

# 2016-2022年中国互联网+ 运营商电子渠道服务行业深度调研与发展趋势研究报告

## 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

《2016-2022年中国互联网+运营商电子渠道服务行业深度调研与发展趋势研究报告》信息及资料详实，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/hulianwang/T61651N5V3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

“互联网+”是指以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会各个部门的扩散，本质在于传统行业的在线化和数据化。2015年3月5日十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中提出“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场，正式将“互联网+”纳入国家顶层设计，提升至国家战略层面。

随着通信行业竞争加剧，行业竞争形态发生了巨大的变化，从以产品、价格为主的竞争转向以服务为主的竞争，服务成为主导竞争格局的决定性因素。渠道作为企业完成客户沟通，产品、服务交换过程以及实现价值、产生效益的重要载体，已经成为各大运营商争夺的重要阵地。而与传统的营业厅、代理商、直销等渠道相比，电子渠道可以全天24小时不间断提供各类服务、受理各项业务，服务不受地域、时间限制，提高客户的忠诚度和满意度的同时，有效分流了运营商的压力，降低运营成本，得到运营商的极大推崇。

我国电子商务在2012年进入了爆发性增长阶段，运营商电子渠道服务行业也随之快速发展，2015年我国运营商电子渠道服务行业市场规模达到1235.65亿元，同比2014年增长23.29%。据不完全统计，2014年我国运营商电子渠道服务电商交易规模达到922.03亿元，同比2013年增长26.60%。到2015年底全网电商交易规模将突破千亿交易规模，达到1161.51亿元，同比2014年增长25.97%。

基于互联网和移动互联网电子商务的迅猛发展，广大用户的消费和享受服务的习惯在悄然改变。尤其是思维更为活跃、敢于尝试新事物、时间更为宝贵的年轻用户，更愿意通过电子渠道快捷获取相关服务。毋庸置疑，未来三大运营商3/4G市场竞争重点或将会从实体转战到电子商务，因此运营商电子渠道的未来应当是完全的电子商务化。预计在2020年我国运营商电子渠道服务电商市场规模将达到3281.32亿元，同比2015年增长165.55%。更值得关注的是，目前我国运营商电子渠道服务电商市场渗透率仅为6.54%，侧面说明了市场巨大的发展潜力，“互联网+”时代的到来，将给我国运营商电子渠道服务行业添加新的发展动力，未来发展投资前景十分广阔。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网+运营商电子渠道服务行业深度调研与发展趋势研究报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

## 第一部分 运营商电子渠道服务产业现状分析

### 第一章 行业现状分析

#### 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

#### 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 互联网环境下运营商电子渠道服务行业的机会与挑战

### 第一节 2015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 互联网环境下运营商电子渠道服务行业的机会与挑战

- 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 互联网运营商电子渠道服务行业的改造与重构

- 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 运营商电子渠道服务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

## 第二部分 运营商电子渠道服务产业背景分析

### 第三章 运营商电子渠道服务行业发展现状分析

#### 第一节 运营商电子渠道服务行业发展环境分析

- 一、国际宏观经济分析
- 二、国内宏观经济环境分析
  - 1、中国GDP增长情况
  - 2、消费价格水平
  - 3、全国居民收入情况
  - 4、交通、邮电和旅游
  - 5、工业发展形势
  - 6、固定资产投资情况
  - 7、财政收支状况

8、金融情况

9、对外贸易&进出口

三、国内社会环境分析

1、人口环境状况

2、教育、科学技术和文化

3、卫生和社会服务

4、资源、环境和安全生产

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

第二节 运营商电子渠道服务行业发展现状分析

一、运营商电子渠道服务行业产业政策分析

二、运营商电子渠道服务行业发展现状分析

三、运营商电子渠道服务行业主要企业分析

四、运营商电子渠道服务行业市场规模分析

第三节 运营商电子渠道服务行业市场前景分析

一、运营商电子渠道服务行业发展机遇分析

二、运营商电子渠道服务行业市场规模预测

三、运营商电子渠道服务行业发展前景分析

第三部分 运营商电子渠道服务产业深入分析

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

第一节 运营商电子渠道服务电商市场规模与渗透率

一、运营商电子渠道服务电商总体开展情况

二、运营商电子渠道服务电商交易规模分析

三、运营商电子渠道服务电商渠道渗透率分析

第二节 运营商电子渠道服务电商行业盈利能力分析

一、运营商电子渠道服务电子商务发展有利因素

二、运营商电子渠道服务电子商务发展制约因素

三、运营商电子渠道服务电商行业经营成本分析

四、运营商电子渠道服务电商行业盈利模式分析

五、运营商电子渠道服务电商行业盈利水平分析

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

- 一、运营商电子渠道服务电商行业市场空间测算
- 二、运营商电子渠道服务电商市场规模预测分析
- 三、运营商电子渠道服务电商发展趋势预测分析

## 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

### 第一节 运营商电子渠道服务企业转型电商构建分析

#### 一、运营商电子渠道服务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、运营商电子渠道服务企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

