

2018-2024年中国微商市场 深度评估与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国微商市场深度评估与投资前景研究报告》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.abaogao.com/b/qita/224128POIN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

微商是基于微信生态的社会化分销模式，它是企业或者个人基于社会化媒体开店的新型电商。从模式上来说主要分为两种：基于微信公众号的微商称为B2C微商，基于朋友圈开店的称为C2C微商。

从微商的流程来说，微商主要由基础完善的交易平台、营销插件、分销体系以及个人端分享推广微客四个流程部分组成。现在已从一件代发逐渐发展成服务行业自己存货自己发，有等级的区分，等级越高利润越大。

2013年前，处于萌芽期的微商大多数是由淘宝店家为拓展销售渠道转化而来，2014年微商行业进入高速成长期，行业爆发增长过快。2015年微商大环境在发生改变，从松散经营到系统运营。2016年，微商正式进入了品牌整合时期，谁将微商运作的更加品牌化、正规化、合法化、系统化、更加体系化，谁才能生存的长久，成为真正赢家。

在微商行业快速扩张的过程中，由于行业发展时间短，准入门槛低，在缺乏相关的规范标准、监管体系和维权机制的情况下，行业内部乱象丛生。个体卖家鱼龙混杂，货品真假难辨，价格混乱。女性和年轻人为主的用户结构影响了微商行业主营的商品品类，年轻女性对于爱美、照顾家庭和生理的需求带动了美妆、服装、生活、母婴等商品的销量，女性消费特征得到了放大，形成了微商行业以美妆和生活产品为主导的销售格局。

从区域分看，微商商户主要活跃于北京、浙江及广东等地区，区域分布以二、三线城市居多。随着市场的不断扩大，微商行业逐渐向三四线城市和中西部地区发展。中西部、西南地区，微商在当地不是特别普及，还有巨大的潜力，沿海发达地区通过微商渠道购买产品的意愿反而不是特别强。

微商从2012年出现开始，2015年呈现井喷式发展，到了2016年，微商行业进入了大浪淘沙的阶段，但无论是市场规模还是从业规模，都还在持续增长。2015年微商行业总体市场规模达到了1800多亿元，2016年全年超过3600多亿元，增长率达到近100%。

2016年，微商行业总体市场规模为3607.3亿元，预计2017年市场依然会保持高速迅猛增长。虽然2016年下半年以来，市场增长相对趋稳，但作为新兴行业，微商市场正处于高速发展期，由于市场基数小，预计2017年市场依然会接近翻倍式增长，2017年微商行业市场总体规模将达6835.8亿元，增长率为89.5%，尽管市场增长的加速度小幅放缓，但绝对增长速度依然领先于传统电子商务等其他商业领域。

