2024-2029年中国互联网+灯具行业投资潜力研究咨询报告

报告简介

电子商务是指以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动。也可理解为在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(VAN，ValueAdded Network)上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化。

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、国家海关总署、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+灯具市场进行了分析研究。报告在总结中国互联网+灯具发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国互联网+灯具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+灯具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 行业运行现状

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 互联网环境下灯具行业的机会与挑战 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 23

(1)信息获取情况分析 23

(2)商务交易发展情况 24

(3)交流沟通现状分析 25

(4)网络娱乐应用分析 26

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 28

一、互联网时代行业大环境的变化 28

二、互联网直击传统行业消费痛点 31

三、互联网助力企业开拓市场 31

四、电商成为传统企业突破口 32

第三节 互联网运营商电子渠道服务行业的改造与重构 33

一、互联网重构行业的供应链格局 33

二、互联网改变生产厂商营销模式 34

三、互联网导致行业利益重新分配 35

四、互联网改变行业未来竞争格局 36

第四节 运营商电子渠道服务与互联网融合创新机会孕育 37

一、电商政策变化趋势分析 37

二、电子商务消费环境趋势分析 38

三、互联网技术对行业支撑作用 39

四、电商黄金发展期机遇分析 40

第三章 灯具行业发展现状分析 43

第一节 灯具行业发展现状分析 43

一、灯具行业产业政策分析 43

二、灯具行业发展现状分析 44

三、灯具行业主要企业分析 45

四、灯具行业市场规模分析 46

第二节 灯具行业市场前景分析 47

一、灯具行业发展机遇分析 47

二、灯具行业市场规模预测 48

三、灯具行业发展前景分析 49

第二部分 行业深度分析

第四章 灯具行业市场规模与电商未来空间预测 51

第一节 灯具电商市场规模与渗透率 51

一、灯具电商总体开展情况 51

二、灯具电商交易规模分析 52

三、灯具电商渠道渗透率分析 52

第二节 灯具电商行业盈利能力分析 52

一、灯具电子商务发展有利因素 52

二、灯具电子商务发展制约因素 56

三、灯具电商行业经营成本分析 56

四、灯具电商行业盈利模式分析 57

五、灯具电商行业盈利水平分析 58

第三节 电商行业未来前景及趋势预测 61

一、灯具电商行业市场空间测算 61

二、灯具电商市场规模预测分析 61

三、灯具电商发展趋势预测分析 62

第五章 灯具企业互联网战略体系构建及平台选择 64

第一节 灯具企业转型电商构建分析 64

一、灯具电子商务关键环节分析 64

1、产品采购与组织 64

2、电商网站建设 64

3、网站品牌建设及营销 65

4、服务及物流配送体系 65

5、网站增值服务 67

二、灯具企业电子商务网站构建 67

1、网站域名申请 67

2、网站运行模式 68

3、网站开发规划 72

4、网站需求规划 77

第二节 灯具企业转型电商发展途径 77

1、电商B2B发展模式 77

2、电商B2C发展模式 78

3、电商C2C发展模式 80

4、电商O2O发展模式 82

第三节 灯具企业转型电商平台选择分析 83

一、灯具企业电商建设模式 83

二、自建商城网店平台 84

1、自建商城概况分析 84

2、自建商城优势分析 84

三、借助第三方网购平台 85

1、电商平台的优劣势 85

2、电商平台盈利模式 90

四、电商服务外包模式分析 92

1、电商服务外包的优势 92

2、电商服务外包可行性 93

3、电商服务外包前景 93

五、灯具企业电商平台选择策略 94

第六章 灯具行业电子商务运营模式分析 96

第一节 灯具电子商务B2B模式分析 96

一、灯具电子商务B2B市场概况 96

二、灯具电子商务B2B盈利模式 96

三、灯具电子商务B2B运营模式 97

四、灯具电子商务B2B的供应链 98

第二节 灯具电子商务B2C模式分析 99

