

# 2017-2023年中国互联网+婚庆用品行业市场竞争格局及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国互联网+婚庆用品行业市场竞争格局及发展前景预测报告》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.chyxx.com/research/201709/559871.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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：

第一章电子商务与“互联网+”15

第一节电子商务发展分析15

一、电子商务基本定义15

二、电子商务发展阶段18

三、电子商务基本特征21

四、电子商务支撑环境22

五、电子商务基本模式23

（一）电子商务分类23

（二）电子商务功能27

（三）电子商务运营模式29

六、电子商务规模分析32

第二节“互联网+”的相关概述33

一、“互联网+”的提出33

二、“互联网+”的内涵35

三、“互联网+”的发展37

四、“互联网+”的评价37

五、“互联网+”的趋势39

第二章互联网环境下婚庆用品行业的机会与挑战46

第一节中国互联网环境分析46

一、网民基本情况分析46

（一）总体网民规模分析46

（二）分省网民规模分析46

（三）手机网民规模分析49

（四）网民属性结构分析50

二、网民互联网应用状况52

（一）信息获取情况分析52

（二）商务交易发展情况52

（三）交流沟通现状分析52

（四）网络娱乐应用分析53

第二节互联网环境下婚庆用品行业的机会与挑战53

一、互联网时代行业大环境的变化53

二、互联网直击传统行业消费痛点54

- 三、互联网助力企业开拓市场55
- 四、电商成为传统企业突破口55
- 第三节互联网婚庆用品行业的改造与重构58
  - 一、互联网重构行业的供应链格局58
  - 二、互联网改变生产厂商营销模式59
  - 三、互联网导致行业利益重新分配60
  - 四、互联网改变行业未来竞争格局61
- 第四节婚庆用品与互联网融合创新机会孕育61
  - 一、电商政策变化趋势分析61
  - 二、电子商务消费环境趋势分析62
  - 三、互联网技术对行业支撑作用63
  - 四、电商黄金发展期机遇分析64
- 第三章婚庆用品行业发展现状分析66
  - 第一节婚庆用品行业发展现状分析66
    - 一、婚庆用品行业产业政策分析66
    - 二、婚庆用品行业发展现状分析67
    - 三、婚庆用品行业主要企业分析71
    - 四、婚庆用品行业市场规模分析72
  - 第二节婚庆用品行业市场前景分析73
    - 一、婚庆用品行业发展机遇分析73
    - 二、婚庆用品行业市场规模预测74
    - 三、婚庆用品行业发展前景分析75
- 第四章婚庆用品行业市场规模与电商未来空间预测76
  - 第一节婚庆用品电商市场规模与渗透率76
    - 一、婚庆用品电商总体开展情况76
    - 二、婚庆用品电商交易规模分析78
    - 三、婚庆用品电商渠道渗透率分析79
  - 第二节婚庆用品电商行业盈利能力分析80
    - 一、婚庆用品电子商务发展有利因素80
    - 二、婚庆用品电子商务发展制约因素80
    - 三、婚庆用品电商行业经营成本分析82
    - 四、婚庆用品电商行业盈利模式分析83
    - 五、婚庆用品电商行业盈利水平分析83
  - 第三节电商行业未来前景及趋势预测84
    - 一、婚庆用品电商行业市场空间测算84

- 二、婚庆用品电商市场规模预测分析84
- 三、婚庆用品电商发展趋势预测分析85
- 第五章婚庆用品企业互联网战略体系构建及平台选择86
- 第一节婚庆用品企业转型电商构建分析86
- 一、婚庆用品电子商务关键环节分析86
  - (一) 产品采购与组织86
  - (二) 电商网站建设89
  - (三) 网站品牌建设及营销90
  - (四) 服务及物流配送体系94
  - (五) 网站增值服务96
- 二、婚庆用品企业电子商务网站构建97
  - (一) 网站域名申请97
  - (二) 网站运行模式97
  - (三) 网站开发规划98
  - (四) 网站需求规划99
- 第二节婚庆用品企业转型电商发展途径100
- 一、电商B2B发展模式100
- 二、电商B2C发展模式100
- 三、电商C2C发展模式101
- 四、电商O2O发展模式101
- 第三节婚庆用品企业转型电商平台选择分析101
- 一、婚庆用品企业电商建设模式101
- 二、自建商城网店平台102
  - (一) 自建商城概况分析102
  - (二) 自建商城优势分析103
- 三、借助第三方网购平台104
  - (一) 电商平台的优劣势104
  - (二) 电商平台盈利模式104
- 四、电商服务外包模式分析106
  - (一) 电商服务外包的优势106
  - (二) 电商服务外包可行性106
  - (三) 电商服务外包前景110
- 五、婚庆用品企业电商平台选择策略112
- 第六章婚庆用品行业电子商务运营模式分析115
- 一、婚庆用品电子商务B2B市场概况115

