

2017-2022年中国互联网+ 眼镜市场深度研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+眼镜市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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/Q36189P98G.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

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+” 13

第一节 电子商务发展分析 13

一、电子商务基本定义 13

二、电子商务发展阶段 17

三、电子商务基本特征 19

四、电子商务支撑环境 22

五、电子商务基本模式 24

六、电子商务规模分析 33

第二节 “互联网+”的相关概述 34

一、“互联网+”的提出 34

二、“互联网+”的内涵 35

三、“互联网+”的发展 36

四、“互联网+”的评价 38

五、“互联网+”的趋势 42

第二章 互联网环境下眼镜行业的机会与挑战 44

第一节 2016年中国互联网环境分析 44

一、网民基本情况分析 44

（一）总体网民规模分析 44

（二）分省网民规模分析 47

（三）手机网民规模分析 50

（四）网民属性结构分析 51

二、网民互联网应用状况 55

（一）信息获取情况分析 55

（二）商务交易发展情况 58

（三）交流沟通现状分析 68

（四）网络娱乐应用分析 70

第二节 互联网环境下眼镜行业的机会与挑战 74

一、互联网时代行业大环境的变化 74

二、互联网直击传统行业消费痛点 75

三、互联网助力企业开拓市场 76

四、电商成为传统企业突破口 77

第三节 互联网眼镜行业的改造与重构 78

一、互联网重构行业的供应链格局 78

二、互联网改变生产厂商营销模式 79

三、互联网导致行业利益重新分配 80

四、互联网改变行业未来竞争格局 80

第四节 眼镜与互联网融合创新机会孕育 81

一、电商政策变化趋势分析 81

二、电子商务消费环境趋势分析 84

三、互联网技术对行业支撑作用 87

四、电商黄金发展期机遇分析 88

第三章 眼镜行业发展现状分析 90

第一节 眼镜行业发展现状分析 90

一、眼镜行业产业政策分析 90

二、眼镜行业发展现状分析 93

三、眼镜行业主要企业分析 96

四、眼镜行业市场规模分析 101

第二节 眼镜行业市场前景分析 102

一、眼镜行业发展机遇分析 102

二、眼镜行业市场规模预测 103

三、眼镜行业发展前景分析 104

第四章 眼镜行业市场规模与电商未来空间预测 107

第一节 眼镜电商市场规模与渗透率 107

一、眼镜电商总体开展情况 107

二、眼镜电商交易规模分析 108

三、眼镜电商渠道渗透率分析 109

第二节 眼镜电商行业盈利能力分析 109

一、眼镜电子商务发展有利因素 109

二、眼镜电子商务发展制约因素 110

三、眼镜电商行业经营成本分析 111

四、眼镜电商行业盈利模式分析 111

五、眼镜电商行业盈利水平分析 111

第三节 电商行业未来前景及趋势预测 112

一、眼镜电商行业市场空间测算 112

二、眼镜电商市场规模预测分析 113

三、眼镜电商发展趋势预测分析 113

第五章 眼镜企业互联网战略体系构建及平台选择 114

第一节 眼镜企业转型电商构建分析 114

一、眼镜电子商务关键环节分析 114

(一) 产品采购与组织 114

(二) 电商网站建设 115

(三) 网站品牌建设及营销 117

(四) 服务及物流配送体系 121

(五) 网站增值服务 123

二、眼镜企业电子商务网站构建 125

(一) 网站域名申请 125

(二) 网站运行模式 126

(三) 网站开发规划 128

(四) 网站需求规划 128

第二节 眼镜企业转型电商发展途径 130

一、电商B2B发展模式 130

二、电商B2C发展模式 130

三、电商C2C发展模式 130

四、电商O2O发展模式 131

第三节 眼镜企业转型电商平台选择分析 132

一、眼镜企业电商建设模式 132

二、自建商城网店平台 132

(一) 自建商城概况分析 132

(二) 自建商城优势分析 133

- 三、借助第三方网购平台 134
 - (一) 电商平台的优劣势 134
 - (二) 电商平台盈利模式 138
- 四、电商服务外包模式分析 140
 - (一) 电商服务外包的优势 140
 - (二) 电商服务外包可行性 141
 - (三) 电商服务外包前景 141
- 五、眼镜企业电商平台选择策略 143

