

# 2022-2027年中国防水建筑材料电商行业市场调研 及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国防水建筑材料电商行业市场调研及投资规划建议报告》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/fangchan/835538.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

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 互联网环境下防水建筑材料行业的机会与挑战

#### 1.1 互联网发展概况

##### 1.1.1 互联网普及应用增长分析

- (1) 中国网民数量及互联网普及率
- (2) 中国网民各类网络应用的使用率

##### 1) 网络应用使用率

##### 2) 手机网络应用使用率

##### 1.1.2 网络购物市场发展情况分析

- (1) 电子商务规模
- (2) 网络零售市场交易规模
- (3) 在线销售的企业比例

##### 1.1.3 移动互联网发展情况分析

- (1) 移动互联网网民规模
- (2) 移动网购市场

#### 1.2 互联网环境下防水建筑材料行业的机会与挑战

##### 1.2.1 互联网带来的变革分析

##### 1.2.2 互联网时代防水建筑材料行业大环境如何变化

##### 1.2.3 互联网给防水建筑材料行业带来的突破机遇分析

- (1) 互联网如何直击传统防水建筑材料消费痛点
- (2) 互联网如何助力防水建筑材料企业开拓市场
- (3) 电商如何成为传统防水建筑材料企业的突破口

##### 1.2.4 防水建筑材料电商需要解决的难题和挑战分析

- (1) 物流问题分析
- (2) 引流与流量转化率问题分析
- (3) 防水建筑材料企业生产方式变革问题分析

#### 1.3 互联网对防水建筑材料行业的改造与重构

##### 1.3.1 互联网如何重构防水建筑材料行业供应链格局

##### 1.3.2 互联网改变防水建筑材料生产厂商的营销模式分析

### 1.3.3 互联网导致防水建筑材料领域利益重新分配分析

### 1.3.4 互联网如何改变防水建筑材料行业未来竞争格局

## 1.4 防水建筑材料与互联网融合创新机会孕育

### 1.4.1 防水建筑材料电商政策变化趋势分析

### 1.4.2 电子商务消费环境趋势分析

(1) 社会信用体系建设不断加强

(2) 物流体系基本建立完成

(3) 支付体系基本建立完成

### 1.4.3 互联网技术对行业支撑作用分析

(1) 基础资源总体情况

(2) IP地址

(3) 域名

(4) 网站

(5) 网络国际出口带宽

### 1.4.4 防水建筑材料电商黄金发展期机遇分析

## 第二章 建筑材料电商行业未来前景与市场空间预测

### 2.1 建筑材料电商发展现状分析

#### 2.1.1 建筑材料电商总体开展情况

#### 2.1.2 建筑材料电商交易规模分析

#### 2.1.3 与国外建筑材料电商渗透率比较

#### 2.1.4 建筑材料电商占网络零售比重

#### 2.1.5 建筑材料电商交易品类格局

#### 2.1.6 双11建筑材料电商业绩

### 2.2 建筑材料电商行业市场格局分析

#### 2.2.1 建筑材料电商行业参与者结构

#### 2.2.2 建筑材料电商行业市场占有率

#### 2.2.3 建筑材料电商所属行业盈利能力分析

### 2.3 建筑材料电商行业未来前景及趋势前瞻

#### 2.3.1 建筑材料电商行业市场潜力分析

#### 2.3.2 2022-2027年建筑材料市场规模预测

#### 2.3.3 2022-2027年建筑材料电商规模预测

## 第三章 防水建筑材料企业切入电商战略规划及模式选择

### 3.1 防水建筑材料企业电商投资前景规划

#### 3.1.1 防水建筑材料企业电商如何正确定位

#### 3.1.2 防水建筑材料电商核心业务确定策略

### 3.1.3 防水建筑材料企业电商化组织变革策略

(1) 防水建筑材料电商组织结构变革策略分析

(2) 防水建筑材料电商业务流程重构策略分析