### 第二节 运营商电子渠道服务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 运营商电子渠道服务企业转型电商平台选择分析

#### 一、运营商电子渠道服务企业电商建设模式

#### 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、运营商电子渠道服务企业电商平台选择策略

## 第六章 运营商电子渠道服务行业电子商务运营模式分析

### 第一节 运营商电子渠道服务电子商务B2B模式分析

一、运营商电子渠道服务电子商务B2B市场概况

二、运营商电子渠道服务电子商务B2B盈利模式

三、运营商电子渠道服务电子商务B2B运营模式

四、运营商电子渠道服务电子商务B2B的供应链

### 第二节 运营商电子渠道服务电子商务B2C模式分析

一、运营商电子渠道服务电子商务B2C市场概况

二、运营商电子渠道服务电子商务B2C市场规模

三、运营商电子渠道服务电子商务B2C盈利模式

四、运营商电子渠道服务电子商务B2C物流模式

五、运营商电子渠道服务电商B2C物流模式选择

### 第三节 运营商电子渠道服务电子商务C2C模式分析

一、运营商电子渠道服务电子商务C2C市场概况

二、运营商电子渠道服务电子商务C2C盈利模式

三、运营商电子渠道服务电子商务C2C信用体系

四、运营商电子渠道服务电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 运营商电子渠道服务电子商务O2O模式分析

一、运营商电子渠道服务电子商务O2O市场概况

二、运营商电子渠道服务电子商务O2O优势分析

三、运营商电子渠道服务电子商务O2O营销模式

四、运营商电子渠道服务电子商务O2O潜在风险

## 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

### 第一节 淘宝

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 京东

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

## 第三节 联通网上营业厅

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 移动网上营业厅

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 电信网上营业厅

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

## 第四部分 运营商电子渠道服务行业投资策略分析

### 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

#### 第一节 运营商电子渠道服务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 运营商电子渠道服务企业转型电商物流投资分析

一、运营商电子渠道服务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、运营商电子渠道服务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。

第三节 运营商电子渠道服务企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2011-2015年中国电子商务交易规模及增长

图表：2011年-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2014年-2015年中国网民城乡结构

图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2014-2015年中国网民性别结构情况

图表：2014-2015年中国网民年龄结构情况

图表：2014-2015年中国网民学历结构情况

图表：2014-2015年中国网民职业结构情况

图表：2014-2015年中国网民个人月收入结构情况

图表：2014-2015年搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2014-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表：2014-2015年网络新闻/手机网络购物规模及使用率

图表：2014-2015年团购/手机团购用户规模及使用率

图表：2014-2015年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表：2014-2015年在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率

图表：2014-2015年中国网民各类在线旅行预订服务使用率

图表：2014-2015年互联网理财用户规模及使用率

图表：2014-2015年互联网理财用户规模及使用率

图表：2014-2015年微博客/手机微博客用户规模及使用率

图表：2014-2015年网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率

图表：2014-2015年网络文学/手机网络文学用户规模及使用率

图表：2014-2015年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表：2014-2015年中国互联网基础资源对比情况

图表：2010-2015年中国网站数量变化情况

图表：2015年GDP初步核算数据

图表：2015年GDP环比和同比增长速度

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年50个城市主要食品平均价格变动情况

图表：50个城市主要食品平均价格变动情况（2015年11-20日）

图表：流通领域重要生产资料市场价格变动情况（2015年11&mdash;20日）

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2015年社会消费品零售总额主要数据

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2015年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2015年民间固定资产投资主要数据

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年全国一般公共预算收入

图表：2012-2015年国家外汇储备

图表：2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2010-2015年城镇新增就业人数

图表：2010-2015年农村居民人均纯收入

图表：2010-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2010-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2010-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2010-2015年卫生技术人员人数

图表：2011-2015年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率

图表：2016-2022年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率预测

图表：电子渠道发展的5个层次

图表：2011-2015年中国运营商电子渠道服务行业交易规模及增长率

图表：2011-2015年中国运营电子渠道服务电商渠道渗透率

图表：增强CRM系统产品管理功能

图表：CPC适配示意图

图表：可供选择的营销模式

图表：转型方向及电子渠道营销方式

图表：2016-2022年中国运营商电子渠道服务行业市场规模及增长率预测

图表：中国联通O2O模式流程图

图表：联通电子渠道系统架构

图表：2013-2015年运营商电子渠道服务电子商务B2C市场规模

图表：淘宝用户手机上网的主要时段

图表：淘宝用户平板电脑上网的主要时段

图表：淘宝用户手机上网的主要场所

图表：淘宝用户平板电脑上网的主要场所

图表：淘宝用户不同性别用户使用移动设备上淘宝的比例

图表：淘宝用户不同年龄段的用户最常用哪种设备上淘宝

图表：淘宝用户不同移动设备的星级分布

图表：淘宝用户使用移动设备上淘宝的主要场景

图表：2010-2015年淘宝网注册用户人数

图表：京东用户各客户端订单时段占比分布

图表：2013-2015年京东活跃人数

图表：联通网上营业厅用户区域分布一览

图表：联通网上营业厅用户性别对比一览

图表：2010-2015年联通网上营业厅月度使用用户数量

图表：2010-2015年联通网上营业厅月度访问量

图表：移动网上营业厅用户属性

图表：2013-2015年移动网上营业厅月度使用用户数量

图表：2013-2015年移动网上营业厅月度访问量

图表：电信网上营业厅用户性别比例

图表：电信网上营业厅用户年龄占比

图表：电信网上营业厅用户收入占比

图表：2013-2015年电信网上营业厅月度使用用户数量

图表：2013-2015年电信网上营业厅月度访问量

图表：2012-2015年我国快递业务完成情况

图表：2012-2015年我国快递业务收入情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/T61651N5V3.html>