

2021-2027年中国互联网+ 电气设备市场发展态势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+电气设备市场发展态势与战略咨询报告》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/tongxun/L85043O977.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

电气设备（Electrical Equipment）是在电力系统中对发电机、变压器、电力线路、断路器等设备的统称。电力在我们的生活和生产中所发挥的重要作用不容忽视，其带给我们极大的便利，成为我们生产生活中的重要能源。电厂中能够让电力正常运行和输送的最为关键的因素便是电气设备。2018-2020年我国配网投资仍有万亿空间、年均投资3733亿元，同比市场预期的年均3000亿元投资仍有24%以上增速。2015年国网配网投资约2271亿元，南网配网投资342亿元，两大电网公司总共投资2600亿元，略低于之前规划的3000亿元，我们认为主要是《行动计划》是当年7月发布的，因此实际投资相对于国网南网年初制定的建设采购计划有所滞后；2016年国网配网投资约2737亿元，南网配网投资500亿元，两大电网公司总共投资3200亿元，主要是《行动计划》等政策指引带来的配网投资热潮，2017年我们保守预计与2015年持平，根据《行动计划》要求的2016-2020年累计1.7万亿元投资，因此2018-2020年三年时间累计投资仍有1.12万亿元空间，年均3733亿元，同比市场预期的3000亿元配网投资将有24%以上增速。随着2018年增量配网要实现试点项目地级以上城市全覆盖，配网有望进入十三五收官投资热潮。国网+南网配网投资有望进入十三五收官投资热潮

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国互联网+电气设备市场发展态势与战略咨询报告》共九章。首先介绍了中国互联网+电气设备行业市场发展环境、互联网+电气设备整体运行态势等，接着分析了中国互联网+电气设备行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+电气设备市场竞争格局。随后，报告对互联网+电气设备做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+电气设备行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+电气设备产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+电气设备行业，本报告是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：第一章 电气设备行业电子商务市场发展状况分析第一节 2019年电气设备电商单品分析一、2019年电气设备电商天猫畅销单品二、2019年电气设备电商京东畅销单品三、2019年电气设备电商淘宝畅销单品第二节 2019年电气设备电商消费者分析一、2019年电气设备电商消费者性别结构二、2019年电气设备电商消费者年龄结构三、2019年电气设备电商消费者职业结构四、2019年电气设备电商消费者地区结构五、2019年电气设备电商消费者省份结构六、2019年电气设备电商消费者城市结构第三节 互联网环境下电气设备行业的机会与挑战一、互联网时代电气设备行业大环境如何变化二、互联网给电气设备行业带来的突破机遇分析1、互联网如何直击传统电气设备消费痛点2、互联网如何助力电气设备企业开拓市场3

、 电商如何成为传统电气设备企业的突破口三、 电气设备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、 电气设备企业生产方式变革问题分析

第四节 互联网对电气设备行业的改造与重构

一、 互联网重构电气设备行业供应链格局二、 互联网改变电气设备生产厂商的营销模式分析三、 互联网导致电气设备领域利益重新分配分析四、 互联网如何改变电气设备行业未来竞争格局

第五节 电气设备与互联网融合创新机会孕育

一、 电气设备电商政策变化趋势分析二、 电子商务消费环境趋势分析三、 互联网技术对行业支撑作用分析四、 电气设备电商黄金发展期机遇分析

第二章 互联网环境下电气设备行业的机会与挑战

第一节 2019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 近十年中国互联网网民数量快速增长，网民数量十年复合增长率达到8.9%，超过这段时间中国的GDP平均增速；相较之下，美国网民数量缓慢增长，网民数量十年复合增长率为2.6%，甚至在某些年份网民数量出现负增长。 截至2018年12月，我国网民规模为8.29亿，全年新增网民5653万，互联网普及率达59.6%，较2017年底提升3.8%。截至2018年12月，我国手机网民规模达8.17亿，全年新增手机网民6433万；网民中使用手机上网的比例由2017年底的97.5%提升至2018年底的98.6%。2008-2018年我国网民规模及普及率统计情况

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4、 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下电气设备行业的机会与挑战

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 互联网电气设备行业的改造与重构

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 电气设备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、 互联网技术对行业支撑作用四、 电商黄金发展期机遇分析