第六章 眼镜行业电子商务运营模式分析 144

第一节 眼镜电子商务B2B模式分析 144

- 一、眼镜电子商务B2B市场概况 144
- 二、眼镜电子商务B2B盈利模式 144
- 三、眼镜电子商务B2B运营模式 145
- 四、眼镜电子商务B2B的供应链 145

第二节 眼镜电子商务B2C模式分析 148

- 一、眼镜电子商务B2C市场概况 148
- 二、眼镜电子商务B2C市场规模 149
- 三、眼镜电子商务B2C盈利模式 150
- 四、眼镜电子商务B2C物流模式 153
- 五、眼镜电商B2C物流模式选择 154

第三节 眼镜电子商务C2C模式分析 155

- 一、眼镜电子商务C2C市场概况 155
- 二、眼镜电子商务C2C盈利模式 155
- 三、眼镜电子商务C2C信用体系 156
- 四、眼镜电子商务C2C物流特征 157
- 五、重点C2C电商企业发展分析 157

第四节 眼镜电子商务O2O模式分析 158

- 一、眼镜电子商务O2O市场概况 158
- 二、眼镜电子商务O2O优势分析 159
- 三、眼镜电子商务O2O营销模式 160
- 四、眼镜电子商务O2O潜在风险 161

第七章 眼镜主流网站平台比较及企业入驻选择 167

第一节 可得眼镜网 167

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第二节 温州眼镜网 169

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 人人眼镜网 172

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 中国眼镜交易网 174

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节 123眼镜网 176

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八章 眼镜企业进入互联网领域投资策略分析 179(ZY WZY)

第一节 眼镜企业电子商务市场投资要素 179

- 一、企业自身发展阶段的认知分析 179
- 二、企业开展电子商务目标的确定 180
- 三、企业电子商务发展的认知确定 180
- 四、企业转型电子商务的困境分析 182

第二节 眼镜企业转型电商物流投资分析 184

- 一、眼镜企业电商自建物流分析 184
 - (一) 电商自建物流的优势分析 184

(二) 电商自建物流的负面影响	185
二、眼镜企业电商外包物流分析	187
(一) 快递业务量完成情况	187
(二) 快递业务的收入情况	188
(三) 快递业竞争格局分析	189
第三节 眼镜企业电商市场策略分析	190
国内外眼镜电商	195
国内	195
国外	200

部分图表目录：

图表 1 中国网民规模和互联网普及率	44
图表 2 新网民互联网接入设备使用情况	45
图表 3 非网民不使用互联网的原因	46
图表 4 非网民未来上网意向	47
图表 5 2013-2016年中国内地分省网民规模及互联网普及率	48
图表 6 互联网普及率的省间差异（变异系数）	50
图表 7 中国手机网民规模及其占网民比例	50
图表 8 中国网民性别结构	51
图表 9 中国网民年龄结构	52
图表 10 中国网民学历结构	53
图表 11 中国网民职业结构	53
图表 12 中国网民个人月收入结构	54
图表 13 2013-2016年搜索/手机搜索用户规模及使用率	56
图表 14 2016年综合搜索引擎品牌渗透率	57
图表 15 博客用户规模及使用率	58
图表 16 网络购物规模	58
图表 17 网络购物市场品牌	60
图表 18 团购用户规模	60
图表 19 团购品牌渗透率	61
图表 20 网上支付规模	62
图表 21 网络支付品牌渗透率	64

图表 22 互联网理财用户规模 65
图表 23 在线旅行用户规模 65
图表 24 在线旅游预订产品使用率 67
图表 25 在线旅游预订品牌 67
图表 26 即时通信用户规模 68
图表 27 博客用户规模 70
图表 28 网游用户规模 71
图表 29 网络文学用户规模 72
图表 30 网络视频用户规模 73
图表 31 眼镜制造业销售收入规模 104
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/Q36189P98G.html>