一、灯具电子商务B2C市场概况 99

二、灯具电子商务B2C市场规模 100

三、灯具电子商务B2C盈利模式 100

四、灯具电子商务B2C物流模式 101

五、灯具电商B2C物流模式选择 102

第三节 灯具电子商务C2C模式分析 103

一、灯具电子商务C2C市场概况 103

二、灯具电子商务C2C盈利模式 103

三、灯具电子商务C2C信用体系 105

四、灯具电子商务C2C物流特征 110

五、重点C2C电商企业发展分析 111

第四节 灯具电子商务O2O模式分析 113

一、灯具电子商务O2O市场概况 113

二、灯具电子商务O2O优势分析 113

三、灯具电子商务O2O营销模式 114

四、灯具电子商务O2O潜在风险 114

第七章 灯具主流网站平台比较及企业入驻选择 116

第一节 淘宝网 116

一、网站发展基本概述 116

二、网站用户特征分析 116

三、网站覆盖人数分析 124

四、网站访问次数分析 124

五、网站发展策略分析 124

第二节 京东 125

一、网站发展基本概述 125

二、网站用户特征分析 126

三、网站覆盖人数分析 128

四、网站访问次数分析 128

五、网站发展策略分析 128

第三节 亚马逊 130

一、网站发展基本概述 130

二、网站用户特征分析 131

三、网站覆盖人数分析 131

四、网站访问次数分析 132

五、网站发展策略分析 132

第四节 当当网 133

一、网站发展基本概述 133

二、网站用户特征分析 134

三、网站覆盖人数分析 134

四、网站访问次数分析 135

五、网站发展策略分析 135

第五节 苏宁易购 138

一、网站发展基本概述 138

二、网站用户特征分析 138

三、网站覆盖人数分析 138

四、网站访问次数分析 139

五、网站发展策略分析 139

第三部分 行业投资分析

第八章 灯具企业进入互联网领域投资策略分析 140

第一节 灯具企业电子商务市场投资要素 140

一、企业自身发展阶段的认知分析 140

二、企业开展电子商务目标的确定 141

三、企业电子商务发展的认知确定 141

四、企业转型电子商务的困境分析 142

第二节 灯具企业转型电商物流投资分析 145

一、灯具企业电商自建物流分析 145

1、电商自建物流的优势分析 145

2、电商自建物流的负面影响 147

二、灯具企业电商外包物流分析 147

1、快递业务量完成情况 147

2、快递业务的收入情况 148

3、快递业竞争格局分析. 149

第三节 灯具企业电商市场策略分析 150

第九章 研究结论及投资建议 154

第一节 灯具行业研究结论 154

第二节 灯具行业投资价值评估 154

第三节 灯具行业投资建议 155

一、行业发展策略建议 155

二、行业投资方向建议 157

三、行业投资方式建议 157

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年中国网民规模和互联网普及率 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年中国网民性别结构 22

图表：2019-2023年中国网民年龄结构 23

图表：2019-2023年中国搜索用户规模及使用率 23

图表：2019-2023年中国网络购物用户规模及使用率 24

图表：2019-2023年中国即时通信用户规模及使用率 26

图表：2019-2023年中国网民各类互联网应用的使用率 27

图表：2019-2023年中国网民各类手机互联网应用使用率 28

图表：2019-2023年中国互联网基础资源对比 39

图表：灯具行业相关政策规划 43

图表：灯具行业现有企业的竞争分析 46

图表：2017-2106年中国灯具行业市场规模及增长趋势 47

图表：2019-2023年中国灯具电商交易规模及增长趋势 52

图表：2024-2029年中国灯具电商交易及增长趋势 61

图表：淘宝用户手机上网的主要时段 117

图表：淘宝用户平板电脑上网的主要时段 118

图表：淘宝用户手机上网的主要场所 119

图表：淘宝用户平板电脑上网的主要场所 119

图表：淘宝用户不同性别用户使用移动设备上淘宝的比例 121

图表：淘宝用户不同年龄端的用户最常用哪种设备上淘宝 122

图表：淘宝用户不同移动设备的星级分布 123

图表：淘宝用户使用移动设备上淘宝的主要场景 123

图表：2019-2023年淘宝网注册账号数量 124

图表：京东用户各客户端订单时段占比分布 127

图表：2019-2023年京东活跃用户 128

图表：2019-2023年当当网活跃用户及增长趋势 135

图表：2019-2023年苏宁易购活跃用户及增长趋势 138

图表：2019-2023年中国快递业务完成情况 148

图表：2019-2023年中国快递业务完成收入分析 149

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170503/69707.shtml

在线订购：点击这里