第三章 电气设备行业发展现状分析

第一节 电气设备行业发展现状分析

一、 电气设备行业产业政策分析二、 电气设备行业发展现状分析三、 电气设备行业主要企业分析四、 电气设备行业市场规模分析

第二节 电气设备行业市场前景分析

一、 电气设备行业发展机遇分析二、 电气设备行业市场规模预测三、 电气设备行业发展前景分析

第四章 电气设备行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 电气设备电商市场规模与渗透率

一、 电气设备电商总体开展情况二、 电气设备电商交易规模分析三、 电气设备电商渠道渗透率分析

第二节 电气设备电商行业盈利能力分析

一、 电气设备电子商务发展有利因素二、 电气设备电子商务发展制约因素三、 电气设备电商行业经营成本分析四、 电气设备电商行业盈利模式分析五、 电气设备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、 电气设备电商行业市场空间测算二、 电气设备电商市场规模预测分析三、 电气设备电商发展趋势预测分析

第五章 电气设备行业电子商务运营模式分析

第一节 电气设备电子商务B2B模式分析

一、电气设备电子商务B2B市场概况二、电气设备电子商务B2B盈利模式三、电气设备电子商务B2B运营模式四、电气设备电子商务B2B的供应链第二节 电气设备电子商务B2C模式分析一、电气设备电子商务B2C市场概况二、电气设备电子商务B2C市场规模三、电气设备电子商务B2C盈利模式四、电气设备电子商务B2C物流模式五、电气设备电商B2C物流模式选择第三节 电气设备电子商务C2C模式分析一、电气设备电子商务C2C市场概况二、电气设备电子商务C2C盈利模式三、电气设备电子商务C2C信用体系四、电气设备电子商务C2C物流特征五、重点C2C电商企业发展分析第四节 电气设备电子商务O2O模式分析一、电气设备电子商务O2O市场概况二、电气设备电子商务O2O优势分析三、电气设备电子商务O2O营销模式四、电气设备电子商务O2O潜在风险 第六章 电气设备主流网站平台比较及企业入驻选择第一节 京东网站一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、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二节 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、天猫商城交易品类结构六、天猫商城企业入驻情况七、天猫商城商家经营策略第三节 1号店一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、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四节 百度商城一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、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五节 当当网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、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 第七章 电气设备企业切入电商战略规划及模式选择第一节 电气设备企业电商发展战略规划一、电气设备企业电商如何正确定位二、电气设备电商核心业务确定策略三、电气设备企业电商化组织变革策略1、电气设备电商组织结构变革策略分析2、电气设备电商业务流程重构策略分析第二节 平台+自营类电气设备电商运营模式解析一、平台+自营类电气设备电商优势分析二、垂直自营电商平台化可行性分析三、垂直自营电商平台化成功案例解析四、垂直自营电商平台化经营风险预估五、垂直自营电商平台化的关键资源能力分析第三节 电气设备企业利用第三方平台模式解析一、电气设备企业利用第三方平台的优劣势分析二、电气设备企业利用第三方平台运营成本分析三、电气设备企业利用第三方平台经营风险分析四、电气设备企业第三方电商平台选择依据分析五、电气设备企业利用第三方平台运营策略 第八章 电气设备电商核心竞争力体系构建策略第一节 电气设备电商营销推广及引流策略一、电气设备电商引流成本分析二、电气设备电商流量转化率水平三、电气设备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、返利网站推广引流成效及策略4、导购类网站推广引流成效及策略5、团购网站引流成效及策略6、广告联盟引流成效及策略四、电气设备电商提高转化率的策略第二节 电气设备电商物流配送模式选择一、电气设备电商物流配送成本分析二、电气设备电商物流配送能力要求如何三、电气设备电商物流配送模式如何选择四、电气设

备电商物流如何管理改善空间

第三节 电气设备电商如何打造极致客户体验

一、电气设备电商客户体验存在的问题

二、电气设备电商如何打造极致客户策略

第九章 电气设备企业移动互联网切入点及突围策略

第一节 电气设备企业移动电商切入与运营策略

一、移动互联网时代电子商务新趋势

二、主流电商移动端业务现状分析

三、移动电子商务用户行为分析

四、电气设备企业移动电商的机会与威胁

五、电气设备企业移动电商切入模式建议

六、电气设备企业移动电商切入之——微商城开发运营策略

七、电气设备企业移动电商切入之——电商类APP开发运营策略

1、电气设备企业电商类APP开发成本

2、电气设备企业电商类APP功能模块

3、电气设备企业电商类APP设计要点

4、电气设备企业电商类APP运营策略

第二节 电气设备企业如何制胜移动互联网营销新平台

一、移动互联网时代市场营销新趋势

二、电气设备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、微信下企业的CRM策略分析

三、电气设备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

图表目录

图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表：2021-2027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：传统电气设备消费存在的“痛点”

图表：电气设备电子商务重构供应链流程图

图表：中国电商相关政策汇总

图表：2015-2019年电气设备电商交易规模趋势图

图表：2015-2019年电气设备电商市场渗透率趋势图

图表：2021-2027年电气设备电商交易规模预测趋势图

图表：2021-2027年电气设备电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/L85043O977.html>