

2024-2029年中国互联网+运营商电子渠道服务行业分析与投资风险预测报告

报告简介

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国互联网+运营商电子渠道服务行业市场进行了分析研究。报告在总结中国互联网+运营商电子渠道服务行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国互联网+运营商电子渠道服务行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为互联网+运营商电子渠道服务行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 行业现状分析 1

第一节 电子商务发展分析 1

一、电子商务基本定义 1

二、电子商务发展阶段 3

三、电子商务基本特征 6

四、电子商务支撑环境 7

五、电子商务基本模式 9

六、电子商务规模分析 12

第二节 “互联网+” 的相关概述 14

一、“互联网+” 的提出 14

二、“互联网+” 的内涵 15

三、“互联网+” 的发展 15

四、“互联网+” 的评价 16

五、“互联网+” 的趋势 18

第二章 互联网环境下运营商电子渠道服务行业的机会与挑战 19

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析 19

一、网民基本情况分析 19

1、总体网民规模分析 19

2、分省网民规模分析 20

3、手机网民规模分析 21

4、网民属性结构分析 22

二、网民互联网应用状况 26

1、信息获取情况分析 26

2、商务交易发展情况 29

3、交流沟通现状分析 34

4、网络娱乐应用分析 36

第二节 互联网环境下运营商电子渠道服务行业的机会与挑战 42

一、互联网时代行业大环境的变化 42

二、互联网直击传统行业消费痛点 44

三、互联网助力企业开拓市场 45

四、电商成为传统企业突破口 46

第三节 互联网运营商电子渠道服务行业的改造与重构 46

一、互联网重构行业的供应链格局 46

二、互联网改变生产厂商营销模式 47

三、互联网导致行业利益重新分配 49

四、互联网改变行业未来竞争格局 49

第四节 运营商电子渠道服务与互联网融合创新机会孕育 51

一、电商政策变化趋势分析 51

二、电子商务消费环境趋势分析 52

三、互联网技术对行业支撑作用 53

四、电商黄金发展期机遇分析 55

第二部分 产业背景分析

第三章 运营商电子渠道服务行业发展现状分析 59

第一节 运营商电子渠道服务行业发展环境分析 59

一、国际宏观经济分析 59

二、国内宏观经济环境分析 64

三、国内社会环境分析 67

1、人口环境分析 67

2、教育环境分析 68

3、文化环境分析 71

4、中国城镇化率 72

第二节 运营商电子渠道服务行业发展现状分析 72

一、运营商电子渠道服务行业产业政策分析 72

二、运营商电子渠道服务行业发展现状分析 76

三、运营商电子渠道服务行业主要企业分析 77

四、运营商电子渠道服务行业市场规模分析 79

第三节 运营商电子渠道服务行业市场前景分析 80

一、运营商电子渠道服务行业发展机遇分析 80

二、运营商电子渠道服务行业市场规模预测 82

三、运营商电子渠道服务行业发展前景分析 82

第三部分 产业深入分析

第四章 运营商电子渠道服务行业市场规模与电商未来空间预测 84

第一节 运营商电子渠道服务电商市场规模与渗透率 84

- 一、运营商电子渠道服务电商总体开展情况 84
- 二、运营商电子渠道服务电商交易规模分析 87
- 三、运营商电子渠道服务电商渠道渗透率分析 88
- 第二节 运营商电子渠道服务电商行业盈利能力分析 89
- 一、运营商电子渠道服务电子商务发展有利因素 89
- 二、运营商电子渠道服务电子商务发展制约因素 90
- 三、运营商电子渠道服务电商行业经营成本分析 91
- 四、运营商电子渠道服务电商行业盈利模式分析 92
- 五、运营商电子渠道服务电商行业盈利水平分析 94
- 第三节 运营商电子渠道服务电商行业未来前景及趋势预测 97
- 一、运营商电子渠道服务电商行业市场空间测算 97
- 二、运营商电子渠道服务电商市场规模预测分析 103
- 三、运营商电子渠道服务电商发展趋势预测分析 103
- 第五章 运营商电子渠道服务企业互联网战略体系构建及平台选择 106
- 第一节 运营商电子渠道服务企业转型电商构建分析 106
- 一、运营商电子渠道服务电子商务关键环节分析 106
- 1、产品采购与组织 106
- 2、电商网站建设 106
- 3、网站品牌建设及营销 107
- 4、服务及物流配送体系 107
- 5、网站增值服务 109
- 二、运营商电子渠道服务企业电子商务网站构建 109
- 1、网站域名申请 109
- 2、网站运行模式 110

