

# 2020-2026年中国互联网+ 装饰装修市场深度评估与投资机遇研究报告

## 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

《2020-2026年中国互联网+装饰装修市场深度评估与投资机遇研究报告》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/jiancai/S577502C4I.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

报告目录：

第一部分 互联网+装饰装修产业环境透视

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、电子商务市场结构

2、电子商务区域结构

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 互联网环境下装饰装修行业的机会与挑战

第一节 2017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 互联网环境下装饰装修行业的机会与挑战

###### 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 互联网装饰装修行业的改造与重构

###### 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 装饰装修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、互联网有助于精确装饰装修行业市场定位

###### 四、电商黄金发展期机遇分析

###### 五、大数据创新装饰装修行业需求开发

#### 第二部分 互联网+装饰装修行业市场分析

##### 第三章 装饰装修行业发展现状分析

###### 第一节 装饰装修行业发展环境分析

###### 一、国际宏观经济分析

###### 1、2017年全球经济运行概况

###### 2、2017年全球经济形势预测

###### 二、国内环境分析

###### 1、2017年中国宏观经济运行概况

###### 2、2017年中国宏观经济趋势预测

###### 第二节 装饰装修行业发展现状分析

###### 一、装饰装修行业产业政策分析

###### 二、装饰装修行业发展现状分析

###### 1、装饰装修行业概况

###### 2、装饰装修行业特点

### 3、装饰装修行业竞争格局分析

#### 三、装饰装修行业主要企业分析

#### 四、装饰装修行业市场规模分析

### 第三节 装饰装修行业市场前景分析

#### 一、装饰装修行业发展机遇分析

#### 二、装饰装修行业市场规模预测

#### 三、装饰装修行业发展前景分析

## 第四章 装饰装修行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 装饰装修电商市场规模与渗透率

#### 一、装饰装修电商总体开展情况

#### 二、装饰装修电商交易规模分析

#### 三、装饰装修电商渠道渗透率分析

### 第二节 装饰装修电商行业盈利能力分析

#### 一、装饰装修电子商务发展有利因素

#### 二、装饰装修电子商务发展制约因素

#### 三、装饰装修电商行业经营成本分析

#### 四、装饰装修电商行业盈利模式分析

#### 五、装饰装修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、装饰装修电商行业市场空间测算

#### 二、装饰装修电商市场规模预测分析

#### 三、装饰装修电商发展趋势预测分析

## 第三部分 电商策略分析

## 第五章 装饰装修企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 装饰装修企业转型电商构建分析

#### 一、装饰装修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、瓷砖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 装饰装修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 装饰装修企业转型电商平台选择分析

#### 一、装饰装修企业电商建设模式

#### 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、装饰装修企业电商平台选择策略

## 第六章 装饰装修行业电子商务运营模式分析

### 第一节 装饰装修电子商务B2B模式分析

#### 一、装饰装修电子商务B2B市场概况

#### 二、装饰装修电子商务B2B盈利模式

#### 三、装饰装修电子商务B2B运营模式

#### 四、装饰装修电子商务B2B的供应链

### 第二节 装饰装修电子商务B2C模式分析

- 一、装饰装修电子商务B2C市场概况
  - 二、装饰装修电子商务B2C市场规模
  - 三、装饰装修电子商务B2C盈利模式
  - 四、装饰装修电子商务B2C物流模式
  - 五、装饰装修电商B2C物流模式选择
- 第三节 装饰装修电子商务C2C模式分析
- 一、装饰装修电子商务C2C市场概况
  - 二、装饰装修电子商务C2C盈利模式
  - 三、装饰装修电子商务C2C信用体系
  - 四、装饰装修电子商务C2C物流特征
  - 五、重点C2C电商企业发展分析
- 第四节 装饰装修电子商务O2O模式分析
- 一、装饰装修电子商务O2O市场概况
  - 二、装饰装修电子商务O2O优势分析
  - 三、装饰装修电子商务O2O营销模式
  - 四、装饰装修电子商务O2O潜在风险

## 第七章 装饰装修主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 天猫商城

- 一、天猫商城发展基本概述
- 二、天猫商城用户特征分析
- 三、天猫商城网购优势分析
- 四、天猫商城交易规模分析
- 五、天猫商城平均消费金额分析
- 六、天猫商城企业入驻情况

### 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 亚马逊中国

- 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 当当网

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

## 第八章 装饰装修企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 装饰装修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 装饰装修企业转型电商物流投资分析

- 一、装饰装修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、装饰装修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
- 三、装饰装修电商转型升级策略分析
- 1、找准定位
  - 2、着力解决线上、线下的渠道和价格竞争
  - 3、加大电商团队的培养力度
  - 4、加强企业内部信息化建设，加大技术改造

### 第三节 装饰装修企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2016-2019年电子商务交易规模

图表：2017年电子商务市场细分行业构成

图表：2016-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2017年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2016-2019年我国手机网民规模及其占网民比例

图表：2016-2019年我国网民性别结构

图表：2016-2019年我国网民年龄结构

图表：2016-2019年我国网民学历结构

图表：2016-2019年我国网民职业结构

图表：2016-2019年我国网民城乡结构

图表：2016-2019年我国网民城乡结构

图表：2016-2019年我国搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2016-2019年我国网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/S577502C4I.html>