

2015年

中国微商市场

研究报告



中国微商行业现状分析

1

中国微商产业链及模式解析

2

2015年中国微商用户调研

3

中国微商行业发展趋势分析

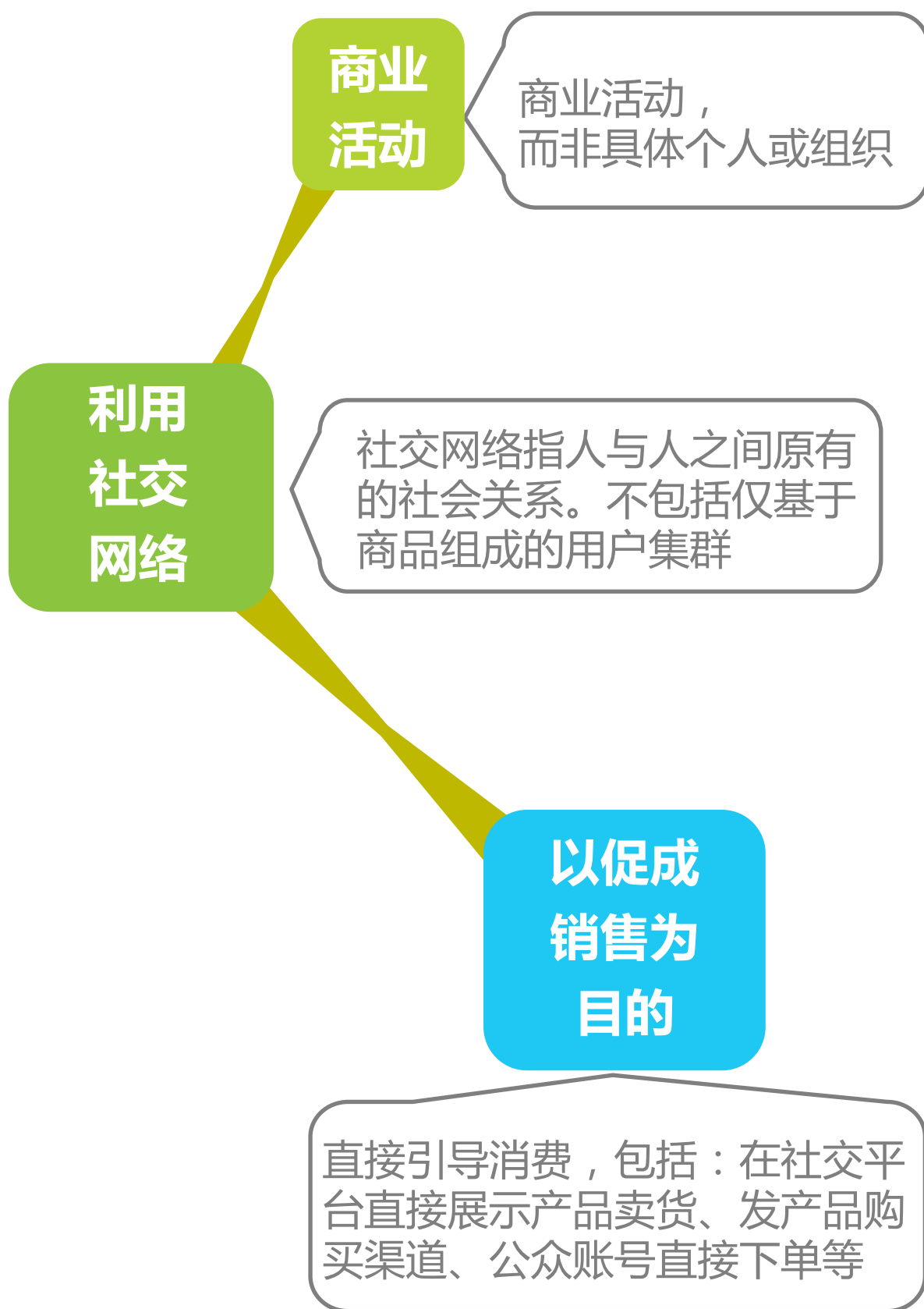
4

微商定义

微商是指利用互联网**社交网络**，针对性开展各类营销活动，以促成销售的商业活动。



微商的基本特征



微商与传统电商的区别

社交关系



关系是社交平台差异于其他电商平台的优势资源。社交平台上，商家与消费者建立和维护关系，或利用用户与用户之间的关系。

巨大的**流量**是目前社交平台的优势资源。通过提供方便的接口，可为商家导入流量。

流量接口



原生广告



商家可与其用户群体建立**互动**关系，但用户对商家广告、资讯等的内容和形式都提出更高的要求。

社交平台商业化措施



转账、支付功能



个人用户之间销售商品