- 3、网站开发规划 114
- 4、网站需求规划 119
- 第二节 运营商电子渠道服务企业转型电商发展途径 119
 - 一、电商B2B发展模式 119
 - 二、电商B2C发展模式 120
 - 三、电商C2C发展模式 122
 - 四、电商O2O发展模式 124
- 第三节 运营商电子渠道服务企业转型电商平台选择分析 126
 - 一、运营商电子渠道服务企业电商建设模式 126
 - 二、自建商城网店平台 129
 - 1、自建商城概况分析 129
 - 2、自建商城优势分析 130
 - 三、借助第三方网购平台 131
 - 1、电商平台的优劣势 131
 - 2、电商平台盈利模式 135
 - 四、电商服务外包模式分析 138
 - 1、电商服务外包的优势 138
 - 2、电商服务外包可行性 139
 - 3、电商服务外包前景 139
 - 五、运营商电子渠道服务企业电商平台选择策略 140
- 第六章 运营商电子渠道服务行业电子商务运营模式分析 141
 - 第一节 运营商电子渠道服务电子商务B2B模式分析 141
 - 一、运营商电子渠道服务电子商务B2B市场概况 141
 - 二、运营商电子渠道服务电子商务B2B盈利模式 141

三、运营商电子渠道服务电子商务B2B运营模式	142
四、运营商电子渠道服务电子商务B2B的供应链	143
第二节 运营商电子渠道服务电子商务B2C模式分析	145
一、运营商电子渠道服务电子商务B2C市场概况	145
二、运营商电子渠道服务电子商务B2C市场规模	147
三、运营商电子渠道服务电子商务B2C盈利模式	147
四、运营商电子渠道服务电子商务B2C物流模式	148
五、运营商电子渠道服务电商B2C物流模式选择	149
第三节 运营商电子渠道服务电子商务C2C模式分析	150
一、运营商电子渠道服务电子商务C2C市场概况	150
二、运营商电子渠道服务电子商务C2C盈利模式	150
三、运营商电子渠道服务电子商务C2C信用体系	152
四、运营商电子渠道服务电子商务C2C物流特征	156
五、重点C2C电商企业发展分析	158
第四节 运营商电子渠道服务电子商务O2O模式分析	160
一、运营商电子渠道服务电子商务O2O市场概况	160
二、运营商电子渠道服务电子商务O2O优势分析	160
三、运营商电子渠道服务电子商务O2O营销模式	161
四、运营商电子渠道服务电子商务O2O潜在风险	162
第四部分 投资策略分析	
第七章 运营商电子渠道服务主流网站平台比较及企业入驻选择	164
第一节 淘宝	164
一、网站发展基本概述	164
二、网站用户特征分析	164

三、网站覆盖人数分析	172
四、网站访问次数分析	172
五、网站发展策略分析	172
第二节 京东	173
一、网站发展基本概述	173
二、网站用户特征分析	174
三、网站覆盖人数分析	176
四、网站访问次数分析	176
五、网站发展策略分析	176
第三节 联通网上营业厅	178
一、网站发展基本概述	178
二、网站用户特征分析	179
三、网站覆盖人数分析	181
四、网站访问次数分析	182
五、网站发展策略分析	182
第四节 移动网上营业厅	189
一、网站发展基本概述	189
二、网站用户特征分析	189
三、网站覆盖人数分析	191
四、网站访问次数分析	192
五、网站发展策略分析	192
第五节 电信网上营业厅	194
一、网站发展基本概述	194
二、网站用户特征分析	196

- 三、网站覆盖人数分析 198
- 四、网站访问次数分析 199
- 五、网站发展策略分析 199
- 第八章 运营商电子渠道服务企业进入互联网领域投资策略分析 200
 - 第一节 运营商电子渠道服务企业电子商务市场投资要素 200
 - 一、企业自身发展阶段的认知分析 200
 - 二、企业开展电子商务目标的确定 201
 - 三、企业电子商务发展的认知确定 201
 - 四、企业转型电子商务的困境分析 202
 - 第二节 运营商电子渠道服务企业转型电商物流投资分析 205
 - 一、运营商电子渠道服务企业电商自建物流分析 205
 - 1、电商自建物流的优势分析 205
 - 2、电商自建物流的负面影响 207
 - 二、运营商电子渠道服务企业电商外包物流分析 208
 - 1、快递业务量完成情况 208
 - 2、快递业务的收入情况 208
 - 3、快递业竞争格局分析. 209
 - 第三节 运营商电子渠道服务企业电商市场策略分析 210