### 3.1.4 防水建筑材料企业电商发展模式

## 3.2 垂直平台类防水建筑材料电商运营模式解析

### 3.2.1 垂直平台类电商业务系统结构分析

### 3.2.2 垂直平台类防水建筑材料电商盈利模式分析

### 3.2.3 垂直平台类防水建筑材料电商运营成本分析

### 3.2.4 垂直平台类防水建筑材料电商盈利空间分析

### 3.2.5 垂直平台类防水建筑材料电商经营风险分析

### 3.2.6 垂直平台类防水建筑材料电商优劣势分析

### 3.2.7 垂直平台类防水建筑材料电商关键资源能力分析

## 3.3 垂直自营类防水建筑材料电商运营模式解析

### 3.3.1 垂直自营类电商业务系统结构分析

### 3.3.2 垂直自营类防水建筑材料电商盈利模式分析

### 3.3.3 垂直自营类防水建筑材料电商运营成本分析

### 3.3.4 垂直自营类防水建筑材料电商盈利空间分析

### 3.3.5 垂直自营类防水建筑材料电商经营风险分析

### 3.3.6 垂直自营类防水建筑材料电商优劣势分析

### 3.3.7 垂直自营类防水建筑材料电商关键资源能力分析

## 3.4 平台+自营类防水建筑材料电商运营模式解析

### 3.4.1 平台+自营类防水建筑材料电商优势分析

### 3.4.2 垂直自营电商平台化可行性分析

### 3.4.3 垂直自营电商平台化成功案例解析

### 3.4.4 垂直自营电商平台化经营风险预估

### 3.4.5 垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

### 3.4.6 垂直自营电商平台化的切入策略

## 3.5 防水建筑材料企业利用第三方平台模式解析

### 3.5.1 防水建筑材料企业利用第三方平台的优劣势分析

### 3.5.2 防水建筑材料企业利用第三方平台运营成本分析

### 3.5.3 防水建筑材料企业利用第三方平台盈利空间分析

### 3.5.4 防水建筑材料企业利用第三方平台经营风险分析

### 3.5.5 防水建筑材料企业第三方电商平台选择依据分析

### 3.5.6 防水建筑材料企业利用第三方平台运营策略

## 第四章 防水建筑材料电商O2O战略布局及实施与运营

- 4.1 防水建筑材料O2O面临的机遇与挑战
  - 4.1.1 O2O为什么是防水建筑材料电商最佳模式
  - 4.1.2 O2O主流思路及实施关键如何
    - (1) O2O模式主流思路解析
    - (2) O2O模式实施关键分析
  - 4.1.3 防水建筑材料电商O2O面临的机遇分析
  - 4.1.4 防水建筑材料电商O2O面临的挑战分析
- 4.2 防水建筑材料电商O2O典型模式剖析
  - 4.2.1 建科防水公司O2O模式
    - (1) 企业O2O模式逻辑
    - (2) 企业O2O实施与运营
  - 4.2.2 蓝尼防水技术有限公司O2O模式
    - (1) 企业O2O模式逻辑
    - (2) 企业O2O实施与运营
  - 4.2.3 德高O2O模式
    - (1) 企业O2O模式逻辑
    - (2) 企业O2O实施与运营
  - 4.2.4 中国O2O建材网
    - (1) 企业O2O模式逻辑
    - (2) 企业O2O实施与运营
- 4.3 防水建筑材料企业O2O设计与运营分析
  - 4.3.1 防水建筑材料企业O2O的产品设计分析
  - 4.3.2 防水建筑材料企业O2O的运营支撑体系分析
  - 4.3.3 防水建筑材料企业O2O的社会化营销策略
  - 4.3.4 防水建筑材料企业O2O的消费体验分析
  - 4.3.5 防水建筑材料企业O2O的数据化运营情况分析
- 4.4 防水建筑材料企业O2O布局战略规划
  - 4.4.1 防水建筑材料企业构建O2O闭环的核心分析
  - 4.4.2 防水建筑材料企业O2O的准入门槛及挑战分析
  - 4.4.3 防水建筑材料企业O2O执行中需注意的问题
  - 4.4.4 防水建筑材料企业O2O战略规划及实施要点
- 第五章 防水建筑材料电商核心竞争力体系构建策略
  - 5.1 防水建筑材料电商营销推广及引流策略
    - 5.1.1 防水建筑材料电商引流成本分析
    - 5.1.2 防水建筑材料电商流量转化率水平