游戏中心



平台接口



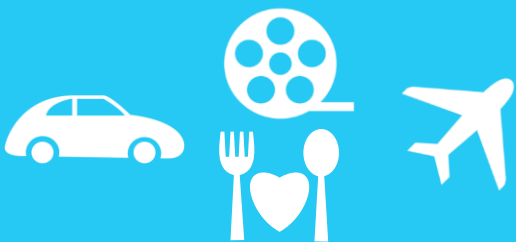
线上礼物



信息流广告



购物助手

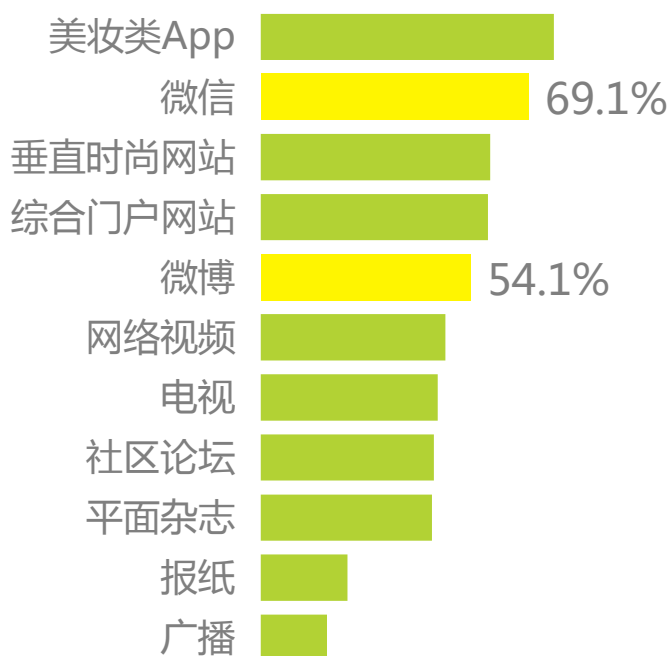


O2O

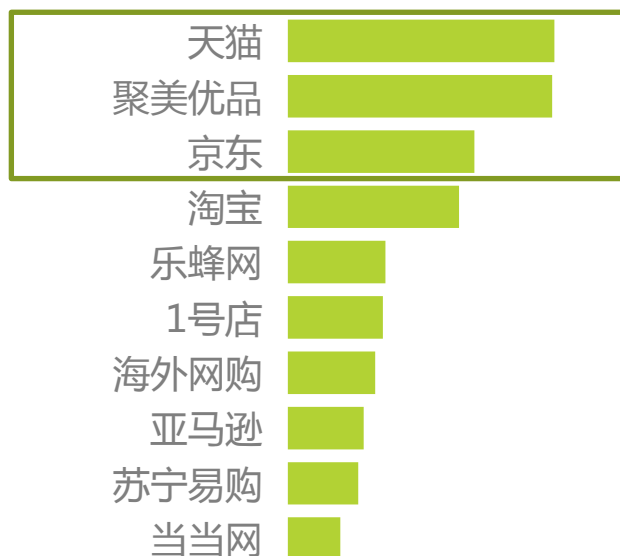
社交网络平台成为重要的信息来源，却不是主要购买渠道

微商火热时，美妆产品约占8成。美妆产品的用户调查显示，社交网络是产品的重要信息来源，但目前还不是主要的销售渠道。

2015年女性获取美妆信息的主要渠道



2015年女性移动美妆用户护肤品网络购买渠道Top10



来源：艾瑞报告《2015年中国女性移动美妆行业发展报告》，2015.7；

微信电商化进程&微商发展历程



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21721