目前，手机移动端的数据流量已经超过了PC客户端，微商已逐渐地得到人们的接受和认可，并逐渐走向成熟。而其他的平台对微商也给予了不少方便之处，这为微商今后的发展铺了一条光明之路。未来，微商行业的发展将步入成熟期，建立规范、完整的生态体系。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国微商市场深度评估与投资前景研究报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。报告目录：第一章 微商行业发展综述 11.1 微商行业定义及分类 11.1.1 行业定义 11.1.2 行业主要产品分类 11.1.3 行业主要商业模式 21.2 微商行业特征分析 31.2.1 产业链分析 31.2.2 微商行业在国民经济中的地位 31.2.3 微商行业生命周期分析 31、行业生命周期理论基础 32、微商行业生命周期 51.3 最近3-5年中国微商行业经济指标分析 61.3.1 赢利性 61.3.2 成长速度 71.3.3 附加值的提升空间 71.3.4 进入壁垒 / 退出机制 81.3.5 风险性 81.3.6 行业周期 91.3.7 竞争激烈程度指标 91.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 10 第二章 微商行业运行环境分析 112.1 微商行业政治法律环境分析 112.1.1 行业管理体制分析 112.1.2 行业主要法律法规 112.1.3 行业相关发展规划 132.2 微商行业经济环境分析 152.2.1 国际宏观经济形势分析 152.2.2 国内宏观经济形势分析 172.2.3 产业宏观经济环境分析 342.3 微商行业社会环境分析 352.3.1 微商产业社会环境 352.3.2 社会环境对行业的影响 392.3.3 微商产业发展对社会发展的影响 392.4 微商行业技术环境分析 402.4.1 微商技术分析 402.4.2 微商技术发展水平 412.4.3 行业主要技术发展趋势 41 第三章 我国微商行业运行分析 423.1 我国微商行业发展状况分析 423.1.1 我国微商行业发展阶段 423.1.2 我国微商行业发展总体概况 423.1.3 我国微商行业发展特点分析 433.2 2014-2017年微商行业发展现状 433.2.1 2014-2017年我国微商行业市场规模 433.2.2 2014-2017年我国微商行业发展分析 433.2.3 2014-2017年中国微商企业发展分析 443.3 区域市场分析 453.3.1 区域市场分布总体情况 453.3.2 2014-2017年重点省市市场分析 463.4 微商细分产品/服务市场分析 463.4.1 细分产品/服务特色 463.4.2 2014-2017年细分产品/服务市场规模及增速 473.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测 483.5 微商产品/服务价格分析 483.5.1 2014-2017年微商价格走势 483.5.2 影响微商价格的关键因素分析 483.5.3 2018-2024年微商产品/服务价格变化趋势 493.5.4 主要微商企业价位及价格策略 49 第四章 我国微商行业整体运行指标分析 534.1 2014-2017年中国微商行业总体规模分析 534.1.1 企业数量结构分析 534.1.2 人员规模状况分析 54

2017年，中国微商行业从业人员规模将突破2000万人，从业人员数量将进一步呈现加速增长态势。随着微商在社交群体中认知度和认可度的逐步提升，以及领先微商经营规模和品牌影

响力的快速壮大，越来越多的人参与到微商队伍中来。研究认为，微商从业人员数量的加速增长刚刚起步，2017年微商从业人员规模预计为2018.8万人，增长速度达31.5%。微商行业的参与者将逐步覆盖社交网络的每一个领域。

4.1.3 行业资产规模分析 544.1.4 行业市场规模分析 554.2 2014-2017年中国微商行业产销情况分析 554.2.1 我国微商行业总产值 554.2.2 我国微商行业销售产值 564.2.3 我国微商行业产销率 564.3 2014-2017年中国微商行业财务指标总体分析 574.3.1 行业盈利能力分析 574.3.2 行业偿债能力分析 574.3.3 行业营运能力分析 574.3.4 行业发展能力分析 58

第五章 我国微商行业供需形势分析 595.1 微商行业供给分析 595.1.1 2014-2017年微商行业供给分析 595.1.2 2018-2024年微商行业供给变化趋势 595.1.3 微商行业区域供给分析 605.2 2014-2017年我国微商行业需求情况 605.2.1 微商行业需求市场 605.2.2 微商行业客户结构 605.2.3 微商行业需求的地区差异 635.3 微商市场应用及需求预测 645.3.1 微商应用市场总体需求分析 641、微商应用市场需求特征 642、微商应用市场需求总规模 665.3.2 2018-2024年微商行业领域需求量预测 661、2018-2024年微商行业领域需求产品/服务功能预测 662、2018-2024年微商行业领域需求产品/服务市场格局预测 675.3.3 重点行业微商产品/服务需求分析预测 67

第六章 微商行业产业结构分析 686.1 微商产业结构分析 686.1.1 市场细分充分程度分析 686.1.2 各细分市场领先企业排名 706.1.3 各细分市场占总市场的结构比例 716.1.4 领先企业的结构分析（主体经营形式） 726.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 726.2.1 产业价值链的构成 726.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 736.3 产业结构发展预测 736.3.1 产业结构调整指导政策分析 736.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 746.3.3 中国微商行业参与国际竞争的战略市场定位 746.3.4 产业结构调整方向分析 75

