

2024-2029年互联网+婚纱摄影市场运营模式研究咨询报告

报告简介

目前婚纱摄影领域的营销成本居高不下。从营销渠道来看，比较主流的其实比较有限，因为大家都重视网络营销，而且客单价又高。很多婚纱摄影店每年付给百度的费用就超过数百万、数千万。比如北京一家比较有名的店，一年给百度的费用达到500万;另外一家在全国开连锁的店，给百度的年度费用则达到了3000多万。应该说，在PC互联网时代，百度的影响力还是很强势的，只是这种强势，在移动互联网爆发后，在更多营销方式，如微营销出现后，已经在慢慢衰减。

婚纱摄影O2O市场走向，按模式来分，百度、大众点评算是一派，淘宝、114算是另外一派。因为广告模式发展更早、更广泛，所以在营收上前一类也更大一些;但从成长性和效果上看，肯定后者更有生命力。百度之外，淘宝也在做婚纱，已经有一些比较有名气的连锁在天猫开店。目前看在淘宝开店成本还可以。6万块钱的技术使用费，再扣5%的交易佣金。如果交易额达到60万，那6万技术使用费还会返还给你，这相当于省掉技术使用费。目前，这个业务在淘宝系内，利润率太低，基本引不起重视。

严格说，O2O应该是线上和线下并重，尤其是交易环节如果能前置到线上，说明这个O2O的特色越鲜明。总体而言，目前国内纯婚纱摄影不景气的情况下，有的大店开始发力转型做海外市场，跟旅游结合在一起搞。这种做法既有实现了产品差异化，又抬高了竞争门槛，效果可能还不错。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+婚纱摄影行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+婚纱摄影行业发展状况和特点，以及中国互联网+婚纱摄影行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球##行业发展态势作了详细分析，并对互联网+婚纱摄影行业进行了趋向研判，是互联网+婚纱摄影生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+婚纱摄影行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

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

1、交易规模

2、从业人员

3、B2B电子商务交易规模

4、B2B电子商务市场营收

5、跨境电商交易规模

7、跨境电商模式结构

8、网络零售交易规模

9、网络零售占社会消费品零售总额比例

10、网络零售用户规模

11、移动网购交易规模

12、网购快递营收

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 互联网环境下婚纱摄影行业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、交流沟通现状分析

