2018-2023年中国卫浴洁具电商市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国卫浴洁具电商市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/report/O62853FEOJ.html

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-06-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国卫浴洁具电商市场分析与行业调查报告》介绍了卫浴洁具电商行业相关概述、中国卫浴洁具电商产业运行环境、分析了中国卫浴洁具电商行业的现状、中国卫浴洁具电商行业竞争格局、对中国卫浴洁具电商行业做了重点企业经营状况分析及中国卫浴洁具电商产业发展前景与投资预测。您若想对卫浴洁具电商产业有个系统的了解或者想投资卫浴洁具电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

卫浴洁具是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常卫生活动的空间。一般指卫浴用品。按字面意思就是卫生、洗浴，卫浴俗称卫生间，是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常卫生活动的空间及用品。是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常卫生活动的空间。一般指卫浴用品。按字面意思就是卫生、洗浴，卫浴俗称卫生间，是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常卫生活动的空间及用品。

报告目录：

第 一章 中国电子商务行业发展现状分析
第 一节 电子商务基本概况
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
（一）电子商务分类
（二）电子商务功能
（三）电子商务运营模式
第二节 中国电子商务规模分析
一、电子商务交易规模分析
二、电子商务市场结构分析
（一）电子商务市场结构
（二）电子商务区域结构
三、电子商务从业人员规模
四、电子商务相关融合产业

第三节 中国电子商务细分行业调研
一、B2B电子商务发展分析
（一）B2B市场规模分析
（二）B2B企业规模分析
（三）B2B市场营收分析
（四）B2B市场份额分析
（五）B2B用户规模分析
（六）B2B发展趋势分析
二、网络零售市场发展分析
（一）网络零售交易规模
（二）网络零售市场占比
（三）网络零售企业规模
（四）网络零售市场份额
（五）网络零售用户规模
（六）网络零售网店规模
（七）移动电商市场规模
（八）移动电商用户规模
（九）海外代购市场规模

第二章 互联网环境下卫浴洁具行业的机会与挑战
第 一节 中国互联网环境分析
一、网民基本情况分析
（一）总体网民规模分析

截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，半年共计新增网民1992万人。互联网普及率为54.3%，较2016年底提升1.1个百分点。

2016年6月-2017年6月我国网民规模及互联网普及率统计

年份	网民数（万人）	互联网普及率（%）	年份	网民数（万人）	互联网普及率（%）
2012年6月	53760	39.9			
2012年12月	56400	42.1	2013年6月	59056	44.1
2013年12月	61758	45.8	2014年6月	63200	46.9
2014年12月	64875	47.9	2015年6月	66769	48.8
2015年12月	68826	50.3	2016年6月	70958	51.7
2016年12月	73125	53.2	2017年6月	75116	54.3

我国网民规模及互联网普及率走势图

2017年上半年，我国网民规模增长趋于稳定，互联网行业持续稳健发展，互联网已成为推动我国经济社会发展的重要力量。以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。同时，在线政务、共享出行、移动支付等领域的快速发展，成为改善民生、增进社会福祉的强力助推器。

伴随着我国互联网的高速发展，相关行业监管体系也逐步完善。2017 年上半年，国家互联网信息办公室出台《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》，对互联网站、应用程序、即时通信工具、微博、直播等服务提出规范化管理要求，进一步提高互联网服务管理规范化、科学化水平，促进互联网服务行业健康有序发展。

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

截至2017年6月，我国手机网民规模达7.24亿，较2016年底增加2830万人。网民使用手机上网的比例由2016年底的95.1%提升至96.3%。

2012-2017年中国手机网民规模及其占网民比例

随着我国移动互联网进入稳健发展期，行业整体向内容品质化、平台一体化和模式创新化方向发展。首先，各移动应用平台进一步深化内容品质提升，专注细分寻求差异化竞争优势；其次，各类综合应用不断融合社交、信息服务、交通出行及民生服务等功能，打造一体化服务平台，扩大服务范围和影响力；最后，移动互联网行业从业务改造转向模式创新，引领智能社会发展，从智能制造到共享经济，移动互联网的海量数据及大数据技术的应用，为社会生产优化提供更多可能。

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下卫浴洁具行业的机会与挑战

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 互联网卫浴洁具行业的改造与重构
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 卫浴洁具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 卫浴洁具行业市场规模与电商未来空间预测
第 一节 卫浴洁具行业发展现状分析
一、卫浴洁具行业产业政策分析
二、卫浴洁具行业发展现状分析
三、卫浴洁具行业市场规模分析
四、卫浴洁具行业经营效益分析
五、卫浴洁具行业竞争格局分析
六、卫浴洁具行业趋势预测分析
第二节 卫浴洁具电商市场规模与渗透率
一、卫浴洁具电商总体开展情况
二、卫浴洁具电商交易规模分析
三、卫浴洁具电商渠道渗透率分析
第三节 卫浴洁具电商行业盈利能力分析
一、卫浴洁具电子商务发展有利因素
二、卫浴洁具电子商务发展制约因素
三、卫浴洁具电商行业经营成本分析
四、卫浴洁具电商行业盈利模式分析
五、卫浴洁具电商行业盈利水平分析
第四节 电商行业未来前景及趋势预测