第七章 我国微商行业产业链分析 767.1 微商行业产业链分析 767.1.1 产业链结构分析 767.1.2 主要环节的增值空间 787.1.3 与上下游行业之间的关联性 787.2 微商上游（供应商）行业分析 797.2.1 微商经营成本构成 797.2.2 2014-2017年上游行业发展现状 797.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势 817.2.4 上游供给对微商行业的影响 827.3 微商下游（消费者）行业分析 837.3.1 微商用户调研主要结论 837.3.2 微商用户购买行为分析 847.3.3 下游需求对微商行业的影响 90

第八章 我国微商行业渠道分析及策略 928.1 微商行业渠道分析 928.1.1 渠道形式及对比 928.1.2 各类渠道对微商行业的影响 928.1.3 主要微商企业渠道策略研究 938.1.4 各区域主要代理商情况 938.2 微商行业用户分析 948.2.1 用户认知程度分析 948.2.2 用户需求特点分析 948.2.3 用户购买途径分析 948.3 微商行业营销策略分析 958.3.1 中国微商营销概况 958.3.2 微商营销策略探讨 968.3.3 微商营销发展趋势 97

第九章 我国微商行业竞争形势及策略 989.1 行业总体市场竞争状况分析 989.1.1 微商行业竞争结构分析 981、现有企业间竞争 982、潜在进入者分析 983、替代品威胁分析 984、供应商议价能力 995、客户议价能力 999.1.2 微商行业企业间竞争格局分析 1019.1.3 微商行业集中度分

析 1029.1.4 微商行业SWOT分析 1021、优势分析 1022、劣势分析 1023、机会分析 1034、威胁分析 1039.2 中国微商行业竞争格局综述 1049.2.1 微商行业竞争概况 1041、中国微商行业竞争格局 1042、微商行业未来竞争格局和特点 1063、微商市场进入及竞争对手分析 1079.2.2 中国微商行业竞争力分析 1081、我国微商行业竞争力剖析 1082、我国微商企业市场竞争的优势 1083、国内微商企业竞争能力提升途径 1099.2.3 微商市场竞争策略分析 111 第十章 微商行业领先企业经营形势分析 11210.1 深圳市青葱传媒科技有限公司 11210.1.1 企业概况 11210.1.2 企业优势分析 11210.1.3 产品/服务特色 11210.1.4 2014-2017年经营状况 11310.1.5 2018-2024年发展规划 11310.2 极欧科技股份有限公司 11310.2.1 企业概况 11310.2.2 企业优势分析 11410.2.3 产品/服务特色 11510.2.4 2014-2017年经营状况 11710.2.5 2018-2024年发展规划 11810.3 中山市艾奥比生物科技有限公司 11910.3.1 企业概况 11910.3.2 企业优势分析 11910.3.3 产品/服务特色 11910.3.4 2014-2017年经营状况 12010.3.5 2018-2024年发展规划 12010.4 北京微时科技有限公司 12110.4.1 企业概况 12110.4.2 企业优势分析 12110.4.3 产品/服务特色 12110.4.4 2014-2017年经营状况 12310.4.5 2018-2024年发展规划 12310.5 厦门国傲信息科技有限公司 12310.5.1 企业概况 12310.5.2 企业优势分析 12410.5.3 产品/服务特色 12410.5.4 2014-2017年经营状况 12910.5.5 2018-2024年发展规划 13210.6 深圳沸点天下网络科技有限公司 13210.6.1 企业概况 13210.6.2 企业优势分析 13310.6.3 产品/服务特色 13310.6.4 2014-2017年经营状况 13410.6.5 2018-2024年发展规划 13410.7 付爱宝商贸股份有限公司 13510.7.1 企业概况 13510.7.2 企业优势分析 13510.7.3 产品/服务特色 13610.7.4 2014-2017年经营状况 13610.7.5 2018-2024年发展规划 13710.8 安徽省微赢投资控股集团 13710.8.1 企业概况 13710.8.2 企业优势分析 13910.8.3 产品/服务特色 13910.8.4 2014-2017年经营状况 13910.8.5 2018-2024年发展规划 14010.9 沁人缘生物科技有限公司 14010.9.1 企业概况 14010.9.2 企业优势分析 14010.9.3 产品/服务特色 14110.9.4 2014-2017年经营状况 14110.9.5 2018-2024年发展规划 14110.10 蓝米生物科技有限公司 14210.10.1 企业概况 14210.10.2 企业优势分析 14210.10.3 产品/服务特色 14210.10.4 2014-2017年经营状况 14310.10.5 2018-2024年发展规划 143 第十一章 2018-2024年微商行业投资前景 14411.1 2018-2024年微商市场发展前景 14411.1.1 2018-2024年微商市场发展潜力 14411.1.2 2018-2024年微商市场发展前景展望 14411.1.3 2018-2024年微商细分行业发展前景分析 14511.2 2018-2024年微商市场发展趋势预测 14511.2.1 2018-2024年微商行业发展趋势 14511.2.2 2018-2024年微商市场规模预测 14711.2.3 2018-2024年微商行业应用趋势预测 14711.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测 14811.3 2018-2024年中国微商行业供需预测 14811.3.1 2018-2024年中国微商行业供给预测 14811.3.2 2018-2024年中国微商行业需求预测 14911.3.3 2018-2024年中国微商供需平衡预测 14911.4 影响企业生产与经营的关键趋势 15011.4.1 市场整合成长趋势 15011.4.2 需求变化趋势及新