### 5.1.3 防水建筑材料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) 导购网站引流成效及策略
- (4) 团购网站引流成效及策略
- (5) 广告联盟引流成效及策略

### 5.1.4 防水建筑材料电商提高转化率的策略

## 5.2 防水建筑材料电商物流配送模式选择

### 5.2.1 防水建筑材料电商物流配送成本分析

### 5.2.2 防水建筑材料电商物流配送能力要求如何

### 5.2.3 防水建筑材料电商物流配送模式如何选择

- (1) 防水建筑材料电商物流模式类型及比较
- (2) 防水建筑材料电商如何选择物流模式
- (3) 防水建筑材料电商自建仓储物流成本分析

### 5.2.4 防水建筑材料电商物流如何管理改善空间

## 5.3 防水建筑材料电商如何打造极致客户体验

### 5.3.1 防水建筑材料电商客户体验存在的问题

### 5.3.2 防水建筑材料电商如何打造极致客户策略

## 第六章 防水建筑材料行业企业分析

### 6.1 德高中国

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 6.2 蓝盾之星

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 6.3 东方雨虹

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 6.4 红星美凯龙

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

## 6.5 美乐乐

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

## 第七章 防水建筑材料企业移动互联网切入点及突围策略

### 7.1 移动互联网商业价值及企业切入点

#### 7.1.1 移动互联网商业价值及切入点分析

#### 7.1.2 2022-2027年移动互联网发展预测

- (1) 2022-2027年移动互联网趋势分析
- (2) 2022-2027年移动电子商务市场预测
- (3) 2022-2027年移动营销市场趋势分析

#### 7.1.3 2022-2027年移动互联网发展趋势前瞻

### 7.2 防水建筑材料企业移动电商切入与运营策略

#### 7.2.1 移动互联时代电子商务新趋势

#### 7.2.2 主流电商移动端业务现状分析

#### 7.2.3 移动电子商务用户行为分析

#### 7.2.4 防水建筑材料企业移动电商的机会与威胁

#### 7.2.5 防水建筑材料企业移动电商切入模式建议

#### 7.2.6 防水建筑材料企业移动电商切入之——微商城开发运营策略

- (1) 微商城商户接入流程/要求
- (2) 微商城商户接入资费标准
- (3) 防水建筑材料企业如何运营微商城
- (4) 防水建筑材料企业微商城运营风险及优化
- (5) 防水建筑材料企业微商城营销推广策略
- (6) 防水建筑材料行业微商城运营优秀案例

#### 7.2.7 防水建筑材料企业移动电商切入之——电商类APP开发运营策略

- (1) 防水建筑材料企业电商类APP开发成本
- (2) 防水建筑材料企业电商类APP功能模块
- (3) 防水建筑材料企业电商类APP设计要点
- (4) 防水建筑材料企业电商类APP运营策略

## 7.3 防水建筑材料企业如何制胜移动互联网营销新平台

### 7.3.1 移动互联时代市场营销新趋势

- (1) 移动互联网营销的特点
- (2) 移动互联网营销的应用形式
- (3) 移动互联网营销产业链结构
- (4) 移动互联网营销发展趋势前瞻

### 7.3.2 防水建筑材料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) 微信营销效果的评估标准分析
- (7) 微信下企业的CRM策略分析

### 7.3.3 防水建筑材料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
- (8) APP如何提升运营效果
- (9) APP营销优秀实战案例

### 7.3.4 防水建筑材料企业移动互联网营销之——微博营销战略

- (1) 微博营销的特点与价值
- (2) 微博用户行为及营销现状
- (3) 微博营销的策略与技巧
- (4) 微博营销优秀案例详解
- (5) 中小企业微博营销实战对策
- (6) 微博营销风险及应对策略

