

# 2018-2024年中国商业百货O2O市场评估分析及发展前景调研战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国商业百货O2O市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/detail/353869.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

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2013-2017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2013-2017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2013-2017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2013-2017年中国商业百货O2O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
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
二、客户议价能力	三、供应商议价能力	四、供应商议价能力
	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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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
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2013-2017年商业百货O2O行业投资发展前景		
第一节2013-2017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
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
三、重点投资区域分析		一、行业投资模式分析
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
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
三、行业区域投资分析		一、行业发展趋势分析
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
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
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
四、行业市场整合趋势预测		第一节银泰百货
		一、借“互联网+”打造“0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、行业政策风险	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2017年GDP初步核算数据	图表GDP环比和同比增长速度	图表2013-2017年我国GDP季度累计增长图
图表2017年我国消费价格指数增长趋势图	图表2017年我国居民人均收入情况	图表2013-2017年我国居民恩格尔系数情况
图表2017年我国居民可支配收入情况	图表商业百货O2O全球市场规模	图表2013-2017年我国对外贸易进出口情况
图表商业百货O2O区域集中度	图表2017年商业百货O2O行业企业集中度	图表2017年商业百货O2O行业市场集中度
图表2013-2017年商业百货O2O行业企业数量	图表2013-2017年行业市场结构	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/353869.html>