图表目录

- 图表：2019-2023年中国电子商务市场规模及增长分析 14
- 图表：2019-2023年6月中国网民规模和互联网普及率趋势 19
- 图表：2019-2023年中国内地分省网民规模及互联网普及率 20
- 图表：2019-2023年6月中国手机网民规模及其占网民比例 21
- 图表：2019-2023年中国网民城乡结构 22

- 图表：2019-2023年中国网民性别结构 23
- 图表：2019-2023年中国网民年龄结构 24
- 图表：2019-2023年中国网民学历结构 24
- 图表：2019-2023年中国网民职业结构 25
- 图表：2019-2023年中国网民个人月收入结构 26
- 图表：2019-2023年搜索用户规模及使用率 27
- 图表：2019-2023年网络新闻用户规模及使用率 28
- 图表：2019-2023年网络购物用户规模及使用率 30
- 图表：2019-2023年团购用户规模及使用率 31
- 图表：2019-2023年在线旅行预定用户规模及使用率 33
- 图表：2019-2023年即时通信用户规模及使用率 34
- 图表：2019-2023年典型社交应用使用率 36
- 图表：2019-2023年网络游戏用户规模及使用率 37
- 图表：2019-2023年网络文学用户规模及使用率 38
- 图表：2019-2023年网络视频用户规模及使用率 40
- 图表：2019-2023年网络音乐用户规模及使用率 41
- 图表：2019-2023年中国互联网基础资源对比情况 53
- 图表：2019-2023年中国IPV6地址数量 54
- 图表：2019-2023年中国网站数量变化情况 54
- 图表：2019-2023年中国IPV4地址资源变化情况 55
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 68
- 图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 68
- 图表：2019-2023年研究与实验发展经费支出 69
- 图表：2019-2023年专利申请受理、授权和有效专利情况 70

- 图表：2019-2023年卫生技术人员人数 71
- 图表：2019-2023年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率 79
- 图表：2019-2023年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率预测 82
- 图表：电子渠道发展的5个层次 87
- 图表：2019-2023年中国运营商电子渠道服务行业交易规模及增长率 88
- 图表：2019-2023年中国运营电子渠道服务电商渠道渗透率 89
- 图表：增强CRM系统产品管理功能 98
- 图表：CPC适配示意图 100
- 图表：可供选择的营销模式 101
- 图表：转型方向及电子渠道营销方式 102
- 图表：2024-2029年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率预测 103
- 图表：中国联通O2O模式流程图 126
- 图表：联通电子渠道系统架构 127
- 图表：2019-2023年运营商电子渠道服务电子商务B2C市场规模 147
- 图表：淘宝用户手机上网的主要时段 165
- 图表：淘宝用户平板电脑上网的主要时段 166
- 图表：淘宝用户手机上网的主要场所 167
- 图表：淘宝用户平板电脑上网的主要场所 167
- 图表：淘宝用户不同性别用户使用移动设备上淘宝的比例 169
- 图表：淘宝用户不同年龄端的用户最常用哪种设备上淘宝 170
- 图表：淘宝用户不同移动设备的星级分布 171
- 图表：淘宝用户使用移动设备上淘宝的主要场景 171
- 图表：2019-2023年淘宝网注册账号数量 172
- 图表：京东用户各客户端订单时段占比分布 175

- 图表：2019-2023年京东活跃用户 176
- 图表：联通网上营业厅用户区域分布一览 179
- 图表：联通网上营业厅用户性别对比一览 180
- 图表：2019-2023年联通网上营业厅月度使用用户数量 181
- 图表：2019-2023年联通网上营业厅月度访问量 182
- 图表：移动网上营业厅用户属性 190
- 图表：2019-2023年移动网上营业厅月度使用用户数量 191
- 图表：2019-2023年移动网上营业厅月度访问量 192
- 图表：电信网上营业厅用户性别比例 196
- 图表：电信网上营业厅用户年龄占比 197
- 图表：电信网上营业厅用户收入占比 197
- 图表：2019-2023年电信网上营业厅月度使用用户数量 198
- 图表：2019-2023年电信网上营业厅月度访问量 199
- 图表：2019-2023年中国快递业务完成情况 208
- 图表：2019-2023年中国快递业务完成收入分析 209

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/20170302/51689.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)