

2022-2027年中国电动自行车电商行业市场全景评估及发展战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国电动自行车电商行业市场全景评估及发展战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/yunying/823693.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国电子商务行业发展现状分析

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

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

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 中国电子商务细分行业分析

一、B2B电子商务发展分析

二、网络零售市场发展分析

第二章 互联网环境下电动自行车行业的机会与挑战

第一节 2021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 互联网环境下电动自行车行业的机会与挑战

- 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 互联网电动自行车行业的改造与重构

- 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 电动自行车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 电动自行车所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 电动自行车所属行业发展现状分析

- 一、电动自行车行业产业政策分析
- 二、电动自行车行业发展现状分析
- 三、电动自行车行业市场规模分析
- 四、电动自行车行业经营效益分析
- 五、电动自行车行业竞争格局分析
- 六、电动自行车行业发展前景预测

第二节 电动自行车电商所属行业市场规模与渗透率

- 一、电动自行车电商总体开展情况
- 二、电动自行车电商交易规模分析
- 三、电动自行车电商渠道渗透率分析

第三节 电动自行车电商所属行业盈利能力分析

- 一、电动自行车电子商务发展有利因素
- 二、电动自行车电子商务发展制约因素
- 三、电动自行车电商行业经营成本分析
- 四、电动自行车电商行业盈利模式分析
- 五、电动自行车电商行业盈利水平分析

第四节 电商所属行业未来前景及趋势预测

- 一、电动自行车电商行业市场空间测算

二、电动自行车电商市场规模预测分析

三、电动自行车电商发展趋势预测分析

第二部分 电商运营策略

第四章 电动自行车企业转型电子商务战略分析

第一节 电动自行车企业转型电商优势分析

- 一、前期投入成本优势
- 二、供应链体系建设优势
- 三、渠道管控优势分析
- 四、零售运营经验优势

第二节 电动自行车企业转型电商流程管理

- 一、网站运营流程管理
- 二、网络销售流程管理
- 三、产品发货流程管理
- 四、采购管理流程管理
- 五、订单销售流程管理
- 六、库房操作流程管理
- 七、订单配送流程管理

第三节 电动自行车强企业电子商务成本分析

- 一、电动自行车电商成本构成分析
- 二、电动自行车电商采购成本分析
- 三、电动自行车电商运营成本分析
- 四、电动自行车电商履约成本分析
- 五、电动自行车电商交易成本分析

第五章 电动自行车企业转型电商体系构建及平台选择

第一节 电动自行车企业转型电商构建分析

一、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、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 电动自行车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 电动自行车企业转型电商平台选择分析

一、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、电动自行车企业电商平台选择策略

第六章 电动自行车行业电子商务运营模式分析

第一节 电动自行车电子商务B2B模式分析

一、电动自行车电子商务B2B市场概况

二、电动自行车电子商务B2B盈利模式

三、电动自行车电子商务B2B运营模式

四、电动自行车电子商务B2B的供应链

第二节 电动自行车电子商务B2C模式分析

一、电动自行车电子商务B2C市场概况

二、电动自行车电子商务B2C市场规模

三、电动自行车电子商务B2C盈利模式

四、电动自行车电子商务B2C物流模式

五、电动自行车电商B2C物流模式选择

第三节 电动自行车电子商务C2C模式分析

一、电动自行车电子商务C2C市场概况

二、电动自行车电子商务C2C盈利模式

三、电动自行车电子商务C2C信用体系

四、电动自行车电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 电动自行车电子商务O2O模式分析

一、电动自行车电子商务O2O市场概况

二、电动自行车电子商务O2O优势分析

三、电动自行车电子商务O2O营销模式

四、电动自行车电子商务O2O潜在风险

第七章 电动自行车主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 天猫商城

一、天猫商城发展基本概述

二、天猫商城用户特征分析

三、天猫商城网购优势分析

四、天猫商城交易规模分析

五、天猫商城平均消费金额分析

六、天猫商城企业入驻情况

第二节 京东商城

一、京东商城发展基本概述

二、京东商城用户特征分析

三、京东商城网购优势分析

四、京东商城交易规模分析

五、京东商城平均消费金额分析

六、京东商城企业入驻情况

第三节 1号店

一、1号店发展基本概述

二、1号店用户特征分析

三、1号店网购优势分析

四、1号店交易规模分析

五、1号店平均消费金额分析

六、1号店企业入驻情况

第四节 苏宁易购

一、苏宁易购发展基本概述

二、苏宁易购用户特征分析

三、苏宁易购网购优势分析

四、苏宁易购交易规模分析

五、苏宁易购平均消费金额分析

六、苏宁易购企业入驻情况

第三部分 行业投资分析

第八章 电动自行车企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 电动自行车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 电动自行车企业转型电商物流投资分析

一、电动自行车企业电商自建物流分析

二、电动自行车企业电商外包物流分析

三、电动自行车电商转型升级策略分析

第三节 电动自行车企业电商市场策略分析

一、卖方控制型市场战略

二、买方控制型市场战略

三、中介控制型市场战略

第四节 电动自行车行业未来发展趋势

图表目录：

图表：2017-2021年中国网民规模及互联网普及率

图表：2017-2021年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2017-2021年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2017-2021年中国网络零售市场交易规模

图表：中国电动自行车B2C市场AMC模型

图表：2017-2021年中国电动自行车电商交易规模趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yunying/823693.html>