

# 2016-2022年中国互联网+土木建筑件市场需求调研及十三五发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国互联网+土木建筑件市场需求调研及十三五发展定位研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/250695250695.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国互联网+土木建筑件市场需求调研及十三五发展定位研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

### 报告简介

#### 第一章电子商务与“互联网+”

##### 第一节电子商务发展分析

- 一、电子商务基本定义
- 二、电子商务发展阶段
- 三、电子商务基本特征
- 四、电子商务支撑环境
- 五、电子商务基本模式
- 六、电子商务规模分析

##### 第二节“互联网+”的相关概述

- 一、“互联网+”的提出
- 二、“互联网+”的内涵
- 三、“互联网+”的发展
- 四、“互联网+”的评价
- 五、“互联网+”的趋势

#### 第二章互联网环境下土木建筑件行业的机会与挑战

##### 第一节2016年中国互联网环境分析

- 一、网民基本情况分析
  - (一) 总体网民规模分析
  - (二) 我国网民特点分析
  - (三) 手机网民规模分析

#### （四）网民属性结构分析

### 二、网民互联网应用状况

#### （一）信息获取情况分析

#### （二）商务交易发展情况

#### （三）交流沟通现状分析

#### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节互联网环境下土木建筑件行业的机会与挑战

#### 一、互联网时代行业大环境的变化

#### 二、互联网直击传统行业消费痛点

#### 三、互联网助力企业开拓市场

#### 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节互联网土木建筑件行业的改造与重构

#### 一、互联网重构行业的供应链格局

#### 二、互联网改变生产厂商营销模式

#### 三、互联网导致行业利益重新分配

#### 四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节土木建筑件与互联网融合创新机会孕育

#### 一、电商政策变化趋势分析

#### 二、电子商务消费环境趋势分析

#### 三、互联网技术对行业支撑作用

#### 四、电商黄金发展期机遇分析

## 第三章土木建筑件行业发展现状分析

### 第一节土木建筑件行业发展现状分析

#### 一、土木建筑件行业产业政策分析

#### 二、土木建筑件行业发展现状分析

#### 三、土木建筑件行业主要企业分析

#### 四、土木建筑件行业市场规模分析

### 第二节土木建筑件行业市场前景分析

#### 一、土木建筑件行业发展机遇分析

#### 二、土木建筑件行业市场规模预测

#### 三、土木建筑件行业发展前景分析

## 第四章土木建筑件行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节土木建筑件电商市场规模与渗透率

#### 一、土木建筑件电商总体开展情况

#### 二、土木建筑件电商交易规模分析

### 三、土木建筑件电商渠道渗透率分析

#### 第二节土木建筑件电商行业盈利能力分析

##### 一、土木建筑件电子商务发展有利因素

##### 二、土木建筑件电子商务发展制约因素

##### 三、土木建筑件电商行业经营成本分析

##### 四、土木建筑件电商行业盈利模式分析

##### 五、土木建筑件电商行业盈利水平分析

#### 第三节电商行业未来前景及趋势预测

##### 一、土木建筑件电商行业市场空间测算

##### 二、土木建筑件电商市场规模预测分析

##### 三、土木建筑件电商发展趋势预测分析

### 第五章土木建筑件企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节土木建筑件企业转型电商构建分析

##### 一、土木建筑件电子商务关键环节分析

###### (一) 产品采购与组织

###### (二) 电商网站建设

###### (三) 网站品牌建设及营销

###### (四) 服务及物流配送体系

###### (五) 网站增值服务

##### 二、土木建筑件企业电子商务网站构建

###### (一) 网站域名申请

###### (二) 网站运行模式

###### (三) 网站开发规划

###### (四) 网站需求规划

#### 第二节土木建筑件企业转型电商发展途径

##### 一、电商B2B发展模式

##### 二、电商B2C发展模式

##### 三、电商C2C发展模式

##### 四、电商O2O发展模式

#### 第三节土木建筑件企业转型电商平台选择分析

##### 一、土木建筑件企业电商建设模式

##### 二、自建商城网店平台

###### (一) 自建商城概况分析

###### (二) 自建商城优势分析

##### 三、借助第三方网购平台

- (一) 电商平台的优劣势
- (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
  - (一) 电商服务外包的优势
  - (二) 电商服务外包可行性
  - (三) 电商服务外包前景
- 五、土木建筑件企业电商平台选择策略