的商业机遇预测 15011.4.3 企业区域市场拓展的趋势 15111.4.4 科研开发趋势及替代技术
进展 15111.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 151 第十二章 2018-2024年微商行业投
资机会与风险 15312.1 微商行业投融资情况 15312.1.1 行业资金渠道分析 15312.1.2 固定资产
投资分析 15412.1.3 投资兼并重组情况分析 15512.2 2018-2024年微商行业投资机会 15512.2.1 产
业链投资机会 15512.2.2 细分市场投资机会 15512.2.3 重点区域投资机会 15612.3 2018-2024
年微商行业投资风险及防范 15612.3.1 政策风险及防范 15612.3.2 技术风险及防范
15712.3.3 供求风险及防范 15712.3.4 宏观经济波动风险及防范 15812.3.5 关联产业风险及
防范 15812.3.6 产品结构风险及防范 15812.3.7 其他风险及防范 158 第十三章 微商行业
投资战略研究 15913.1 微商行业发展战略研究 15913.1.1 战略综合规划 15913.1.2 技术开发战
略 15913.1.3 业务组合战略 16213.1.4 区域战略规划 16413.1.5 产业战略规划 17113.1.6 营销品
牌战略 17213.1.7 竞争战略规划 17513.2 对我国微商品牌的战略思考 17713.2.1 微商品牌的重要
性 17713.2.2 微商实施品牌战略的意义 17913.2.3 微商企业品牌的现状分析 17913.2.4 我
国微商企业的品牌战略 18013.2.5 微商品牌战略管理的策略 18213.3 微商经营策略分析
18513.3.1 微商市场细分策略 18513.3.2 微商市场创新策略 18513.3.3 品牌定位与品类规划
18613.3.4 微商新产品差异化战略 18913.4 微商行业投资战略研究 19013.4.1 2017年微商行业
投资战略 19013.4.2 2018-2024年微商行业投资战略 19113.4.3 2018-2024年细分行业投资战略
191 第十四章 研究结论及投资建议 19314.1 微商行业研究结论 19314.2 微商行业投资价值
评估 19414.3 微商行业投资建议 19414.3.1 行业发展策略建议 19414.3.2 行业投资方向建议
19514.3.3 行业投资方式建议 196 图表目录 图表：微商行业发展价值分析 3 图表：行业生命周
期示意图 4 图表：微商行业生命周期 6 图表：微商每月销售额 7 图表：微商每月盈利 7
图表：2017年世界主要经济体经济增长速度 15 图表：2015-2017年我国GDP增长情况 18 图表
：2011-2017年我国GDP同比增长速度 18 图表：2015-2017年各月累计主营业务收入与利润总额
同比增速 20 图表：2017年份规模以上工业企业主要财务指标 21 图表：2015-2017我国规模以
上工业增加值同比增速 21 图表：2015-2017年我国制造业PMI指数 22 图表：2015-2017年中国
制造业PMI及构成指数 22 图表：2015-2017年中国固定资产投资同比增速 23

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/224128POIN.html>