

2018-2024年中国互联网+ 电动拖把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

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+电动拖把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.chinairr.org/report/R04/R0404/201808/01-269188.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

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

电动拖把的结构包括：一外罩，其内部设置有一双轴马达，连接有一电池盒，为马达提供电力。马达两侧有一对齿轮组包含一左半组及一右半组，两组齿轮均由该马达提供动力，该外罩亦包含此两组齿轮，且两组齿轮左右对称设置。

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国互联网+电动拖把市场深度研究与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了中国互联网+电动拖把行业市场发展环境、中国互联网+电动拖把整体运行态势等，接着分析了中国互联网+电动拖把行业市场运行的现状，然后介绍了中国互联网+电动拖把市场竞争格局。随后，报告对中国互联网+电动拖把做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+电动拖把行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+电动拖把产业有个系统的了解或者想投资互联网+电动拖把行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 电动拖把行业电子商务市场发展状况分析

第一节 2017年电动拖把电商单品分析

一、2017年电动拖把电商天猫畅销单品

二、2017年电动拖把电商京东畅销单品

三、2017年电动拖把电商淘宝畅销单品

第二节 2017年电动拖把电商消费者分析

一、2017年电动拖把电商消费者性别结构

二、2017年电动拖把电商消费者年龄结构

三、2017年电动拖把电商消费者职业结构

四、2017年电动拖把电商消费者地区结构

五、2017年电动拖把电商消费者省份结构

六、2017年电动拖把电商消费者城市结构

第三节 互联网环境下电动拖把行业的机会与挑战

一、互联网时代电动拖把行业大环境如何变化

二、互联网给电动拖把行业带来的突破机遇分析

- 1、互联网如何直击传统电动拖把消费痛点
 - 2、互联网如何助力电动拖把企业开拓市场
 - 3、电商如何成为传统电动拖把企业的突破口
- ## 三、电动拖把电商需要解决的难题和挑战分析

- 1、线上与线下博弈问题分析
- 2、物流与客户体验问题分析
- 3、引流与流量转化率问题分析
- 4、电动拖把企业生产方式变革问题分析

第四节 互联网对电动拖把行业的改造与重构

- 一、互联网重构电动拖把行业供应链格局
- 二、互联网改变电动拖把生产厂商的营销模式分析
- 三、互联网导致电动拖把领域利益重新分配分析
- 四、互联网如何改变电动拖把行业未来竞争格局

第五节 电动拖把与互联网融合创新机会孕育

- 一、电动拖把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分析
- 四、电动拖把电商黄金发展期机遇分析

第二章 互联网环境下电动拖把行业的机会与挑战

第一节 2017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
 - 4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下电动拖把行业的机会与挑战

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 互联网电动拖把行业的改造与重构

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 电动拖把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 电动拖把行业发展现状分析

第一节 电动拖把行业发展现状分析

一、电动拖把行业产业政策分析

二、电动拖把行业发展现状分析

三、电动拖把行业主要企业分析

四、电动拖把行业市场规模分析

第二节 电动拖把行业市场前景分析

一、电动拖把行业发展机遇分析

二、电动拖把行业市场规模预测

三、电动拖把行业发展前景分析

第四章 电动拖把行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 电动拖把电商市场规模与渗透率

一、电动拖把电商总体开展情况

二、电动拖把电商交易规模分析

三、电动拖把电商渠道渗透率分析

第二节 电动拖把电商行业盈利能力分析

- 一、电动拖把电子商务发展有利因素
 - 二、电动拖把电子商务发展制约因素
 - 三、电动拖把电商行业经营成本分析
 - 四、电动拖把电商行业盈利模式分析
 - 五、电动拖把电商行业盈利水平分析
- 第三节 电商行业未来前景及趋势预测
- 一、电动拖把电商行业市场空间测算
 - 二、电动拖把电商市场规模预测分析
 - 三、电动拖把电商发展趋势预测分析

第五章 电动拖把行业电子商务运营模式分析

第一节 电动拖把电子商务B2B模式分析

- 一、电动拖把电子商务B2B市场概况
- 二、电动拖把电子商务B2B盈利模式
- 三、电动拖把电子商务B2B运营模式
- 四、电动拖把电子商务B2B的供应链

第二节 电动拖把电子商务B2C模式分析

- 一、电动拖把电子商务B2C市场概况
- 二、电动拖把电子商务B2C市场规模
- 三、电动拖把电子商务B2C盈利模式
- 四、电动拖把电子商务B2C物流模式
- 五、电动拖把电商B2C物流模式选择