## 第八章 防水建筑材料主流电商平台比较及企业入驻选择

### 8.1 天猫

#### 8.1.1 天猫平台品类规划

#### 8.1.2 天猫平台防水建筑材料经营情况

### 8.1.3 天猫平台防水建筑材料企业入驻条件及费用

### 8.1.4 防水建筑材料企业入驻天猫优劣势剖析

## 8.2 京东

### 8.2.1 京东平台品类规划

### 8.2.2 京东平台防水建筑材料经营情况

### 8.2.3 京东平台防水建筑材料企业入驻条件及费用

### 8.2.4 防水建筑材料企业入驻京东优劣势剖析

## 8.3 齐家网

### 8.3.1 齐家网平台品类规划

### 8.3.2 齐家网防水建筑材料经营情况

### 8.3.3 齐家网平台防水建筑材料企业入驻条件及费用

### 8.3.4 防水建筑材料企业入驻齐家网优劣势剖析

## 8.4 居然在线

### 8.4.1 居然在线平台品类规划

### 8.4.2 居然在线品牌入驻情况

### 8.4.3 居然在线经营情况

### 8.4.4 居然在线平台防水建筑材料企业入驻条件

### 8.4.5 防水建筑材料企业入驻居然在线优劣势剖析

## 第九章 国外防水建筑材料电商典型模式及在我国适应性分析

### 9.1 国外防水建筑材料电商发展状况介绍

#### 9.1.1 国际防水建筑材料制造市场发展状况

#### 9.1.2 国外防水建筑材料电商发展背景

#### 9.1.3 国外防水建筑材料电商发展现状

#### 9.1.4 国外防水建筑材料电商发展模式

#### 9.1.5 国外防水建筑材料电商格局分析

### 9.2 中外防水建筑材料电商发展对比分析

#### 9.2.1 中外防水建筑材料电商规模及现状比较

#### 9.2.2 中外防水建筑材料电商商业环境比较

#### 9.2.3 中外防水建筑材料电商消费需求比较

#### 9.2.4 中外防水建筑材料电商用户体验比较

#### 9.2.5 中外防水建筑材料电商发展模式比较

### 9.3 国外防水建筑材料电商典型企业商业模式及适应性

#### 9.3.1 法国派丽集团

##### (1) 企业发展简介

##### (2) 企业电商经营情况

- (3) 企业电商模式解构
- (4) 企业电商运营策略
- (5) 企业电商模式在我国适应性分析

#### 9.3.2 瑞士西卡集团

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业电商经营情况
- (3) 企业电商模式解构
- (4) 企业电商运营策略
- (5) 企业电商模式在我国适应性分析

#### 9.3.3 德国汉高百得

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业电商经营情况
- (3) 企业电商模式解构
- (4) 企业电商运营策略
- (5) 企业电商模式在我国适应性分析

### 第十章 防水建筑材料行业经营数据及网购分析

#### 10.1 防水建筑材料行业经营数据分析

##### 10.1.1 防水建筑材料行业政策动向及影响

- (1) 行业相关政策动向
- (2) 防水建筑材料技术标准
- (3) 政策环境影响分析

##### 10.1.2 防水建筑材料所属行业供需平衡分析

- (1) 全国防水建筑材料所属行业总产值分析
- (2) 全国防水建筑材料所属行业产成品分析
- (3) 全国防水建筑材料所属行业销售产值分析
- (4) 全国防水建筑材料所属行业销售收入分析
- (5) 全国防水建筑材料所属行业产销率分析

##### 10.1.3 防水建筑材料所属行业经营效益分析

- (1) 防水建筑材料所属行业经营效益分析
- (2) 防水建筑材料所属行业盈利能力分析

##### 10.1.4 防水建筑材料行业竞争格局分析

- (1) 防水建筑材料企业竞争分析
- (2) 防水建筑材料行业议价能力分析
- (3) 防水建筑材料行业潜在威胁分析

##### 10.1.5 防水建筑材料行业主要产品市场分析

10.1.6 防水建筑材料行业趋势预测分析

10.2 家居建筑材料网购及电商服务分析

10.2.1 家居建筑材料网购情况分析

10.2.2 家居建筑材料电商服务分析

10.2.3 消费者家居建筑材料网购态度分析

10.2.4 家居建筑材料网购不满意情况处理

图表目录：

图表1：2021年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表2：2021年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表3：2021年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）

图表4：2021年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表5：2021年我国网络零售市场交易规模（单位：亿元，%）

图表6：2021年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）

图表7：部分行业中开展在线销售的企业比例（单位：%）

图表8：2021年我国移动网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表9：2021年中国移动购物市场规模变动（单位：亿元）

图表10：互联网带来的变革简析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/fangchan/835538.html>