

# 2018-2024年中国互联网对 竹椅市场深度研究与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国互联网对竹椅市场深度研究与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucui/M93271CLWW.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

截至2016年12月，我国网民规模达7.31亿，全年共计新增网民4299万人。互联网普及率为53.2%，较2015年底提升2.9个百分点。中国网民规模已经相当于欧洲人口总量。

截至2016年12月，我国手机网民规模达6.95亿，较2015年底增加7550万人。网民中使用手机上网人群的占比由2015年的90.1%提升至95.1%，提升5个百分点，网民手机上网比例在高基数基础上进一步攀升。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国互联网对竹椅市场深度研究与市场全景评估报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：第一章 互联网环境下竹椅行业的机会与挑战1.1 2012-2017年互联网发展概况1.1.1 2012-2017年互联网普及应用增长分析1.1.2 2012-2017年网络购物市场发展情况分析1.1.3 2012-2017年移动互联网发展情况分析1.2 互联网环境下竹椅行业的机会与挑战1.2.1 互联网时代竹椅行业大环境如何变化1.2.2 互联网给竹椅行业带来的突破机遇分析（1）互联网如何直击传统竹椅消费痛点（2）互联网如何助力竹椅企业开拓市场（3）电商如何成为传统竹椅企业的突破口1.2.3 竹椅电商需要解决的难题和挑战分析（1）线上与线下博弈问题分析（2）物流与客户体验问题分析（3）引流与流量转化率问题分析（4）竹椅企业生产方式变革问题分析1.3 互联网对竹椅行业的改造与重构1.3.1 互联网如何重构竹椅行业供应链格局1.3.2 互联网改变竹椅生产厂商的营销模式分析1.3.3 互联网导致竹椅领域利益重新分配分析1.3.4 互联网如何改变竹椅行业未来竞争格局1.4 竹椅与互联网融合创新机会孕育1.4.1 竹椅电商政策变化趋势分析1.4.2 电子商务消费环境趋势分析1.4.3 互联网技术对行业支撑作用分析1.4.4 竹椅电商黄金发展期机遇分析 第二章 竹椅电商行业未来前景与市场空间预测2.1 竹椅电商发展现状分析2.1.1 竹椅电商总体开展情况2.1.2 竹椅电商交易规模分析2.1.3 与国外竹椅电商渗透率比较2.1.4 竹椅电商占网络零售比重2.1.5 竹椅电商交易品类格局2.1.6 双11竹椅电商业绩2.2 竹椅电商行业市场格局分析2.2.1 竹椅电商行业参与者结构2.2.2 竹椅电商行业竞争者类型2.2.3 竹椅电商行业市场占有率2.3 竹椅电商行业盈利能力分析2.3.1 竹椅电商企业总体营收情况2.3.2 竹椅电商行业经营

