业有个系统的了解或者想投资中国电商快递行业，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：

第一部分产业环境透视

第一章 电商导购行业发展综述

第一节 电商导购行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性分析

第二节 行业主要技术发展分析

一、保障性技术发展分析

1、大数据存储和管理技术发展分析

2、多级缓存技术分析

3、防Spam动机

二、功能性技术发展分析

1、爬虫

- 2、分词
- 3、跨域
- 4、自动分类
- 5、个性化推荐

第二章电商导购行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 电商导购行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、电商导购行业标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、电商导购产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、电商导购产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、行业技术发展水平分析
- 二、电商导购技术专利数量分析
- 三、电商导购技术发展趋势分析
- 四、行业主要技术人才现状分析
- 五、技术环境对行业的影响

第二部分市场深度调研

第三章我国电商导购行业运行现状分析

第一节 我国电商导购行业发展状况分析

- 一、我国电商导购行业发展概况及特点
- 二、我国电商导购行业发展存在的问题及对策
- 三、我国电商导购行业商业模式分析

第二节 电商导购行业发展现状分析

一、我国电商导购行业营收规模分析

二、我国电商导购市场交易规模分析

三、我国电商导购行业市场结构分析

四、导购行业标品与非标品营收占比分析

第三节 中国电商导购行业企业发展分析主要竞争企业 （1）返利网 返利网主要从事返利导购业务，现有合作伙伴涵盖了包括天猫、淘宝、京东、苏宁易购、苹果中国官方商城、一号店、亚马逊、聚美优品等在内的知名电商。返利网主要栏目包括返利商城、超级返、9块9、返利卡等。（2）一淘网 一淘网是阿里巴巴集团旗下的导购平台，成立于2010年。一淘网立足淘宝网、天猫、飞猪等阿里巴巴集团旗下的电商，为用户提供返利、红包、优惠券等服务。（3）淘粉吧 淘粉吧为全国中小企业股份转让系统挂牌企业杭州淘粉吧网络科技股份有限公司（834805.OC）运营的导购返利网站，其合作伙伴涵盖了包括天猫、淘宝、京东、苏宁易购、一号店、亚马逊、唯品会、聚美优品等在内的知名电商，主要栏目包括品牌特卖、限时闪购等。

一、电商导购平台数量及增长分析

二、不同类性电商导购平台结构分析

三、电商导购平台用户规模分析

第四节 电商导购行业发展驱动及制约因素分析

一、电商导购行业发展驱动因素分析

1、电商外延逐渐扩大

2、流量成本走高，商家获取用户难

3、有效信息获取成本高

4、模式简单，风险较低

二、电商导购行业发展制约因素分析

1、导购平台对电商网站政策依赖性强

2、交易数据不透明，影响资金结算和业务优化

3、移动媒体造成的竞争威胁

4、价格类导购不利于品牌价值增长

第五节 不同类型电商导购比较分析

一、价格类和内容类导购网站比较

二、垂直类导购和综合类导购比较

第四章我国电商导购行业主要模式分析

第一节 价格类导购模式分析

一、价格类导购模式运行分析

二、价格类导购模式侧重点分析

三、价格类导购模式主要类型分析

1、折扣类

2、返利类

3、比价类

四、价格类导购模式发展趋势分析

第二节 内容类导购模式分析

一、内容类导购模式运行分析

二、内容类导购模式侧重点分析

三、内容类导购模式主要类型分析

1、UGC

2、PGC

3、穿搭匹配

四、内容类导购模式发展趋势分析

第三部分竞争格局分析

第五章电商导购行业产业结构发展分析

第一节 电商导购行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、产业价值链的构成

四、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 电商导购行业上游产业发展分析

一、电商平台发展概况

二、电商平台交易规模分析中国电子商务市场交易规模预测

三、电商平台用户规模分析

四、电商平台对行业的影响

第三节 电商导购行业下游产业发展分析

一、下游用户规模分析

二、下游市场渗透率分析

三、下游市场对行业的影响

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国电商导购行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章导购电商APP市场发展分析

