

2019-2025年中国商业百货O2O市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国商业百货O2O市场运行态势及行业发展前景预测报告》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/detail/411848.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

网络已经越来越影响消费群体的生活方式，传统百货也已面临转型之际，线下的强势是百货业的根基，也是其涉足O2O的基础端，在未来线上与线下互补的格局必然会在百货业里完美的呈现。根据O2O产业图谱，长益科技整理出国内十家代表性百货O2O企业，这分别是：银泰百货、长沙友阿、大商集团、邯郸阳光、上品折扣、黄骅信誉楼、南宁百货、仁和春天、长春欧亚以及红旗连锁。

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 行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 商业百货O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国商业百货O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、全球宏观经济环境
- 二、国家宏观经济环境
- 三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

- 一、行业社会环境
- 二、网民用户分析
- 三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

- 一、信息技术水平分析
- 二、客户端软件分析
- 三、技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国商业百货O2O所属行业运行现状分析

第一节 我国商业百货O2O行业发展状况分析

- 一、我国商业百货O2O行业发展历程和阶段
- 二、我国商业百货O2O行业发展概况及特点
- 三、我国商业百货O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2013-2018年商业百货O2O行业运行现状分析

- 一、我国商业百货O2O行业交易规模分析
- 二、我国商业百货O2O行业商品销售额分析
- 三、中国商业百货O2O行业市场发展特点

第三节 2013-2018年商业百货O2O市场经营情况分析

- 一、中国商业百货O2O行业交易总额分析
- 二、中国商业百货O2O行业订单量分析
- 三、中国商业百货O2O行业利润总额分析

第四节 2013-2018年中国商业百货O2O行业企业分析

- 一、企业数量变化分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、网络平台数量分析
- 四、从业人员数量分析

第五节 2013-2018年中国商业百货O2O所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业营运能力分析
- 三、行业偿债能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四章 商业百货O2O的经营模式及转型分析

第一节 商业百货O2O的经营模式

- 一、自建B2C商城
- 二、入驻第三方平台
- 三、移动APP商城
- 四、微信商城
- 五、社交媒体与应用工具

第二节 商业百货O2O转型面临的挑战

- 一、自上而下的“转型”
- 二、分店差异增大营销难度
- 三、联营模式的限制

第三节 商业百货O2O转型优势

- 一、门店优势
- 二、渠道优势
- 三、终端优势

第五章 中国商业百货O2O消费者分析

第一节 消费者人群分析

- 一、消费者年龄结构
- 二、消费者性别比例
- 三、消费者收入水平分析
- 四、消费者职业分析

第二节 核心消费者特点分析

- 一、购买频率
- 二、主要购买平台

三、主要购买产品品类

第三节 消费者需求特点分析

一、网页信息时效性

二、网页浏览流畅度

三、商品质量保障性

第四节 消费者行为影响因素分析

一、品牌知名度

二、优惠活动

三、售后服务

四、支付安全和便捷程度

第三部分 竞争格局分析

第六章 商业百货O2O市场竞争格局及集中度分析

第一节 商业百货O2O行业国际竞争格局分析

一、国际商业百货O2O企业竞争分析

二、国际商业百货O2O市场竞争分析

三、国际商业百货O2O市场集中度分析

四、国际商业百货O2O重点企业竞争力分析

第二节 国内商业百货O2O行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 商业百货O2O行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、市场集中度分析

三、高端市场集中度分析

第四节 商业百货O2O品牌竞争状况分析

一、商业百货O2O品牌消费将主导市场

二、外资占国内商业百货O2O市场

三、国内商业百货O2O行业SWOT分析

第七章 中国商业百货O2O成功案例分析

第一节 天虹

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第二节 徐家汇

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第三节 中商

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第四节 红旗连锁

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第五节 新百

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第六节 大商

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第七节 新世界百货

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第八节 王府井

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第九节 银泰

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第十节 尚品折扣

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第八章 2013-2018年商业百货O2O行业投资发展前景

第一节 2013-2018年商业百货O2O投资情况分析

- 一、投资规模分析
- 二、投资结构分析
- 三、重点投资区域分析

第二节 2018-2024年商业百货O2O行业投资机会分析

- 一、行业投资模式分析
- 二、行业细分领域投资分析
- 三、行业区域投资分析

第三节 2018-2024年商业百货O2O行业发展前景分析

- 一、行业发展趋势分析
- 二、行业市场规模预测
- 三、行业市场需求规模预测
- 四、行业市场整合趋势预测

第九章 商业百货O2O典型案例分析

第一节 银泰百货

- 一、借“互联网+”打造“O号店”
- 二、银泰百货O2O经销模式
- 三、银泰百货O2O发展特点
 - 1、以客为先
 - 2、全渠道战略
 - 3、互联网思维
 - 4、多元化品牌合作方式
 - 5、大数据驱动

第二节 沃尔玛

- 一、“互联网+门店”结合体
- 二、沃尔玛O2O业务分析
- 三、沃尔玛O2O战略布局
- 四、沃尔玛O2O发展趋势

第三节 上品折扣

- 一、全渠道模式下的O2O供应链服务模式
- 二、上品折扣O2O全渠道零售的布局
- 三、上品折扣O2O差异化定位
- 四、上品折扣O2O模式供应链策略

第十章 2018-2024年商业百货O2O行业投资机会与风险防范

第一节 中国商业百货O2O行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国商业百货O2O行业投资风险

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第三节 商业百货O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 商业百货O2O行业投资战略及建议

一、2018-2024年行业投资战略

二、2018-2024年行业投资方式建议

三、2018-2024年行业投资方向建议

图表目录：

图表 商业百货O2O行业产品的分类结构

图表 商业百货O2O行业成长周期图

图表 2018年GDP初步核算数据

图表 GDP环比和同比增长速度

图表 2013-2018年我国GDP季度累计增长图

图表 2018年我国消费价格指数增长趋势图

图表 2018年我国居民人均收入情况

图表 2013-2018年我国居民恩格尔系数情况

图表 2018年我国居民可支配收入情况

图表 2013-2018年我国对外贸易进出口情况

图表 商业百货O2O全球市场规模

图表 2018年商业百货O2O区域集中度

图表 2018年商业百货O2O行业企业集中度

图表 2018年商业百货O2O行业市场集中度

图表 2013-2018年行业市场结构

图表 2013-2018年商业百货O2O行业企业数量

图表 2018-2024年商业百货O2O行业市场规模预测

图表 2018-2024年商业百货O2O行业销售收入预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/411848.html>