成本分析2.3.3 竹椅电商行业盈利模式分析2.3.4 竹椅电商行业盈利水平分析2.3.5 竹椅电子商务盈利制约因素2.4 竹椅电商行业未来前景及趋势预测2.4.1 竹椅电商行业市场空间测算2.4.2 2018-2024年竹椅电商规模预测2.4.3 2018-2024年竹椅电商趋势预测 第三章 竹椅企业切入电商战略规划及模式选择3.1 竹椅企业电商发展战略规划3.1.1 竹椅企业电商如何正确定位3.1.2 竹椅电商核心业务确定策略3.1.3 竹椅企业电商化组织变革策略（1）竹椅电商组织结构变革策略分析（2）竹椅电商业务流程重构策略分析3.2 垂直平台类竹椅电商运营模式解析3.2.1 垂直平台类电商业务系统结构分析3.2.2 垂直平台类竹椅电商盈利模式分析3.2.3 垂直平台类竹椅电商运营成本分析3.2.4 垂直平台类竹椅电商盈利空间分析3.2.5 垂直平台类竹椅电商经营风险分析3.2.6 垂直平台类竹椅电商优劣势分析3.2.7 垂直平台类竹椅电商关键资源能力分析3.3 垂直自营类竹椅电商运营模式解析3.3.1 垂直自营类电商业务系统结构分析3.3.2 垂直自营类竹椅电商盈利模式分析3.3.3 垂直自营类竹椅电商运营成本分析3.3.4 垂直自营类竹椅电商盈利空间分析3.3.5 垂直自营类竹椅电商经营风险分析3.3.6 垂直自营类竹椅电商优劣势分析分析3.3.7 垂直自营类竹椅电商关键资源能力分析3.4 平台+自营类竹椅电商运营模式解析3.4.1 平台+自营类竹椅电商优势分析3.4.2 垂直自营电商平台化可行性分析3.4.3 垂直自营电商平台化成功案例解析3.4.4 垂直自营电商平台化经营风险预估3.4.5 垂直自营电商平台化的关键资源能力分析3.4.6 垂直自营电商平台化的切入策略3.5 竹椅企业利用第三方平台模式解析3.5.1 竹椅企业利用第三方平台的优劣势分析3.5.2 竹椅企业利用第三方平台运营成本分析3.5.3 竹椅企业利用第三方平台盈利空间分析3.5.4 竹椅企业利用第三方平台经营风险分析3.5.5 竹椅企业第三方电商平台选择依据分析3.5.6 竹椅企业利用第三方平台运营策略 第四章 竹椅电商O2O战略布局及实施与运营4.1 竹椅O2O面临的机遇与挑战4.1.1 O2O为什么是竹椅电商最佳模式4.1.2 O2O主流思路及实施关键如何（1）O2O模式主流思路解析（2）O2O模式实施关键分析4.1.3 竹椅电商O2O面临的机遇分析4.1.4 竹椅电商O2O面临的挑战分析4.2 竹椅电商O2O典型模式剖析4.2.1 竹椅电商O2O典型模式（一）（1）企业O2O模式逻辑（2）企业O2O实施与运营（3）企业O2O运营效果4.2.2 竹椅电商O2O典型模式（二）（1）企业O2O模式逻辑（2）企业O2O实施与运营（3）企业O2O运营效果4.2.3 竹椅电商O2O典型模式（三）（1）企业O2O模式逻辑（2）企业O2O实施与运营（3）企业O2O运营效果4.2.4 竹椅电商O2O典型模式（四）（1）企业O2O模式逻辑（2）企业O2O实施与运营（3）企业O2O运营效果4.3 竹椅企业O2O设计与运营分析4.3.1 竹椅企业O2O的产品设计分析4.3.2 竹椅企业O2O的运营支撑体系分析4.3.3 竹椅企业O2O的社会化营销策略4.3.4 竹椅企业O2O的消费体验分析4.3.5 竹椅企业O2O的数据化运营情况分析4.4 竹椅企业O2O布局战略规划4.4.1 竹椅企业构建O2O闭环的核心分析4.4.2 竹椅企业布局O2O需如何变革4.4.3 竹椅企业O2O战略规划及实施要点4.4.4 竹椅企业O2O执行中需注意的问题4.4.5 竹椅企业O2O的准入门槛及挑战分析 第五章 竹椅电商核心竞争力体系构建策略5.1 竹椅电商营销推

