

# 2017-2022年中国期货+互 联网市场竞争形势分析与投资战略研究报告

## 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

《2017-2022年中国期货+互联网市场竞争形势分析与投资战略研究报告》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/hulianwang/1143822L8M.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

期货（Futures）与现货完全不同，现货是实实在在可以交易的货（商品），期货主要不是货，而是以某种大众产品如棉花、大豆、石油等及金融资产如股票、债券等为标的标准化可交易合约。因此，这个标的物可以是某种商品（例如黄金、原油、农产品），也可以是金融工具。

2016年前2个月全国期货市场累计成交量为4.99亿手，累计成交额为22.67万亿元，同比分别增长18.23%和下降68.21%。2月全国期货市场成交量为2.02亿手,成交额为9.47万亿元，同比分别增长26.57%和下降64.33%,环比分别下降31.98%和28.19%。2月份当月的成交额指标创出2011年2月以来新低，成交量水平仍属正常范围内，主要原因是金融期货不活跃和商品价格普遍还处在底部。

1993-2016年中国期货市场成交量和成交额年度变化

智研数据研究中心发布的《2017-2022年期货+互联网市场竞争形势分析与投资战略研究报告》共八章。首先介绍了期货+互联网行业市场发展环境、期货+互联网整体运行态势等，接着分析了期货+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了期货+互联网市场竞争格局。随后，报告对期货+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了期货+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对期货+互联网产业有个系统的了解或者想投资期货+互联网行业，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 互联网环境下期货行业的机会与挑战

### 第一节 2015年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

##### （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 互联网环境下期货行业的机会与挑战

#### 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 互联网期货行业的改造与重构

#### 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 期货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 期货行业发展现状分析

#### 第一节 期货行业发展现状分析

- 一、期货行业产业政策分析
- 二、期货行业发展现状分析

从金融期货市场来看，2016年前2个月全国金融期货市场累计成交量为0.032亿手，累计成交额为3.15万亿元，相比2015年前2个月累计成交量为0.5亿手和53.76万亿元，同比大幅萎缩93.6%和94.14%。2016年初的金融期货市场活跃度远低于2015年初，这也成为全国期货市场成交额大幅下滑的主要原因。

2011-2016年中国期货市场成交量月度变化

2011-2016年全国期货市场成交额月度变化

- 三、期货行业主要企业分析
- 四、期货行业市场规模分析

#### 第二节 期货行业市场前景分析

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

### 第四章 期货行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 期货电商市场规模与渗透率

- 一、期货电商总体开展情况
- 二、期货电商交易规模分析
- 三、期货电商渠道渗透率分析

#### 第二节 期货电商行业盈利能力分析

- 一、期货电子商务发展有利因素
- 二、期货电子商务发展制约因素
- 三、期货电商行业经营成本分析
- 四、期货电商行业盈利模式分析

## 五、期货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、期货电商行业市场空间测算

#### 二、期货电商市场规模预测分析

#### 三、期货电商发展趋势预测分析

## 第五章 期货企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 期货企业转型电商构建分析

#### 一、期货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、期货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 期货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 期货企业转型电商平台选择分析

#### 一、期货企业电商建设模式

#### 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、期货企业电商平台选择策略

## 第六章 期货行业电子商务运营模式分析

### 第一节 期货电子商务B2B模式分析

一、期货电子商务B2B市场概况

二、期货电子商务B2B盈利模式

三、期货电子商务B2B运营模式

四、期货电子商务B2B的供应链

### 第二节 期货电子商务B2C模式分析

一、期货电子商务B2C市场概况

二、期货电子商务B2C市场规模

三、期货电子商务B2C盈利模式

四、期货电子商务B2C物流模式

五、期货电商B2C物流模式选择

### 第三节 期货电子商务C2C模式分析

一、期货电子商务C2C市场概况

二、期货电子商务C2C盈利模式

三、期货电子商务C2C信用体系

四、期货电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 期货电子商务O2O模式分析

一、期货电子商务O2O市场概况

二、期货电子商务O2O优势分析

三、期货电子商务O2O营销模式

四、期货电子商务O2O潜在风险

## 第七章 期货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 期货企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY LII)

### 第一节 期货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 期货企业转型电商物流投资分析
- 一、期货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、期货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
- 第三节 期货企业电商市场策略分析

图表目录：

图表 2010-2015年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2015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 传统期货消费存在的“痛点”

图表 期货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 2012-2015年期货电商交易规模趋势图

图表 2012-2015年期货电商市场渗透率趋势图

图表 2017-2022年期货电商交易规模预测趋势图

图表 2017-2022年期货电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/1143822L8M.html>