

# 2020-2025年中国手机电商行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国手机电商行业市场前景预测及投资方向研究报告》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/tmt/646276.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

手机电子商务就是在手机上实现电子商务的功能，比如用手机进行网上购物，支付，收发等等与商务有关的活动。

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

##### 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

##### 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）网络零售市场份额

(四) 网络零售用户规模

(五) 移动网购交易规模

## 第二章 互联网环境下手机行业的机会与挑战

### 第一节 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) 手机网民规模分析

(三) 农村网民规模分析

(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

#### 三、移动互联网发展状况

(一) 移动互联网市场规模

(二) 移动互联网流量情况

(三) 移动互联网产业结构

(四) 移动互联网主要特点

### 第二节 互联网环境下手机行业的机会与挑战

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、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网手机行业的改造与重构

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

### 第四节 手机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 手机行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 手机行业发展现状分析

一、手机行业产业政策分析

## 二、手机行业发展现状分析

### 三、手机行业生产情况分析

### 四、国内手机的出货量分析

### 五、智能手机的出货量分析

### 六、手机行业销售情况分析

### 七、手机行业发展前景分析

## 第二节 手机电商市场规模与渗透率

### 一、手机电商总体开展情况

### 二、手机电商交易规模分析

### 三、手机电商渠道渗透率分析

## 第三节 手机电商行业盈利能力分析

### 一、手机电子商务发展有利因素

### 二、手机电子商务发展制约因素

### 三、手机电商行业经营成本分析

### 四、手机电商行业盈利模式分析

### 五、手机电商行业盈利水平分析

## 第四节 电商行业未来前景及趋势预测

### 一、手机电商行业市场空间预测

### 二、手机电商市场规模预测分析

### 三、手机电商发展趋势预测分析

## 第四章 手机企业转型电子商务战略分析

### 第一节 手机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 手机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 手机企业电子商务成本分析

## 一、手机电商成本构成分析

## 二、手机电商采购成本分析

## 三、手机电商运营成本分析

## 四、手机电商履约成本分析

## 五、手机电商交易成本分析

# 第五章 手机企业转型电商体系构建及平台选择

## 第一节 手机企业转型电商构建分析

### 一、手机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）服务体系

#### （五）网站增值服务

### 二、手机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 手机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 手机企业转型电商平台选择分析

### 一、手机企业电商建设模式

### 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、手机企业电商平台选择策略

## 第六章 手机行业电子商务运营模式分析

### 第一节 手机电子商务B2B模式分析

#### 一、手机电子商务B2B盈利模式

#### 二、手机电子商务B2B客户分析

#### 三、手机电子商务B2B采购分析

#### 四、手机电子商务B2B物流分析

### 第二节 手机电子商务B2C模式分析

#### 一、手机电子商务B2C市场概况

#### 二、手机电子商务B2C盈利模式

#### 三、手机电子商务B2C物流模式

#### 四、手机电商B2C物流模式选择

### 第三节 手机电子商务C2C模式分析

#### 一、手机电子商务C2C盈利模式

#### 二、手机电子商务C2C信用体系

#### 三、手机电子商务C2C物流特征

### 第四节 手机电子商务O2O模式分析

#### 一、手机电子商务O2O市场概况

#### 二、手机电子商务O2O优势分析

#### 三、手机电子商务O2O营销模式

#### 四、手机电子商务O2O潜在风险

## 第七章 手机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 博客营销

#### 一、博客营销概况分析

#### 二、博客营销优势分析

#### 三、博客营销模式分析

#### 第四节 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 权威百科营销

- 一、权威百科营销概况
- 二、权威百科营销优势
- 三、权威百科营销形式

#### 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 手机行业电商运营优秀案例研究

#### 第一节 苹果

- 一、网站发展的基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征
- 五、总访问时长区域特征

#### 第二节 小米

- 一、网站发展的基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征



## 五、总访问时长区域特征

### 第三节 华为

#### 一、网站发展的基本概述

#### 二、总覆盖人数区域特征

#### 三、总访问次数区域特征

#### 四、总页面浏览量区域特征

#### 五、总访问时长区域特征

### 第四节 魅族

#### 一、网站发展的基本概述

#### 二、总覆盖人数区域特征

#### 三、总访问次数区域特征

#### 四、总页面浏览量区域特征

#### 五、总访问时长区域特征

### 第五节 机锋市场

#### 一、网站发展的基本概述

#### 二、总覆盖人数区域特征

#### 三、总访问次数区域特征

#### 四、总页面浏览量区域特征

#### 五、总访问时长区域特征

## 第九章 手机主流电商平台比较及企业入驻选择

### 第一节 天猫商城

#### 一、网站发展的基本概述

#### 二、总覆盖人数区域特征

#### 三、总访问次数区域特征

#### 四、总页面浏览量区域特征

#### 五、总访问时长区域特征

#### 六、手机品牌入驻情况

### 第二节 京东商城

#### 一、网站发展的基本概述

#### 二、总覆盖人数区域特征

#### 三、总访问次数区域特征

#### 四、总页面浏览量区域特征

#### 五、总访问时长区域特征

#### 六、手机品牌入驻情况

### 第三节 苏宁易购

- 一、网站发展的基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征
- 五、总访问时长区域特征
- 六、手机品牌入驻情况

#### 第四节 1号店

- 一、网站发展的基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征
- 五、总访问时长区域特征
- 六、手机品牌入驻情况

#### 第五节 国美在线

- 一、网站发展的基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征
- 五、总访问时长区域特征
- 六、手机品牌入驻情况

### 第十章 手机企业进入电子商务领域投资策略分析

#### 第一节 手机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「AK LT」
- 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 手机企业转型电商物流投资分析

##### 一、手机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、手机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

##### 三、手机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) 退货处理分析

### 第三节 手机企业电商市场策略分析

一、电商化总策略

二、O2O电商模式

三、专业B2B网站

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tmt/646276.html>