广及引流策略5.1.1 竹椅电商引流成本分析5.1.2 竹椅电商流量转化率水平5.1.3 竹椅电商引流渠道及策略（1）搜索引擎引流成效及策略（2）社交平台引流成效及策略（3）论坛推广引流成效及策略（4）电子邮件引流成效及策略（5）团购网站引流成效及策略（6）广告联盟引流成效及策略5.1.4 竹椅电商提高转化率的策略5.1.5 竹椅电商引流优秀案例借鉴5.2 竹椅电商物流配送模式选择5.2.1 竹椅电商物流配送成本分析5.2.2 竹椅电商物流配送能力要求如何5.2.3 竹椅电商物流配送模式如何选择（1）竹椅电商物流模式类型及比较（2）竹椅电商如何选择物流模式（3）竹椅电商自建仓储物流成本分析（4）如何实现门店送货与第三方物流结合5.2.4 竹椅电商物流配送优秀案例5.2.5 竹椅电商物流如何管理改善空间5.3 竹椅电商如何打造极致客户体验5.3.1 竹椅电商客户体验存在的问题5.3.2 竹椅电商如何打造极致客户策略 第六章 竹椅行业电商运营优秀案例深度研究6.1 案例企业（一）6.1.1 企业发展简介6.1.2 企业业务板块与模式6.1.3 企业O2O战略模式解析6.1.4 企业营销推广策略6.1.5 企业供应链管理分析6.1.6 企业客户体验策略6.1.7 企业物流配送模式6.1.8 企业电商经营成效分析6.1.9 企业电商战略点评6.2 案例企业（二）6.2.1 企业发展简介6.2.2 企业业务板块与模式6.2.3 企业O2O战略模式解析6.2.4 企业营销推广策略6.2.5 企业供应链管理分析6.2.6 企业客户体验策略6.2.7 企业物流配送模式6.2.8 企业电商经营成效分析6.2.9 企业电商战略点评6.3 案例企业（三）6.3.1 企业发展简介6.3.2 企业业务板块与模式6.3.3 企业O2O战略模式解析6.3.4 企业营销推广策略6.3.5 企业供应链管理分析6.3.6 企业客户体验策略6.3.7 企业物流配送模式6.3.8 企业电商经营成效分析6.3.9 企业电商战略点评6.4 案例企业（四）6.4.1 企业发展简介6.4.2 企业业务板块与模式6.4.3 企业O2O战略模式解析6.4.4 企业营销推广策略6.4.5 企业供应链管理分析6.4.6 企业客户体验策略6.4.7 企业物流配送模式6.4.8 企业电商经营成效分析6.4.9 企业电商战略点评6.5 案例企业（五）6.5.1 企业发展简介6.5.2 企业业务板块与模式6.5.3 企业O2O战略模式解析6.5.4 企业营销推广策略6.5.5 企业供应链管理分析6.5.6 企业客户体验策略6.5.7 企业物流配送模式6.5.8 企业电商经营成效分析6.5.9 企业电商战略点评 第七章 竹椅企业移动互联网切入点及突围策略7.1 移动互联网商业价值及企业切入点7.1.1 移动互联网商业价值及切入点分析7.1.2 2018-2024年移动互联网发展预测（1）2018-2024年移动互联网前景预测（2）2018-2024年移动电子商务市场预测（3）2018-2024年移动营销市场前景预测7.1.3 2018-2024年移动互联网发展趋势预测7.2 竹椅企业移动电商切入与运营策略7.2.1 移动互联时代电子商务新趋势7.2.2 主流电商移动端业务现状分析7.2.3 移动电子商务用户行为分析7.2.4 竹椅企业移动电商的机会与威胁7.2.5 竹椅企业移动电商切入模式建议7.2.6 竹椅企业移动电商切入之——微商城开发运营策略（1）微商城商户接入流程/要求（2）微商城商户接入资费标准（3）竹椅企业如何运营微商城（4）竹椅企业微商城运营风险及优化（5）竹椅企业微商城营销推广策略（6）竹椅行业微商城运营优秀案例7.2.7 竹椅企业移动电商切入之——电商类APP开发运营策略（1）竹椅企业电商类APP