第一节 导购电商APP市场运行情况分析

一、导购电商APP市场渗透率分析

二、导购电商APP用户规模分析

第二节 导购电商APP主要分类及介绍

一、返利折扣型

二、全网比价型

三、内容驱动型

第三节 主流导购电商APP融资情况分析

一、融资金额笔数

二、融资规模

三、现有估值

第四节 用户画像分析

一、用户安装导购电商APP数量结构

二、用户年龄结构分析

三、用户性别分析

四、用户使用导购电商APP的频率分析

五、用户使用偏好分析

六、用户区域分布分析

第七章海淘导购市场发展分析

第一节 海淘导购发展概况

一、海淘导购的定义

二、海淘导购的优惠与风险

三、“海淘”导购市场兴起的原因

第二节 海淘导购发展驱动因素

一、消费者对海外商品需求巨大

二、海淘过程中存在信息不对称

第三节 海淘导购市场规模分析

一、海淘导购用户规模分析

二、海淘导购营收规模分析

第四节 海淘导购模式分析

一、连接类模式分析

二、代购类模式分析

第四部分 竞争格局分析

第八章 电商导购行业区域市场分析

第一节 中国电商导购重点区域市场分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业企业数量的区域分布

第二节 北京电商导购市场分析

一、北京网络购物用户规模

二、北京电商导购营收规模

三、北京电商导购平台数量

四、北京电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第三节 上海电商导购市场分析

一、上海网络购物用户规模

二、上海电商导购营收规模

三、上海电商导购平台数量

四、上海电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第四节 广州电商导购市场分析

一、广州网络购物用户规模

二、广州电商导购营收规模

三、广州电商导购平台数量

四、广州电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第五节 深圳电商导购市场分析

一、深圳网络购物用户规模

二、深圳电商导购营收规模

三、深圳电商导购平台数量

四、深圳电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第六节 成都电商导购市场分析

一、成都网络购物用户规模

二、成都电商导购营收规模

三、成都电商导购平台数量

四、成都电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第七节 武汉电商导购市场分析

一、武汉网络购物用户规模

二、武汉电商导购营收规模

三、武汉电商导购平台数量

四、武汉电商导购市场发展趋势

五、行业市场发展趋势及前景

第九章2020-2026年电商导购行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电商导购行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电商导购行业SWOT分析

- 1、电商导购行业优势分析
- 2、电商导购行业劣势分析
- 3、电商导购行业机会分析
- 4、电商导购行业威胁分析

第二节 电商导购行业竞争格局分析

- 一、产品竞争格局
- 二、企业竞争格局
- 三、品牌竞争格局

第三节 电商导购行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节 中国电商导购行业竞争力分析

- 一、我国电商导购行业竞争力剖析
- 二、我国电商导购企业市场竞争的优势
- 三、国内电商导购企业竞争能力提升途径

第十章2020-2026年电商导购行业领先企业经营形势分析

第一节 价格类电商导购平台分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

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
- 5、平台主要客户结构
- 6、平台竞争优势分析
- 7、平台产业布局分析
- 8、平台发展动态分析

第五部分发展前景展望

第十一章2020-2026年电商导购行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年电商导购市场发展前景

- 一、2020-2026年电商导购市场发展潜力
- 二、2020-2026年电商导购市场发展前景展望
- 三、2020-2026年电商导购细分行业发展前景分析

第二节2020-2026年电商导购行业发展趋势分析

- 一、从价格驱动转为内容驱动
- 二、从商品到服务延伸
- 三、从线上到线下拓展

第三节2020-2026年中国电商导购行业市场规模预测

- 一、2020-2026年中国电商导购行业营收规模预测
- 二、2020-2026年中国电商导购行业用户规模预测
- 三、2020-2026年中国电商导购市场结构预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2020-2026年电商导购行业投资机会与风险防范分析

第一节 电商导购行业投资特性分析

一、电商导购行业进入壁垒分析

二、电商导购行业盈利因素分析

三、电商导购行业盈利模式分析

1、佣金收入

2、营销收入

3、API接入收入

第二节2020-2026年电商导购行业发展的影响因素

一、有利因素

1、国家政策加大支持力度

2、互联网基础设施的完善和技术进步

3、物流供应链不断完善

二、不利因素

1、网络购物法制体系尚待完善

2、市场竞争不断趋于激烈

第三节2020-2026年电商导购行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、电商导购行业投资机遇

第四节2020-2026年电商导购行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国电商导购行业投资建议

一、电商导购行业未来发展方向

二、电商导购行业主要投资建议

三、中国电商导购企业融资分析

1、中国电商导购企业IPO融资分析

2、中国电商导购企业再融资分析

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 电商导购行业研究结论及建议

第二节 电商导购子行业研究结论及建议

第三节 电商导购行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年我国电商导购行业营收规模分析

图表：2015-2019年我国电商导购市场交易规模分析

图表：2019年我国电商导购行业市场结构分析

图表：2019年导购行业标品与非标品营收占比分析

图表：2015-2019年电商导购平台数量及增长分析

图表：2019年不同类性电商导购平台结构分析

图表：2015-2019年电商导购平台用户规模分析

图表：2015-2019年电商平台交易规模分析

图表：2015-2019年电商平台用户规模分析

图表：2015-2019年电商导购下游用户规模分析

图表：2015-2019年电商导购下游市场渗透率分析

图表：2015-2019年中国主流导购电商APP融资金额笔数

图表：2015-2019年中国主流导购电商APP融资规模

图表：2019年中国电商导购用户安装导购电商APP数量结构

图表：2019年中国电商导购用户年龄结构分析

图表：2019年中国电商导购用户性别分析

图表：2019年中国电商导购用户使用导购电商APP的频率分析

图表：2019年中国电商导购用户使用偏好分析

图表：2019年中国电商导购用户区域分布分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164019.html>