

# 2021-2026年中国电热水器电商市场全面调研及行业投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国电热水器电商市场全面调研及行业投资潜力预测报告》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/internet/713914.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

电热水器是指以电作为能源进行加热的热水器。与燃气热水器、太阳能热水器相并列的三大热水器之一。电热水器按加热功率大小可分为储水式（又称容积式或储热式）、即热式、速热式（又称半储水式）三种。

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 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

- （一）电子商务分类

- （二）电子商务功能

- （三）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

- （一）电子商务市场结构

- （二）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 中国电子商务细分行业分析

##### 一、B2B电子商务发展分析

- （一）B2B市场规模分析

- （二）B2B企业规模分析

- （三）B2B市场营收分析

- （四）B2B市场份额分析

- （五）B2B用户规模分析

- （六）B2B发展趋势分析

## 二、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) 网络零售网店规模
- (七) 移动电商市场规模
- (八) 移动电商用户规模
- (九) 海外代购市场规模

## 第二章 互联网环境下电热水器行业的机会与挑战

### 第一节 2020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 互联网环境下电热水器行业的机会与挑战

- 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 互联网电热水器行业的改造与重构

- 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 电热水器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 电热水器所属行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 电热水器行业发展现状分析

#### 一、电热水器行业产业政策分析

#### 二、电热水器行业发展现状分析

#### 三、电热水器行业市场规模分析

#### 四、电热水器行业经营效益分析

#### 五、电热水器行业竞争格局分析

#### 六、电热水器行业发展前景预测

### 第二节 电热水器电商所属行业市场规模与渗透率

#### 一、电热水器电商总体开展情况

#### 二、电热水器电商交易规模分析

#### 三、电热水器电商渠道渗透率分析

### 第三节 电热水器电商所属行业盈利能力分析

#### 一、电热水器电子商务发展有利因素

#### 二、电热水器电子商务发展制约因素

#### 三、电热水器电商行业经营成本分析

#### 四、电热水器电商行业盈利模式分析

#### 五、电热水器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、电热水器电商行业市场空间测算

#### 二、电热水器电商市场规模预测分析

#### 三、电热水器电商发展趋势预测分析

## 第四章 电热水器企业转型电子商务战略分析

### 第一节 电热水器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 电热水器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 电热水器强企业电子商务成本分析

### 一、电热水器电商成本构成分析

### 二、电热水器电商采购成本分析

### 三、电热水器电商运营成本分析

### 四、电热水器电商履约成本分析

### 五、电热水器电商交易成本分析

## 第五章 电热水器企业转型电商体系构建及平台选择

### 第一节 电热水器企业转型电商构建分析

#### 一、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、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 电热水器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 电热水器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

##### （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、电热水器企业电商平台选择策略

### 第六章 电热水器行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 电热水器电子商务B2B模式分析

- 一、电热水器电子商务B2B市场概况
- 二、电热水器电子商务B2B盈利模式
- 三、电热水器电子商务B2B运营模式
- 四、电热水器电子商务B2B的供应链

#### 第二节 电热水器电子商务B2C模式分析

- 一、电热水器电子商务B2C市场概况
- 二、电热水器电子商务B2C市场规模
- 三、电热水器电子商务B2C盈利模式
- 四、电热水器电子商务B2C物流模式
- 五、电热水器电商B2C物流模式选择

#### 第三节 电热水器电子商务C2C模式分析

- 一、电热水器电子商务C2C市场概况
- 二、电热水器电子商务C2C盈利模式
- 三、电热水器电子商务C2C信用体系
- 四、电热水器电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

#### 第四节 电热水器电子商务O2O模式分析

- 一、电热水器电子商务O2O市场概况
- 二、电热水器电子商务O2O优势分析
- 三、电热水器电子商务O2O营销模式
- 四、电热水器电子商务O2O潜在风险

### 第七章 电热水器行业电子商务营销推广模式分析

#### 第一节 搜索引擎营销

- 一、搜索引擎营销现状分析
- 二、搜索引擎营销推广模式
- 三、搜索引擎营销收益分析
- 四、搜索引擎营销竞争分析

#### 第二节 论坛营销

## 一、论坛营销概述分析

## 二、论坛营销优势分析

## 三、论坛营销策略分析

### 第三节 微博营销

#### 一、微博营销概况分析

#### 二、微博营销的优劣势

#### 三、微博营销模式分析

#### 四、微博营销竞争分析

### 第四节 微信营销

#### 一、微信营销概况分析

#### 二、微信营销的优劣势

#### 三、微信营销模式分析

#### 四、微信营销竞争分析

### 第五节 视频营销

#### 一、视频营销概述分析

#### 二、视频营销优势分析

#### 三、视频营销策略分析

#### 四、视频营销竞争分析

### 第六节 问答营销

#### 一、问答营销概述分析

#### 二、问答营销运营模式

#### 三、问答营销竞争分析

### 第七节 百科营销

#### 一、百科营销概况

#### 二、百科营销优势

#### 三、百科营销形式

### 第八节 企业新闻营销

#### 一、企业新闻营销概况

#### 二、企业新闻营销方式

#### 三、企业新闻营销策略

#### 四、新闻营销竞争分析

## 第八章 电热水器行业电商运营优秀案例研究

### 第一节 案例企业（A）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析



三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 第二节 案例企业（B）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 第三节 案例企业（C）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 第四节 案例企业（D）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 第五节 案例企业（E）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

# 第九章 电热水器主流电商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、天猫商城交易品类结构

## 六、天猫商城企业入驻情况

## 七、天猫商城商家经营策略

### 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、京东商城交易品类结构

#### 六、京东商城企业入驻情况

#### 七、京东商城商家经营策略

### 第三节 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、苏宁易购交易品类结构

#### 六、苏宁易购企业入驻情况

#### 七、苏宁易购商家经营策略

### 第四节 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号店交易品类结构

#### 六、1号店企业入驻情况

#### 七、1号店商家经营策略

### 第五节 亚马逊中国

#### 一、亚马逊发展基本概述

#### 二、亚马逊用户特征分析

#### 三、亚马逊网购优势分析

#### 四、亚马逊交易规模分析

## 五、亚马逊交易品类结构

## 六、亚马逊企业入驻情况

## 七、亚马逊商家经营策略

### 第六节 当当网

#### 一、当当网发展基本概述

#### 二、当当网用户特征分析

#### 三、当当网网购优势分析

#### 四、当当网交易规模分析

#### 五、当当网交易品类结构

#### 六、当当网企业入驻情况

#### 七、当当网商家经营策略

### 第十章 电热水器企业进入电子商务领域投资策略分析

#### 第一节 电热水器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 电热水器企业转型电商物流投资分析

##### 一、电热水器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、电热水器企业电商外包物流分析

##### 三、电热水器电商物流构建策略分析

###### （一）入库质量检查

###### （二）在库存储管理

###### （三）出库配货管理

###### （四）发货和派送

###### （五）退货处理

#### 第三节 电热水器企业电商市场策略分析

#### 图表目录：

图表：2016-2020年我国网民规模及互联网普及率

图表：2016-2020年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2016-2020年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2016-2020年我国网络零售市场交易规模

图表：2021-2026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：传统电热水器消费存在的“痛点”

图表：电热水器电子商务重构供应链流程

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/internet/713914.html>