一、卫浴洁具电商行业市场空间测算
二、卫浴洁具电商市场规模预测分析
三、卫浴洁具电商发展趋势预测分析

第四章 卫浴洁具企业转型电子商务战略分析
第 一节 卫浴洁具企业转型电商优势分析
一、前期投入成本优势
二、供应链体系建设优势
三、渠道管控优势分析
四、零售运营经验优势
第二节 卫浴洁具企业转型电商流程管理
一、网站运营流程管理
二、网络销售流程管理
三、产品发货流程管理
四、采购管理流程管理
五、订单销售流程管理
六、库房操作流程管理
七、订单配送流程管理
第三节 卫浴洁具企业电子商务成本分析
一、卫浴洁具电商成本构成分析
二、卫浴洁具电商采购成本分析
三、卫浴洁具电商运营成本分析
四、卫浴洁具电商履约成本分析
五、卫浴洁具电商交易成本分析

第五章 卫浴洁具企业转型电商体系构建及平台选择
第 一节 卫浴洁具企业转型电商构建分析
一、卫浴洁具电子商务关键环节分析
（一）产品采购与组织
（二）电商网站建设
（三）网站品牌建设及营销
（四）服务及物流配送体系

（五）网站增值服务
二、卫浴洁具企业电子商务网站构建
（一）网站域名申请
（二）网站运行模式
（三）网站开发规划
（四）网站需求规划
第二节 卫浴洁具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 卫浴洁具企业转型电商平台选择分析
一、卫浴洁具企业电商建设模式
二、自建商城网店平台
（一）自建商城概况分析
（二）自建商城优势分析
三、借助第三方网购平台
（一）电商平台的优劣势
（二）电商平台盈利模式
四、电商服务外包模式分析
（一）电商服务外包的优势
（二）电商服务外包可行性
（三）电商服务外包前景
五、卫浴洁具企业电商平台选择策略

第六章 卫浴洁具行业电子商务运营模式分析
第 一节 卫浴洁具电子商务B2B模式分析
一、卫浴洁具电子商务B2B市场概况
二、卫浴洁具电子商务B2B盈利模式
三、卫浴洁具电子商务B2B运营模式
四、卫浴洁具电子商务B2B的供应链
第二节 卫浴洁具电子商务B2C模式分析

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

第七章 卫浴洁具行业电子商务营销推广模式分析
第 一节 搜索引擎营销
一、搜索引擎营销现状分析
二、搜索引擎营销推广模式
三、搜索引擎营销收益分析
四、搜索引擎营销竞争分析
第二节 论坛营销
一、论坛营销概述分析
二、论坛营销优势分析
三、论坛营销策略分析
第三节 微博营销
一、微博营销概况分析
二、微博营销的优劣势
三、微博营销模式分析
四、微博营销竞争分析

第四节 微信营销

一、微信营销概况分析

二、微信营销的优劣势

三、微信营销模式分析

四、微信营销竞争分析

第五节 视频营销

一、视频营销概述分析

二、视频营销优势分析

三、视频营销策略分析

四、视频营销竞争分析

第六节 问答营销

一、问答营销概述分析

二、问答营销运营模式

三、问答营销竞争分析

第七节 权威百科营销

一、权威百科营销概况

二、权威百科营销优势

三、权威百科营销形式

第八节 企业新闻营销

一、企业新闻营销概况

二、企业新闻营销方式

三、企业新闻营销策略

四、新闻营销竞争分析

第八章 卫浴洁具行业电商运营优秀案例研究

第 一节 案例企业（A）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

第二节 案例企业（B）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

第三节 案例企业（C）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

第九章 卫浴洁具主流电商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、京东商城交易品类结构

六、京东商城企业入驻情况

七、京东商城商家经营策略

第三节 苏宁易购

一、苏宁易购发展基本概述

二、苏宁易购用户特征分析

三、苏宁易购网购优势分析

四、苏宁易购交易规模分析

五、苏宁易购交易品类结构

六、苏宁易购企业入驻情况

七、苏宁易购商家经营策略

第四节 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号店交易品类结构

六、1号店企业入驻情况

七、1号店商家经营策略

第五节 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、亚马逊交易品类结构

六、亚马逊企业入驻情况

七、亚马逊商家经营策略

第六节 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、当当网交易品类结构

六、当当网企业入驻情况

七、当当网商家经营策略

第十章 卫浴洁具企业进入电子商务领域投资前景研究分析
第 一节 卫浴洁具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 卫浴洁具企业转型电商物流投资分析
一、卫浴洁具企业电商自建物流分析
（一）电商自建物流的优势分析
（二）电商自建物流的负面影响
二、卫浴洁具企业电商外包物流分析
（一）快递业务量完成情况
（二）快递业务的收入情况
（三）快递业竞争格局分析
三、卫浴洁具电商物流构建策略分析
（一）入库质量检查
（二）在库存储管理
（三）出库配货管理
（四）发货和派送
（五）退货处理
第三节 卫浴洁具企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率
图表：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率
图表：2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率
图表：2012-2017年我国网络零售市场交易规模
图表：2010-2017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：传统卫浴洁具消费存在的“痛点”

图表：卫浴洁具电子商务重构供应链流程
图表：中国电商相关政策汇总
图表：中国卫浴洁具B2C市场AMC模型
图表：2012-2017年中国卫浴洁具电商交易规模趋势图
图表：2012-2017年中国卫浴洁具电商市场渗透率趋势图
图表：2018-2024年中国卫浴洁具电商交易规模预测趋势图
图表：2018-2024年中国卫浴洁具电商市场渗透率预测趋势图
略……

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/O62853FEOJ.html