第三节 电动拖把电子商务C2C模式分析

- 一、电动拖把电子商务C2C市场概况
- 二、电动拖把电子商务C2C盈利模式
- 三、电动拖把电子商务C2C信用体系
- 四、电动拖把电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 电动拖把电子商务O2O模式分析

- 一、电动拖把电子商务O2O市场概况
- 二、电动拖把电子商务O2O优势分析
- 三、电动拖把电子商务O2O营销模式

四、电动拖把电子商务O2O潜在风险

第六章 电动拖把主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 京东网站

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第二节 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

第三节 1号店

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 百度商城

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 当当网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析

- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第七章 电动拖把企业切入电商战略规划及模式选择

第一节 电动拖把企业电商发展战略规划

- 一、电动拖把企业电商如何正确定位
- 二、电动拖把电商核心业务确定策略
- 三、电动拖把企业电商化组织变革策略
- 1、电动拖把电商组织结构变革策略分析
- 2、电动拖把电商业务流程重构策略分析

第二节 平台+自营类电动拖把电商运营模式解析

- 一、平台+自营类电动拖把电商优势分析
- 二、垂直自营电商平台化可行性分析
- 三、垂直自营电商平台化成功案例解析
- 四、垂直自营电商平台化经营风险预估
- 五、垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

第三节 电动拖把企业利用第三方平台模式解析

- 一、电动拖把企业利用第三方平台的优劣势分析
- 二、电动拖把企业利用第三方平台运营成本分析
- 三、电动拖把企业利用第三方平台经营风险分析
- 四、电动拖把企业第三方电商平台选择依据分析
- 五、电动拖把企业利用第三方平台运营策略

第八章 电动拖把电商核心竞争力体系构建策略

第一节 电动拖把电商营销推广及引流策略

- 一、电动拖把电商引流成本分析
- 二、电动拖把电商流量转化率水平
- 三、电动拖把电商引流渠道及策略
- 1、搜索引擎引流成效及策略
- 2、社交平台引流成效及策略
- 3、返利网站推广引流成效及策略

4、导购类网站推广引流成效及策略

5、团购网站引流成效及策略

6、广告联盟引流成效及策略

四、电动拖把电商提高转化率的策略

第二节 电动拖把电商物流配送模式选择

一、电动拖把电商物流配送成本分析

二、电动拖把电商物流配送能力要求如何

三、电动拖把电商物流配送模式如何选择

四、电动拖把电商物流如何管理改善空间

第三节 电动拖把电商如何打造极致客户体验

一、电动拖把电商客户体验存在的问题

二、电动拖把电商如何打造极致客户策略

第九章 电动拖把企业移动互联网切入点及突围策略（ZYYF）

第一节 电动拖把企业移动电商切入与运营策略

一、移动互联时代电子商务新趋势

二、主流电商移动端业务现状分析

三、移动电子商务用户行为分析

四、电动拖把企业移动电商的机会与威胁

五、电动拖把企业移动电商切入模式建议

六、电动拖把企业移动电商切入之——微商城开发运营策略

七、电动拖把企业移动电商切入之——电商类APP开发运营策略

1、电动拖把企业电商类APP开发成本

2、电动拖把企业电商类APP功能模块

3、电动拖把企业电商类APP设计要点

4、电动拖把企业电商类APP运营策略

第二节 电动拖把企业如何制胜移动互联网营销新平台

一、移动互联时代市场营销新趋势

二、电动拖把企业移动互联网营销之——微信营销战略

1、微信功能概述及营销价值

2、微信用户行为及营销现状

3、微信的主要营销模式分析

- 4、微信营销的步骤、方法与技巧
 - 5、微信运营与营销优秀案例详解
 - 6、微信下企业的CRM策略分析
- 三、电动拖把企业移动互联网营销之——APP营销战略
- 1、APP营销的特点与价值
 - 2、企业APP营销背景分析
 - 3、APP体系与功能策略方向
 - 4、APP营销的创意路径
 - 5、APP用户体验设计技巧
 - 6、如何找准APP目标客户
 - 7、APP推广的技巧与方法

图表目录：

图表：2015-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2015-2017年我国网络零售市场交易规模

图表：2018-2024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：传统电动拖把消费存在的“痛点”

图表：电动拖把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：2015-2017年电动拖把电商交易规模趋势图

图表：2015-2017年电动拖把电商市场渗透率趋势图

图表：2018-2024年电动拖把电商交易规模预测趋势图

图表：2018-2024年电动拖把电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0404/201808/01-269188.html>