

# 2021-2027年中国互联网+ 土木建筑件市场发展态势与投资战略报告

## 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

《2021-2027年中国互联网+土木建筑件市场发展态势与投资战略报告》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/jiancai/H47750TQFR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国互联网+土木建筑件市场发展态势与投资战略报告》共八章。首先介绍了互联网+土木建筑件行业市场发展环境、互联网+土木建筑件整体运行态势等，接着分析了互联网+土木建筑件行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+土木建筑件市场竞争格局。随后，报告对互联网+土木建筑件做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+土木建筑件行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+土木建筑件产业有个系统的了解或者想投资互联网+土木建筑件行业，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 互联网环境下土木建筑件行业的机会与挑战

第一节 2017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) 我国网民特点分析
- (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 互联网环境下土木建筑件行业的机会与挑战

- 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 互联网土木建筑件行业的改造与重构

- 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 土木建筑件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 土木建筑件行业发展现状分析

### 第一节 土木建筑件行业发展现状分析

- 一、土木建筑件行业产业政策分析
- 二、土木建筑件行业发展现状分析
- 三、土木建筑件行业主要企业分析
- 四、土木建筑件行业市场规模分析

### 第二节 土木建筑件行业市场前景分析

- 一、土木工程行业发展机遇分析
- 二、土木工程行业市场规模预测 1
- 三、土木工程行业发展前景分析

#### 第四章 土木工程所属行业市场规模与电商未来空间预测

##### 第一节 土木工程电商市场规模与渗透率

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

##### 第二节 土木工程电商所属行业盈利能力分析

- 一、土木工程电子商务发展有利因素
- 二、土木工程电子商务发展制约因素
- 三、土木工程电商所属行业经营成本分析
- 四、土木工程电商所属行业盈利模式分析
- 五、土木工程电商所属行业盈利水平分析

##### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、土木工程电商行业市场空间测算
- 二、土木工程电商市场规模预测分析
- 三、土木工程电商发展趋势预测分析

#### 第五章 土木工程企业互联网战略体系构建及平台选择

##### 第一节 土木工程企业转型电商构建分析

- 一、土木工程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、土木工程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 土木建筑件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 土木建筑件企业转型电商平台选择分析

#### 一、土木建筑件企业电商建设模式

#### 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、土木建筑件企业电商平台选择策略

## 第六章 土木建筑件行业电子商务运营模式分析

### 第一节 土木建筑件电子商务B2B模式分析

#### 一、土木建筑件电子商务B2B市场概况

#### 二、土木建筑件电子商务B2B盈利模式

#### 三、土木建筑件电子商务B2B运营模式

#### 四、土木建筑件电子商务B2B的供应链

### 第二节 土木建筑件电子商务B2C模式分析

#### 一、土木建筑件电子商务B2C市场概况

#### 二、土木建筑件电子商务B2C市场规模

#### 三、土木建筑件电子商务B2C盈利模式

#### 四、土木建筑件电子商务B2C物流模式

#### 五、土木建筑件电商B2C物流模式选择

### 第三节 土木建筑件电子商务C2C模式分析

- 一、土木建筑件电子商务C2C市场概况
- 二、土木建筑件电子商务C2C盈利模式
- 三、土木建筑件电子商务C2C信用体系
- 四、土木建筑件电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 土木建筑件电子商务O2O模式分析

- 一、土木建筑件电子商务O2O市场概况
- 二、土木建筑件电子商务O2O优势分析
- 三、土木建筑件电子商务O2O营销模式
- 四、土木建筑件电子商务O2O潜在风险

## 第七章 土木建筑件主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 广东省土木建筑信息网

- 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 土木工程网

- 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 建筑网

- 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 CO土木在线

- 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 建易网

- 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 2

### 第八章 土木工程企业进入互联网领域投资策略分析

#### 第一节 土木工程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 土木工程企业转型电商物流投资分析

##### 一、土木工程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、土木工程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 土木工程企业电商市场策略分析

部分图表目录：

图表 1 中国网民规模和互联网普及率

图表 2 中国手机网民规模及其占比例

图表 3 中国网民性别结构



图表 4 中国网民年龄结构

图表 5 中国网民学历结构

图表 6 中国网民职业结构

图表 7 中国网民个人月收入结构

图表 8 2016-2019年搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表 9 2016-2019年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表 10 2016-2019年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表 11 2016-2019年团购/手机团购用户规模及使用率

图表 12 2016-2019年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表 13 2016-2019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 14 2016-2019年中国网民各类在线旅行预订服务使用率

图表 15 2016-2019年互联网理财用户规模及使用率

图表 16 2016-2019年即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表 17 2016-2019年微博客/手机微博客用户规模及使用率

图表 18 2016-2019年网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率

图表 19 2016-2019年网络文学/手机网络文学用户规模及使用率

图表 20 2016-2019年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表 21 2017年B2B市场份额分布

图表 22 2017年Q2中国电子商务市场规模占比

图表 23 2017年中国B2B行业分布占比

图表 24 2017年中国B2B融资企业行业分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/H47750TQFR.html>