

2017-2022年中国夹层玻璃电商产业专项调查及十三五投资决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国夹层玻璃电商产业专项调查及十三五投资决策分析报告》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/259381259381.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《2017-2022年中国夹层玻璃电商产业专项调查及十三五投资决策分析报告》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。

报告目录：

第一章中国电子商务行业发展现状分析

第一节电子商务基本概况

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

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

第二节中国电子商务规模分析

一、电子商务交易规模分析

二、电子商务市场结构分析

（一）电子商务市场结构

（二）电子商务区域结构

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

第三节中国电子商务细分行业分析

一、B2B电子商务发展分析

（一）B2B市场规模分析

(二) B2B企业规模分析

(三) B2B市场营收分析

(四) B2B市场份额分析

(五) B2B用户规模分析

(六) B2B发展趋势分析

二、网络零售市场发展分析

(一) 网络零售交易规模

(二) 网络零售市场占比

(三) 网络零售企业规模

(四) 网络零售市场份额

(五) 网络零售用户规模

(六) 网络零售网店规模

(七) 移动电商市场规模

(八) 移动电商用户规模

(九) 海外代购市场规模

第二章互联网环境下夹层玻璃行业的机会与挑战

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) 分省网民规模分析

(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夹层玻璃行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的

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

第三节互联网夹层玻璃行业的改造与重构

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

第四节夹层玻璃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

第三章夹层玻璃行业市场规模与电商未来空间预测

第一节夹层玻璃行业发展现状分析

一、夹层玻璃行业产业政策分析

二、夹层玻璃行业发展现状分析

三、夹层玻璃行业市场规模分析

四、夹层玻璃行业经营效益分析

五、夹层玻璃行业竞争格局分析

六、夹层玻璃行业趋势预测分析

第二节夹层玻璃电商市场规模与渗透率

一、夹层玻璃电商总体开展情况

二、夹层玻璃电商交易规模分析

三、夹层玻璃电商渠道渗透率分析

第三节夹层玻璃电商行业盈利能力分析

一、夹层玻璃电子商务发展有利因素

二、夹层玻璃电子商务发展制约因素

三、夹层玻璃电商行业经营成本分析

四、夹层玻璃电商行业盈利模式分析

五、夹层玻璃电商行业盈利水平分析

第四节电商行业未来前景及趋势预测

一、夹层玻璃电商行业市场空间测算

二、夹层玻璃电商市场规模预测分析

三、夹层玻璃电商发展趋势预测分析

第四章夹层玻璃企业转型电子商务战略分析

第一节夹层玻璃企业转型电商优势分析

一、前期投入成本优势

二、供应链体系建设优势

三、渠道管控优势分析

四、零售运营经验优势

第二节夹层玻璃企业转型电商流程管理

- 一、网站运营流程管理
- 二、网络销售流程管理
- 三、产品发货流程管理
- 四、采购管理流程管理
- 五、订单销售流程管理
- 六、库房操作流程管理
- 七、订单配送流程管理

第三节夹层玻璃企业电子商务成本分析

- 一、夹层玻璃电商成本构成分析
- 二、夹层玻璃电商采购成本分析
- 三、夹层玻璃电商运营成本分析
- 四、夹层玻璃电商履约成本分析
- 五、夹层玻璃电商交易成本分析

第五章夹层玻璃企业转型电商体系构建及平台选择

第一节夹层玻璃企业转型电商构建分析

一、夹层玻璃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、夹层玻璃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) 网站规划

第二节夹层玻璃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

第三节夹层玻璃企业转型电商平台选择分析

- 一、夹层玻璃企业电商建设模式
- 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、夹层玻璃企业电商平台选择
- 第六章夹层玻璃行业电子商务运营模式分析
- 第一节夹层玻璃电子商务B2B模式分析
- 一、夹层玻璃电子商务B2B市场概况
 - 二、夹层玻璃电子商务B2B盈利模式
 - 三、夹层玻璃电子商务B2B运营模式
 - 四、夹层玻璃电子商务B2B的供应链
- 第二节夹层玻璃电子商务B2C模式分析
- 一、夹层玻璃电子商务B2C市场概况
 - 二、夹层玻璃电子商务B2C市场规模
 - 三、夹层玻璃电子商务B2C盈利模式
 - 四、夹层玻璃电子商务B2C物流模式
 - 五、夹层玻璃电商B2C物流模式选择
- 第三节夹层玻璃电子商务C2C模式分析
- 一、夹层玻璃电子商务C2C市场概况
 - 二、夹层玻璃电子商务C2C盈利模式
 - 三、夹层玻璃电子商务C2C信用体系
 - 四、夹层玻璃电子商务C2C物流特征
 - 五、C2C电商企业发展分析
- 第四节夹层玻璃电子商务O2O模式分析
- 一、夹层玻璃电子商务O2O市场概况
 - 二、夹层玻璃电子商务O2O优势分析
 - 三、夹层玻璃电子商务O2O营销模式
 - 四、夹层玻璃电子商务O2O潜在风险
- 第七章夹层玻璃行业电子商务营销推广模式分析
- 第一节 搜索引擎营销

一、搜索引擎营销现状分析

二、搜索引擎营销推广模式

三、搜索引擎营销收益分析

四、搜索引擎营销竞争分析

第二节论坛营销

一、论坛营销概述分析

二、论坛营销优势分析

三、论坛营销策略分析

第三节微博营销

一、微博营销概况分析

二、微博营销的优劣势

三、微博营销模式分析

四、微博营销竞争分析

第四节微信营销

一、微信营销概况分析

二、微信营销的优劣势

三、微信营销模式分析

四、微信营销竞争分析

第五节视频营销

一、视频营销概述分析

二、视频营销优势分析

三、视频营销策略分析

四、视频营销竞争分析

第六节问答营销

一、问答营销概述分析

二、问答营销运营模式

三、问答营销竞争分析

第七节权威百科营销

一、权威百科营销概况

二、权威百科营销优势

三、权威百科营销形式

第八节企业新闻营销

一、企业新闻营销概况

二、企业新闻营销方式

三、企业新闻营销策略

四、新闻营销竞争分析

图表目录：

图表：2014-2016年我国网民规模及互联网普及率

图表：2014-2016年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2014-2016年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2014-2016年我国网络零售市场交易规模

图表：2016-2020年我国移动网民规模及增长速度

图表：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表：移动端网购占比大幅提升

图表：传统夹层玻璃消费存在的“痛点”

图表：夹层玻璃电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：中国夹层玻璃B2C市场AMC模型

图表：2014-2016年中国夹层玻璃电商交易规模趋势图

图表：2014-2016年中国夹层玻璃电商市场渗透率趋势图

图表：2017-2022年中国夹层玻璃电商交易规模预测趋势图

图表：2017-2022年中国夹层玻璃电商市场渗透率预测趋势图
(GYZT)

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/259381259381.html>