4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下婚纱摄影行业的机会与挑战

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 互联网婚纱摄影行业的改造与重构

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、大数据成为婚纱摄影行业市场营销的利器

第四节 婚纱摄影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、互联网有助于精确婚纱摄影行业市场定位

四、电商黄金发展期机遇分析

五、大数据创新婚纱摄影行业需求开发

第二部分 行业深度分析

第三章 婚纱摄影行业发展现状分析

第一节 婚纱摄影行业发展环境分析

一、国际宏观经济分析

二、国内环境分析

第二节 婚纱摄影行业发展现状分析

一、婚纱摄影行业产业政策分析

二、婚纱摄影行业发展现状分析

1、婚纱摄影行业概况

2、婚纱摄影行业市场现状

3、婚纱摄影行业竞争格局分析

4、婚纱摄影行业存在的问题

三、婚纱摄影行业主要企业分析

四、婚纱摄影行业市场规模分析

第二节 婚纱摄影行业市场前景分析

一、婚纱摄影行业发展机遇分析

二、婚纱摄影行业市场规模预测

三、婚纱摄影行业发展前景分析

第四章 婚纱摄影行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 婚纱摄影电商市场规模与渗透率

一、婚纱摄影电商总体开展情况

二、婚纱摄影电商交易规模分析

三、婚纱摄影电商渠道渗透率分析

第二节 婚纱摄影电商行业盈利能力分析

一、婚纱摄影电子商务发展有利因素

二、婚纱摄影电子商务发展制约因素

三、婚纱摄影电商行业经营成本分析

四、婚纱摄影电商行业盈利模式分析

五、婚纱摄影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、婚纱摄影电商行业市场空间测算

二、婚纱摄影电商市场规模预测分析

三、婚纱摄影电商发展趋势预测分析

第五章 婚纱摄影企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 婚纱摄影企业转型电商构建分析

一、婚纱摄影电子商务关键环节分析

1、产品采购与组织

2、电商网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、服务及物流配送体系

5、网站增值服务

二、婚纱摄影企业电子商务网站构建

1、商务分析阶段

2、设计阶段

3、建设变革阶段

4、整合运行阶段

第二节 婚纱摄影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 婚纱摄影企业转型电商平台选择分析

一、婚纱摄影企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

1、自建商城概况分析

2、自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

1、电商平台的优劣势

2、电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

五、婚纱摄影企业电商平台选择策略

第六章 婚纱摄影行业电子商务运营模式分析

第一节 婚纱摄影电子商务B2B模式分析

一、婚纱摄影电子商务B2B市场概况

二、婚纱摄影电子商务B2B盈利模式

三、婚纱摄影电子商务B2B运营模式

四、婚纱摄影电子商务B2B的供应链

第二节 婚纱摄影电子商务B2C模式分析

一、婚纱摄影电子商务B2C市场概况

二、婚纱摄影电子商务B2C市场规模

三、婚纱摄影电子商务B2C盈利模式

四、婚纱摄影电子商务B2C物流模式

五、婚纱摄影电商B2C物流模式选择

第三节 婚纱摄影电子商务C2C模式分析

一、婚纱摄影电子商务C2C市场概况

二、婚纱摄影电子商务C2C盈利模式

三、婚纱摄影电子商务C2C信用体系

四、婚纱摄影电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 婚纱摄影电子商务O2O模式分析

一、婚纱摄影电子商务O2O市场概况

二、婚纱摄影电子商务O2O优势分析

三、婚纱摄影电子商务O2O营销模式

四、婚纱摄影电子商务O2O潜在风险

第七章 婚纱摄影主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 百度商城

一、百度商城发展基本概述

二、百度商城用户特征分析

三、百度商城网购优势分析

四、百度商城交易规模分析

五、百度商城平均消费金额分析

六、百度商城企业入驻情况

第二节 京东商城

一、京东商城发展基本概述

- 二、京东商城用户特征分析
- 三、京东商城网购优势分析
- 四、京东商城交易规模分析
- 五、京东商城平均消费金额分析
- 六、京东商城企业入驻情况

第三节 1号店

- 一、1号店发展基本概述
- 二、1号店用户特征分析
- 三、1号店网购优势分析
- 四、1号店交易规模分析
- 五、1号店平均消费金额分析
- 六、1号店企业入驻情况

第四节 大众点评

- 一、亚马逊发展基本概述
- 二、亚马逊用户特征分析
- 三、亚马逊网购优势分析
- 四、亚马逊交易规模分析
- 五、亚马逊平均消费金额分析

第五节 淘宝网

- 一、淘宝网发展基本概述
- 二、淘宝网用户特征分析
- 三、淘宝网网购优势分析
- 四、淘宝网交易规模分析
- 五、淘宝网平均消费金额分析

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

第三部分 投资策略分析

第八章 婚纱摄影企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 婚纱摄影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 婚纱摄影企业转型电商物流投资分析

一、婚纱摄影企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响

二、婚纱摄影企业电商外包物流分析

1、快递业务量完成情况

2、快递业务的收入情况

3、快递业竞争格局分析

第三节 婚纱摄影企业电商市场策略分析

图表目录

图表：2019-2023年我国网民规模及互联网普及率

图表：2019-2023年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2019-2023年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2019-2023年我国网络零售市场交易规模

图表：2019-2023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：传统婚纱摄影消费存在的“痛点”

图表：婚纱摄影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：2024-2029年婚纱摄影电商交易规模趋势图

图表：2024-2029年婚纱摄影电商市场渗透率趋势图

图表：2024-2029年婚纱摄影电商交易规模预测趋势图

图表：2024-2029年婚纱摄影电商市场渗透率预测趋势图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22326.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)