

# 2015-2020年中国假牙电商 行业分析及投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2015-2020年中国假牙电商行业分析及投资前景评估报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/201508/11-186488.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

义齿就是人们常说的“假牙”。就像把“假腿”、“假肢”称为“义肢”一样，“义齿”的意思就是指为人类尽“义务”的牙齿。医学上是对上、下颌牙部分或全部牙齿缺失后制作的修复体的总称。义齿分为可摘与固定两种。固定义齿（俗称“固定假牙”）是不能由患者自己取戴的，而可摘义齿（俗称“活动假牙”）可以由患者方便地取戴。

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 互联网环境下假牙行业的机会与挑战

### 第一节 2014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 互联网环境下假牙行业的机会与挑战

#### 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 互联网假牙行业的改造与重构

- 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 假牙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 假牙行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 假牙行业发展现状分析

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

#### 第二节 假牙电商市场规模与渗透率

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

#### 第三节 假牙电商行业盈利能力分析

- 一、假牙电子商务发展有利因素
- 二、假牙电子商务发展制约因素
- 三、假牙电商行业经营成本分析
- 四、假牙电商行业盈利模式分析
- 五、假牙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、假牙电商行业市场空间测算
- 二、假牙电商市场规模预测分析
- 三、假牙电商发展趋势预测分析

## 第四章 假牙企业转型电子商务战略分析

### 第一节 假牙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 假牙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 假牙企业电子商务成本分析

- 一、假牙电商成本构成分析
- 二、假牙电商采购成本分析
- 三、假牙电商运营成本分析
- 四、假牙电商履约成本分析
- 五、假牙电商交易成本分析

## 第五章 假牙企业转型电商体系构建及平台选择

### 第一节 假牙企业转型电商构建分析

- 一、假牙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、假牙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 假牙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 假牙企业转型电商平台选择分析

一、假牙企业电商建设模式

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、假牙企业电商平台选择策略

## 第六章 假牙行业电子商务运营模式分析

### 第一节 假牙电子商务B2B模式分析

一、假牙电子商务B2B市场概况

二、假牙电子商务B2B盈利模式

三、假牙电子商务B2B运营模式

四、假牙电子商务B2B的供应链

### 第二节 假牙电子商务B2C模式分析

一、假牙电子商务B2C市场概况

二、假牙电子商务B2C市场规模

三、假牙电子商务B2C盈利模式

四、假牙电子商务B2C物流模式

五、假牙电商B2C物流模式选择

### 第三节 假牙电子商务C2C模式分析

一、假牙电子商务C2C市场概况

二、假牙电子商务C2C盈利模式

三、假牙电子商务C2C信用体系

四、假牙电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 假牙电子商务O2O模式分析

一、假牙电子商务O2O市场概况

二、假牙电子商务O2O优势分析

三、假牙电子商务O2O营销模式

四、假牙电子商务O2O潜在风险

## 第七章 假牙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 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 假牙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

## 第九章 假牙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 假牙企业进入电子商务领域投资策略分析

#### 第一节 假牙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 假牙企业转型电商物流投资分析

一、假牙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、假牙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、假牙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 假牙企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2010-2014年我国网民规模及互联网普及率

图表：2013-2014年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2013-2014年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2012-2014年我国网络零售市场交易规模

图表：2010-2020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：传统假牙消费存在的“痛点”

图表：假牙电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：中国假牙B2C市场AMC模型

图表：2012-2014年中国假牙电商交易规模趋势图

图表：2012-2014年中国假牙电商市场渗透率趋势图

图表：2015-2020年中国假牙电商交易规模预测趋势图

图表：2015-2020年中国假牙电商市场渗透率预测趋势图

略

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201508/11-186488.html>