

2017-2022年中国微商行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国微商行业市场运营态势及投资前景预测报告》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://www.huaon.com/detail/293286.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

微商目前经历两个发展时期。初期，拥有智能机与微信号即可开展微商业务。微商们通过在朋友圈、QQ空间、微博等网络社交平台对亲友、网友发布广告等形式推广商品。在此阶段，微商广告内容及形式通常不够专业而且相对比较粗糙。随着时间推移，微商广告逐渐呈现出专业性。伴随微商群体日益扩大，微商广告出现频次过于频繁，使受众视觉疲劳，很多达不到预期的推广效果。

这个时期，专业微商平台兴起。使用专业平台的优势在于：微商无须自行囤货，一件商品即可代发；微商无须自行制作广告，复制转发专业平台模板稍加改动即可成为定制广告。加之朋友圈营销月入百万的成功案例比比皆是，促使更多的人群加入到微商行列，使得微商行业日益发展壮大。在此过程中，因供货渠道等区别，微商形成不同类型：其一为商家或厂家；其二为代理；最后一种是微商个体。

随着中国智能手机的出货量不断增加，从2011年的8,066万台到2014年的42,116万台，2015年中国智能手机可达到44138万台。智能终端的普及和网络基础设施的完善正逐步引导消费者行为习惯的改变。智能手机的普及为微商的发展提供了必备的沟通工具。

2016-2018年中国智能手机销量预测

2011 -2015 年中国手机网民数量及占总网民数量比率

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：

第一章微商行业发展综述

1.1 微商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 微商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 微商行业在国民经济中的地位

1.2.3 微商行业生命周期分析

(1)行业生命周期理论基础

(2)微商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国微商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒/退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章微商行业运行环境分析

2.1 微商行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 微商行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2008-2015年全国GDP及同比增速

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 微商行业社会环境分析

2.3.1 微商产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 微商产业发展对社会发展的影响

2.4 微商行业技术环境分析

2.4.1 微商技术分析

2.4.2 微商技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章我国微商行业运行分析

3.1 我国微商行业发展状况分析

3.1.1 我国微商行业发展阶段

- 3.1.2 我国微商行业发展总体概况
- 3.1.3 我国微商行业发展特点分析
- 3.2 2013-2016年微商行业发展现状
 - 3.2.1 2013-2016年我国微商行业市场规模
 - 3.2.2 2013-2016年我国微商行业发展分析
 - 3.2.3 2013-2016年中国微商企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2013-2016年重点省市市场分析
- 3.4 微商细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2013-2016年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 微商产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2013-2016年微商价格走势
 - 3.5.2 影响微商价格的关键因素分析
 - (1)成本
 - (2)供需情况
 - (3)关联产品
 - (4)其他
 - 3.5.3 2017-2022年微商产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要微商企业价位及价格策略

第四章我国微商行业整体运行指标分析

- 4.1 2013-2016年中国微商行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析

用户以女性居多，占比57.9%。30岁以下的年轻人成消费主力，占比63%，年轻化特征更为凸显。

用户性别分布

用户年龄分布

超过一半的用户居住在地级市以下级别的区域；高中及同等学历的用户最多，其次是本科和

大专。

用户学历分布

用户地域分布

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2013-2016年中国微商行业产销情况分析

4.2.1 我国微商行业工业总产值

4.2.2 我国微商行业工业销售产值

4.2.3 我国微商行业产销率

4.3 2013-2016年中国微商行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国微商行业供需形势分析

5.1 微商行业供给分析

5.1.1 2013-2016年微商行业供给分析

5.1.2 2017-2022年微商行业供给变化趋势

5.1.3 微商行业区域供给分析

5.2 2013-2016年我国微商行业需求情况

5.2.1 微商行业需求市场

5.2.2 微商行业客户结构

5.2.3 微商行业需求的地区差异

5.3 微商市场应用及需求预测

5.3.1 微商应用市场总体需求分析

(1)微商应用市场需求特征

(2)微商应用市场需求总规模

5.3.2 2017-2022年微商行业领域需求量预测

(1)2017-2022年微商行业领域需求产品/服务功能预测

(2)2017-2022年微商行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业微商产品/服务需求分析预测

第六章微商行业产业结构分析

6.1 微商产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国微商行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章我国微商行业产业链分析

7.1 微商行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 微商上游行业分析

7.2.1 微商产品成本构成

7.2.2 2013-2016年上游行业发展现状

7.2.3 2017-2022年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对微商行业的影响

7.3 微商下游行业分析

7.3.1 微商下游行业分布

7.3.2 2013-2016年下游行业发展现状

7.3.3 2017-2022年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对微商行业的影响

第八章我国微商行业渠道分析及策略

8.1 微商行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对微商行业的影响

8.1.3 主要微商企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 微商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 微商行业营销策略分析