开发成本(2)竹椅企业电商类APP功能模块(3)竹椅企业电商类APP设计要点(4)竹椅企业电商类APP运营策略(5)竹椅行业电商类APP优秀案例

### 7.3 竹椅企业如何制胜移动互联网营销新平台

#### 7.3.1 移动互联时代市场营销新趋势

(1)移动互联网营销的特点(2)移动互联网营销的应用形式(3)移动互联网营销产业链结构(4)移动互联网营销发展趋势预测

#### 7.3.2 竹椅企业移动互联网营销之——微信营销战略

(1)微信功能概述及营销价值(2)微信用户行为及营销现状(3)微信的主要营销模式分析(4)微信营销的步骤、方法与技巧(5)微信运营与营销优秀案例详解(6)微信营销效果的评估标准分析(7)微信下企业的CRM策略分析

#### 7.3.3 竹椅企业移动互联网营销之——APP营销战略

(1)APP营销的特点与价值(2)企业APP营销背景分析(3)APP体系与功能策略方向(4)APP营销的创意路径(5)APP用户体验设计技巧(6)如何找准APP目标客户(7)APP推广的技巧与方法(8)APP如何提升运营效果(9)APP营销优秀实战案例

#### 7.3.4 竹椅企业移动互联网营销之——微博营销战略

(1)微博营销的特点与价值(2)微博用户行为及营销现状(3)微博营销的策略与技巧(4)微博营销优秀案例详解(5)中小企业微博营销实战对策(6)微博营销风险及应对策略

