

2020-2026年中国互联网+ 黄金市场评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+黄金市场评估与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202009/188361.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

我国黄金资源分布广泛，储量比较丰富，资源潜力巨大。随着我国黄金产业政策环境不断完善，黄金勘探能力及开采冶炼技术的不断提高，黄金产量不断增长。未来一段时期，我国黄金产业将会继续稳步快速发展。

预计到2020年我国黄金产量约为440吨，消费量约为1400吨2018-2020年我国黄金产销量预测对黄金零售企业来说，互联网+黄金成为企业发展的突破口。黄金零售企业可以在互联网上销售产品，减少了前期销售渠道铺张的大量资金积压，减少了高库存的资金压力，让价格更加透明，而且减少了中间环节，使产品从原材料到消费者手中大幅降低了成本，有利于整个行业的发展。特别是对于中小企业，互联网降低了大型企业在传统销售渠道上的优势，有利于中小企业更好定位目标群体，能够在更广泛的区域和空间销售产品。

对于投资者来说，近年以来，全球负利率局面渐成趋势，银行理财产品收益率长期走低，红极一时的余额宝风光不再，央行加息、楼市泡沫风险加剧。在这种环境下，黄金作为投资标的，一方面因其自身天然的保值特性，另一方面与股票、债券、房地产等其它资产之间的关联度较低，在国际局势、经济发展疲软的大环境下，依然保持坚挺，是投资保值增值的理想选择。

互联网+黄金将黄金银行业务与互联网渠道相结合，通过提供线上线下方便快捷的买金存金服务，把众多投资者的黄金聚合起来租赁给用金企业，向用金企业收取一定的租金，然后再将其中一部分收益返还给个人投资者，由此建立起个人及机构投资者和黄金产业链之间的互联网黄金平台，为投资者提供进入门槛低、收益稳定、操作便捷、流动性强的黄金投资市场。

目前我国互联网+黄金行业平台数量超过50家，大致可分为互联网系、传统黄金龙头企业、跨界系和风投系四类。其中，互联网系的代表企业，例如阿里存金宝、腾讯微众金、京东金；传统黄金龙头企业代表的企业，例如紫金矿业的紫金金行，山东招金的淘金园；企业跨界系代表企业，例如刚泰金多宝、国美黄金、盛世黄金买金呗；主流风投系代表企业，例如黄金钱包、AU金管家。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+黄金市场评估与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了中国互联网+黄金行业市场发展环境、互联网+黄金整体运行态势等，接着分析了中国互联网+黄金行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+黄金市场竞争格局。随后，报告对互联网+黄金做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+黄金行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+黄金产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+黄金行业，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

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 互联网环境下黄金行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（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 互联网环境下黄金行业的机会与挑战

- 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 互联网黄金行业的改造与重构

- 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 黄金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 黄金所属行业发展现状分析

第一节 黄金所属行业发展现状分析

- 一、黄金行业产业政策分析
- 二、黄金行业发展现状分析2013-2017年中国黄金行业产销情况
- 三、黄金行业主要企业分析
- 四、黄金行业市场规模分析

第二节 黄金行业市场前景分析

- 一、黄金行业发展机遇分析
- 二、黄金行业市场规模预测
- 三、黄金行业发展前景分析

第四章 黄金所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 黄金电商市场规模与渗透率

- 一、黄金电商总体开展情况
- 二、黄金电商交易规模分析

三、黄金电商渠道渗透率分析

第二节 黄金电商行业盈利能力分析

一、黄金电子商务发展有利因素

二、黄金电子商务发展制约因素

三、黄金电商行业经营成本分析

四、黄金电商行业盈利模式分析

五、黄金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、黄金电商行业市场空间测算

二、黄金电商市场规模预测分析

三、黄金电商发展趋势预测分析

第五章 黄金企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 黄金企业转型电商构建分析

一、黄金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、黄金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 黄金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 黄金企业转型电商平台选择分析

一、黄金企业电商建设模式

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、黄金企业电商平台选择策略

第六章 黄金所属行业电子商务运营模式分析

第一节 黄金电子商务B2B模式分析

一、黄金电子商务B2B市场概况

二、黄金电子商务B2B盈利模式

三、黄金电子商务B2B运营模式

四、黄金电子商务B2B的供应链

第二节 黄金电子商务B2C模式分析

一、黄金电子商务B2C市场概况

二、黄金电子商务B2C市场规模

三、黄金电子商务B2C盈利模式

四、黄金电子商务B2C物流模式

五、黄金电商B2C物流模式选择

第三节 黄金电子商务C2C模式分析

一、黄金电子商务C2C市场概况

二、黄金电子商务C2C盈利模式

三、黄金电子商务C2C信用体系

四、黄金电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 黄金电子商务O2O模式分析

一、黄金电子商务O2O市场概况

- 二、黄金电子商务O2O优势分析
- 三、黄金电子商务O2O营销模式
- 四、黄金电子商务O2O潜在风险

第七章 黄金主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

- 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 网站B

- 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 网站C

- 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 网站D

- 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 网站E

- 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

第八章 黄金企业进入互联网领域投资策略分析()

第一节 黄金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 黄金企业转型电商物流投资分析

一、黄金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、黄金企业电商外包物流分析()

第三节 黄金企业电商市场策略分析

图表目录：

图表 2010-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2021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 传统黄金消费存在的“痛点”

图表 黄金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 2012-2019年黄金电商交易规模趋势图

图表 2012-2019年黄金电商市场渗透率趋势图

图表 2020-2026年黄金电商交易规模预测趋势图

图表 2020-2026年黄金电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188361.html>