2020-2026年中国互联网+海洋行业分析与市场供需预测报告

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+海洋行业分析与市场供需预测报告》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/202101/200516.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+海洋行业分析与市场供需预测报告》共十一章。首先介绍了互联网+海洋行业市场发展环境、互联网+海洋整体运行态势等，接着分析了互联网+海洋行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+海洋市场竞争格局。随后，报告对互联网+海洋做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+海洋行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+海洋产业有个系统的了解或者想投资互联网+海洋行业，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 中国电子商务发展现状
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
1、电子商务分类
2、电子商务功能
3、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
1、电子商务市场结构
2、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 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、移动电商用户规模
七、移动电商市场规模

第二章 互联网环境下海洋行业的机会与挑战
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
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 互联网环境下海洋行业的机会与挑战
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 互联网海洋行业的改造与重构
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 海洋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 宏观环境分析
第.一节 宏观经济
一、宏观经济现状
二、宏观经济对行业影响
第二节 社会环境
一、社会环境现状
二、社会环境对行业影响

第四章 海洋行业发展现状分析
第.一节 海洋行业发展现状分析
一、海洋行业产业政策分析
二、海洋行业发展现状分析
三、海洋行业主要企业分析
四、海洋行业市场规模分析
第二节 海洋行业市场前景分析
一、海洋行业发展机遇分析
二、海洋行业市场规模预测
三、海洋行业发展前景分析

第五章 海洋行业市场规模与电商未来空间预测
第.一节 海洋电商市场规模与渗透率
一、海洋电商总体开展情况
二、海洋电商交易规模分析
三、海洋电商渠道渗透率分析
第二节 海洋电商行业盈利能力分析
一、海洋电子商务发展有利因素
二、海洋电子商务发展制约因素
三、海洋电商行业经营成本分析

四、海洋电商行业盈利模式分析
五、海洋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、海洋电商行业市场空间测算
二、海洋电商市场规模预测分析
三、海洋电商发展趋势预测分析

第六章 海鲜企业移动互联网切入点及突围策略
第.一节 移动互联网商业价值及企业切入点
一、移动互联网商业价值及切入点
二、移动互联网发展前景分析
三、移动互联网发展趋势分析
第二节 海鲜企业移动电商切入与运营策略
一、移动互联时代电子商务新趋势
二、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、海鲜企业移动电商的机会与威胁
五、海鲜企业移动电商切入--微商城开发运营策略
1、微商城商户接入流程/要求
2、微商城商户接入资费标准
3、海鲜企业如何运营微商城
4、海鲜企业微商城运营风险
5、海鲜企业微商城推广策略
六、海鲜企业移动电商切入--电商类app开发运营策略
1、海鲜企业电商类app开发成本
2、海鲜企业电商类app功能模块
3、海鲜企业电商类app设计要点
4、海鲜企业电商类app运营策略
第三节 海鲜企业制胜移动互联网营销新平台
一、移动互联时代市场营销新趋势
1、移动互联网营销的特点
2、移动互联网营销的模式

3、移动互联网营销的创新

4、移动互联网营销发展趋势

二、海鲜企业移动互联网营销--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、微信营销优秀案例详解

6、微信营销效果的评估标准分析

7、微信下企业的crm策略分析

三、海鲜企业移动互联网营销--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

8、app如何提升运营效果

四、海鲜企业移动互联网营销--微博营销战略

1、微博营销的特点与价值

2、微博用户行为及营销现状

3、微博营销的策略与技巧

4、微博营销风险及应对策略

第七章 海洋企业互联网战略体系构建及平台选择

第.一节 海洋企业转型电商构建分析

一、海洋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、海洋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 海洋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 海洋企业转型电商平台选择分析
一、海洋企业电商建设模式
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、海洋企业电商平台选择策略

第八章 海洋行业电子商务运营模式分析
第.一节 海洋电子商务b2b模式分析
一、海洋电子商务b2b市场概况
二、海洋电子商务b2b盈利模式
三、海洋电子商务b2b运营模式
四、海洋电子商务b2b的供应链
第二节 海洋电子商务b2c模式分析

一、海洋电子商务b2c市场概况
二、海洋电子商务b2c市场规模
三、海洋电子商务b2c盈利模式
四、海洋电子商务b2c物流模式
五、海洋电商b2c物流模式选择
第三节 海洋电子商务c2c模式分析
一、海洋电子商务c2c市场概况
二、海洋电子商务c2c盈利模式
三、海洋电子商务c2c信用体系
四、海洋电子商务c2c物流特征
五、重点c2c电商企业发展分析
第四节 海洋电子商务o2o模式分析
一、海洋电子商务o2o市场概况
二、海洋电子商务o2o优势分析
三、海洋电子商务o2o营销模式
四、海洋电子商务o2o潜在风险

第九章 互联网+海洋案例分析
第.一节 长岛县海产品电子商务
一、基本概述
二、存在问题
三、趋势
四、建议
第二节 海角6号
一、基本概述
二、模式
三、优势
四、发展战略
第三节 盒马鲜生
一、概述
二、模式
三、经营情况

四、区域发展情况
五、优劣势
六、发展战略
七、盒马鲜生与新零售

第十章 海洋企业进入互联网领域投资策略分析
第.一节 海洋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 海洋企业转型电商物流投资分析
一、海洋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、海洋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 海洋企业电商市场策略分析

第十一章 中国互联网+海洋投融资战略规划分析（）
第.一节 互联网+海洋关键成功要素分析
第二节 互联网+海洋投资壁垒分析
一、互联网+海洋进入壁垒
二、互联网+海洋退出壁垒
第三节 互联网+海洋投资风险与规避
一、宏观经济风险与规避
二、行业政策风险与规避
三、原料市场风险与规避
四、市场竞争风险与规避
五、技术风险分析与规避（）

六、下游需求风险与规避

部分图表目录：

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：2020-2026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：传统海洋消费存在的"痛点"
图表：海洋电子商务重构供应链流程
图表：中国电商相关政策汇总
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202101/200516.html