## 第八章 竹椅主流电商平台比较及企业入驻选择

### 8.1 天猫

#### 8.1.1 天猫平台品类规划

#### 8.1.2 天猫平台竹椅经营情况

(1)天猫竹椅企业入驻情况(2)天猫竹椅交易规模分析(3)天猫竹椅交易品类结构(4)天猫竹椅商家经营情况

#### 8.1.3 天猫平台竹椅企业入驻条件及费用

(1)天猫竹椅企业入驻门槛(2)天猫竹椅企业入驻相关费用(3)天猫竹椅企业营销推广渠道(4)天猫竹椅企业仓储物流合作模式

#### 8.1.4 竹椅企业入驻天猫优劣势剖析

### 8.2 京东

#### 8.2.1 京东平台品类规划

#### 8.2.2 京东平台竹椅经营情况

(1)京东竹椅企业入驻情况(2)京东竹椅交易规模分析(3)京东竹椅交易品类结构(4)京东竹椅商家经营情况

#### 8.2.3 京东平台竹椅企业入驻条件及费用

(1)京东竹椅企业入驻门槛分析(2)京东竹椅企业入驻相关费用(3)京东竹椅企业营销推广渠道(4)京东竹椅企业仓储物流合作模式

#### 8.2.4 竹椅企业入驻京东优劣势剖析

### 8.3 亚马逊

#### 8.3.1 亚马逊平台品类规划

#### 8.3.2 亚马逊平台竹椅经营情况

(1)亚马逊竹椅企业入驻情况(2)亚马逊竹椅交易规模分析(3)亚马逊竹椅交易品类结构(4)亚马逊竹椅商家经营情况

#### 8.3.3 亚马逊平台竹椅企业入驻条件及费用

(1)亚马逊竹椅企业入驻门槛分析(2)亚马逊竹椅企业入驻相关费用(3)亚马逊竹椅企业营销推广渠道(4)亚马逊竹椅企业仓储物流合作模式

#### 8.3.4 竹椅企业入驻亚马逊优劣势剖析

### 8.4 苏宁

#### 8.4.1 苏宁平台品类规划

#### 8.4.2 苏宁平台竹椅经营情况

(1)苏宁竹椅企业入驻情况(2)苏宁竹椅交易规模分析(3)苏宁竹椅交易品类结构(4)苏宁竹椅商家经营情况

#### 8.4.3 苏宁平台竹椅企业入驻条件及费用

(1)苏宁竹椅企业入驻门槛分析(2)苏宁竹椅企业入驻相关费用(3)苏宁竹椅企业营销推广渠道(4)苏宁竹椅企业仓储物流合作模式

#### 8.4.4 竹椅企业入驻苏宁优劣势剖析

### 8.5 1号商城

#### 8.5.1 1号商城平台品类规划

#### 8.5.2 1号商城平台竹椅经营情况

(1)1号商城竹椅企业入驻情况(2)1号商城竹椅交易规模

分析(3) 1号商城竹椅交易品类结构(4) 1号商城竹椅商家经营情况8.5.3 1号商城平台竹椅企业入驻条件及费用(1) 1号商城竹椅企业入驻门槛分析(2) 1号商城竹椅企业入驻相关费用(3) 1号商城竹椅企业营销推广渠道(4) 1号商城竹椅企业仓储物流合作模式8.5.4 竹椅企业入驻1号商城优劣势剖析8.6 当当网8.6.1 当当网平台品类规划8.6.2 当当网平台竹椅经营情况(1) 当当网竹椅企业入驻情况(2) 当当网竹椅交易规模分析(3) 当当网竹椅交易品类结构(4) 当当网竹椅商家经营情况8.6.3 当当网平台竹椅企业入驻条件及费用(1) 当当网竹椅企业入驻门槛分析(2) 当当网竹椅企业入驻相关费用(3) 当当网竹椅企业营销推广渠道(4) 当当网竹椅企业仓储物流合作模式8.6.4 竹椅企业入驻当当网优劣势剖析 第九章 国外竹椅电商典型模式及在我国适应性分析9.1 国外竹椅电商发展状况介绍9.1.1 国外竹椅电商发展背景9.1.2 国外竹椅电商发展现状9.1.3 国外竹椅电商发展模式9.1.4 国外竹椅电商格局分析9.2 中外竹椅电商发展对比分析9.2.1 中外竹椅电商规模及现状比较9.2.2 中外竹椅电商商业环境比较9.2.3 中外竹椅电商消费需求比较9.2.4 中外竹椅电商用户体验比较9.2.5 中外竹椅电商发展模式比较9.3 国外竹椅电商典型企业商业模式及适应性9.3.1 典型企业(一)(1) 企业发展简介(2) 企业电商经营情况(3) 企业电商模式解构(4) 企业电商运营策略(5) 企业电商模式在我国适应性分析9.3.2 典型企业(二)(1) 企业发展简介(2) 企业电商经营情况(3) 企业电商模式解构(4) 企业电商运营策略(5) 企业电商模式在我国适应性分析9.3.3 典型企业(三)(1) 企业发展简介(2) 企业电商经营情况(3) 企业电商模式解构(4) 企业电商运营策略(5) 企业电商模式在我国适应性分析 第十章 附录 竹椅行业经营数据及网购调查10.1 2017年竹椅行业经营数据分析10.1.1 竹椅行业政策动向及影响10.1.2 竹椅行业市场规模分析10.1.3 竹椅行业经营效益分析10.1.4 竹椅行业竞争格局分析10.1.5 竹椅行业细分市场分析10.1.6 竹椅行业发展前景预测10.2 2017年竹椅网购及电商服务调查10.2.1 2017年竹椅网购情况调查(1) 竹椅网购渠道分析(2) 竹椅网购产品结构10.2.2 2017年竹椅电商服务调查(1) 网购竹椅时碰到的问题(2) 取消订单的主要原因(3) 维修或退换货时的态度10.2.3 2017年消费者竹椅网购态度分析(1) 竹椅网购总体满意度分析(2) 网购竹椅产品的态度分析10.2.4 2017年竹椅电商售后服务政策分析 图表目录

图表1：2012-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表2：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表3：2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表4：2012-2017年我国网络零售市场交易规模

图表5：2012-2017年人均网购金额及网购占社会零售额的比重

图表6：2012-2017年我国移动网民规模及增长速度

图表7：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表8：移动端网购占比大幅提升

图表9：传统竹椅消费存在的“痛点”

图表10：竹椅电子商务重构供应链流程

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucai/M93271CLWW.html>