- 第六章土木建筑件行业电子商务运营模式分析
  - 第一节土木建筑件电子商务B2B模式分析
    - 一、土木建筑件电子商务B2B市场概况
    - 二、土木建筑件电子商务B2B盈利模式
    - 三、土木建筑件电子商务B2B运营模式
    - 四、土木建筑件电子商务B2B的供应链
  - 第二节土木建筑件电子商务B2C模式分析
    - 一、土木建筑件电子商务B2C市场概况
    - 二、土木建筑件电子商务B2C市场规模
    - 三、土木建筑件电子商务B2C盈利模式
    - 四、土木建筑件电子商务B2C物流模式
    - 五、土木建筑件电商B2C物流模式选择
  - 第三节土木建筑件电子商务C2C模式分析
    - 一、土木建筑件电子商务C2C市场概况
    - 二、土木建筑件电子商务C2C盈利模式
    - 三、土木建筑件电子商务C2C信用体系
    - 四、土木建筑件电子商务C2C物流特征
    - 五、重点C2C电商企业发展分析
  - 第四节土木建筑件电子商务O2O模式分析
    - 一、土木建筑件电子商务O2O市场概况
    - 二、土木建筑件电子商务O2O优势分析
    - 三、土木建筑件电子商务O2O营销模式
    - 四、土木建筑件电子商务O2O潜在风险
- 第七章土木建筑件主流网站平台比较及企业入驻选择
  - 第一节广东省土木建筑信息网
    - 一、网站发展基本概述
    - 二、网站用户特征分析
    - 三、网站覆盖人数分析

#### 四、网站访问次数分析

#### 五、网站发展策略分析

#### 第二节土木工程网

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第三节建筑网

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第四节CO土木在线

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第五节建易网

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

### 第八章土木建筑件企业进入互联网领域投资策略分析

#### 第一节土木建筑件企业电子商务市场投资要素

##### 一、企业自身发展阶段的认知分析

##### 二、企业开展电子商务目标的确定

##### 三、企业电子商务发展的认知确定

##### 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第二节土木建筑件企业转型电商物流投资分析

##### 一、土木建筑件企业电商自建物流分析

###### (一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、 土木建筑件企业电商外包物流分析

(一) 快递业务量完成情况

(二) 快递业务的收入情况

(三) 快递业竞争格局分析

第三节 土木建筑件企业电商市场策略分析

图表目录

图表1 中国网民规模和互联网普及率

图表2 中国手机网民规模及其占比例

图表3 中国网民性别结构

图表4 中国网民年龄结构

图表5 中国网民学历结构

图表6 中国网民职业结构

图表7 中国网民个人月收入结构

图表8 2014.12-2015.12 搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表9 2014.12-2015.12 网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表10 2014.12-2015.12 网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表11 2014.12-2015.12 团购/手机团购用户规模及使用率

图表12 2014.12-2015.12 网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表13 2014.12-2015.12 在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率

图表14 2014.12-2015.12 中国网民各类在线旅行预订服务使用率

图表15 2014.12-2015.12 互联网理财用户规模及使用率

图表16 2014.12-2015.12 即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表17 2014.12-2015.12 年微博客/手机微博客用户规模及使用率

图表18 2014.12-2015.12 网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率

图表19 2014.12-2015.12 网络文学/手机网络文学用户规模及使用率

图表20 2014.12-2015.12 网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表21 2016年一季度B2B市场份额分布

图表22 2016年Q1中国电子商务市场规模占比

图表23 2015年中国B2B行业分布占比

图表24 2015年中国B2B融资企业行业分布

(GYYS)

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。



详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/250695250695.html>