8.3.1 中国微商营销概况

8.3.2 微商营销策略探讨

8.3.3 微商营销发展趋势

第九章我国微商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 微商行业竞争结构分析

(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

9.1.2 微商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 微商行业集中度分析

9.1.4 微商行业SWOT分析

9.2 中国微商行业竞争格局综述

9.2.1 微商行业竞争概况

(1)中国微商行业竞争格局

(2)微商行业未来竞争格局和特点

(3)微商市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国微商行业竞争力分析

(1)我国微商行业竞争力剖析

(2)我国微商企业市场竞争的优势

(3)国内微商企业竞争能力提升途径

9.2.3 微商市场竞争策略分析

第十章2017-2022年微商行业投资前景

- 10.1 2017-2022年微商市场发展前景
 - 10.1.1 2017-2022年微商市场发展潜力
 - 10.1.2 2017-2022年微商市场发展前景展望
 - 10.1.3 2017-2022年微商细分行业发展前景分析
- 10.2 2017-2022年微商市场发展趋势预测
 - 10.2.1 2017-2022年微商行业发展趋势
 - 10.2.2 2017-2022年微商市场规模预测
 - 10.2.3 2017-2022年微商行业应用趋势预测
 - 10.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 10.3 2017-2022年中国微商行业供需预测
 - 10.3.1 2017-2022年中国微商行业供给预测
 - 10.3.2 2017-2022年中国微商行业需求预测
 - 10.3.3 2017-2022年中国微商供需平衡预测
- 10.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 10.4.1 市场整合成长趋势
 - 10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 10.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 10.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 10.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章2017-2022年微商行业投资机会与风险

- 11.1 微商行业投融资情况
 - 11.1.1 行业资金渠道分析
 - 11.1.2 固定资产投资分析
 - 11.1.3 兼并重组情况分析
- 11.2 2017-2022年微商行业投资机会
 - 11.2.1 产业链投资机会
 - 11.2.2 细分市场投资机会
 - 11.2.3 重点区域投资机会
- 11.3 2017-2022年微商行业投资风险及防范
 - 11.3.1 政策风险及防范
 - 11.3.2 技术风险及防范
 - 11.3.3 供求风险及防范
 - 11.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 11.3.5 关联产业风险及防范

11.3.6 产品结构风险及防范

11.3.7 其他风险及防范

第十二章微商行业投资战略研究

12.1 微商行业发展战略研究

12.1.1 战略综合规划

12.1.2 技术开发战略

12.1.3 业务组合战略

12.1.4 区域战略规划

12.1.5 产业战略规划

12.1.6 营销品牌战略

12.1.7 竞争战略规划

12.2 对我国微商品牌的战略思考

12.2.1 微商品牌的重要性

12.2.2 微商实施品牌战略的意义

12.2.3 微商企业品牌的现状分析

12.2.4 我国微商企业的品牌战略

12.2.5 微商品牌战略管理的策略

12.3 微商经营策略分析

12.3.1 微商市场细分策略

12.3.2 微商市场创新策略

12.3.3 品牌定位与品类规划

12.3.4 微商新产品差异化战略

12.4 微商行业投资战略研究

12.4.1 2015年微商行业投资战略

12.4.2 2017-2022年微商行业投资战略

12.4.3 2017-2022年细分行业投资战略

第十三章研究结论及投资建议

13.1 微商行业研究结论

13.2 微商行业投资价值评估

13.3 微商行业投资建议

13.3.1 行业发展策略建议

13.3.2 行业投资方向建议

13.3.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：微商行业生命周期

图表：微商行业产业链结构

图表：2013-2016年全球微商行业市场规模

图表：2013-2016年中国微商行业市场规模

图表：2013-2016年微商行业重要数据指标比较

图表：2013-2016年中国微商市场占全球份额比较

图表：2013-2016年微商行业工业总产值

图表：2013-2016年微商行业销售收入

图表：2013-2016年微商行业利润总额

图表：2013-2016年微商行业资产总计

图表：2013-2016年微商行业负债总计

图表：2013-2016年微商行业竞争力分析

图表：2013-2016年微商市场价格走势

图表：2013-2016年微商行业主营业务收入

图表：2013-2016年微商行业主营业务成本

图表：2013-2016年微商行业销售费用分析

图表：2013-2016年微商行业管理费用分析

图表：2013-2016年微商行业财务费用分析

图表：2013-2016年微商行业销售毛利率分析

图表：2013-2016年微商行业销售利润率分析

图表：2013-2016年微商行业成本费用利润率分析

图表：2013-2016年微商行业总资产利润率分析

图表：2013-2016年微商行业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/293286.html>