- 二、婚庆用品电子商务B2B盈利模式116
- 三、婚庆用品电子商务B2B运营模式117
- 四、婚庆用品电子商务B2B的供应链118
- 第二节婚庆用品电子商务B2C模式分析119
  - 一、婚庆用品电子商务B2C市场概况119
  - 二、婚庆用品电子商务B2C市场规模119
  - 三、婚庆用品电子商务B2C盈利模式122
  - 四、婚庆用品电子商务B2C物流模式123
  - 五、婚庆用品电商B2C物流模式选择123
- 第三节婚庆用品电子商务C2C模式分析124
  - 一、婚庆用品电子商务C2C市场概况124
  - 二、婚庆用品电子商务C2C盈利模式125
  - 三、婚庆用品电子商务C2C信用体系126
  - 四、婚庆用品电子商务C2C物流特征126
  - 五、重点C2C电商企业发展分析127
- 第四节婚庆用品电子商务O2O模式分析134
  - 一、婚庆用品电子商务O2O市场概况134
  - 二、婚庆用品电子商务O2O优势分析134
  - 三、婚庆用品电子商务O2O营销模式135
  - 四、婚庆用品电子商务O2O潜在风险136
- 第七章婚庆用品主流网站平台比较及企业入驻选择138
  - 第一节礼意久久138
    - 一、网站发展基本概述138
      - (一) 企业偿债能力分析138
      - (二) 企业运营能力分析140
      - (三) 企业盈利能力分析143
    - 二、网站用户特征分析144
    - 三、网站覆盖人数分析145
    - 四、网站访问次数分析145
    - 五、网站发展策略分析147
  - 第二节中国婚庆用品网147
    - 一、网站发展基本概述147
      - (一) 企业偿债能力分析147
      - (二) 企业运营能力分析149
      - (三) 企业盈利能力分析153

二、网站用户特征分析154

三、网站覆盖人数分析154

四、网站访问次数分析155

五、网站发展策略分析155

第三节造婚礼妈妈网155

一、网站发展基本概述155

(一) 企业偿债能力分析156

(二) 企业运营能力分析158

(三) 企业盈利能力分析161

二、网站用户特征分析162

三、网站覆盖人数分析162

四、网站访问次数分析162

五、网站发展策略分析163

第四节久久结婚网163

一、网站发展基本概述163

(一) 企业偿债能力分析163

(二) 企业运营能力分析165

(三) 企业盈利能力分析169

二、网站用户特征分析170

三、网站覆盖人数分析170

四、网站访问次数分析170

五、网站发展策略分析171

第五节幸福婚嫁网171

一、网站发展基本概述171

(一) 企业偿债能力分析171

(二) 企业运营能力分析173

(三) 企业盈利能力分析176

二、网站用户特征分析177

三、网站覆盖人数分析178

四、网站访问次数分析178

五、网站发展策略分析178

第八章 (ZY ZF) 婚庆用品企业进入互联网领域投资策略分析179

第一节婚庆用品企业电子商务市场投资要素179

一、企业自身发展阶段的认知分析179

二、企业开展电子商务目标的确定180

三、企业电子商务发展的认知确定180

四、企业转型电子商务的困境分析181

第二节婚庆用品企业转型电商物流投资分析184

一、婚庆用品企业电商自建物流分析184

(一) 电商自建物流的优势分析184

(二) 电商自建物流的负面影响186

二、婚庆用品企业电商外包物流分析189

(一) 快递业务量完成情况189

(二) 快递业务的收入情况190

(三) 快递业竞争格局分析192

第三节婚庆用品企业电商市场策略分析194

图表目录：

图表12017-2023年中国电子商务市场交易规模32

图表2中国网民规模和互联网普及率46

图表32015年中国内地分省网民规模及互联网普及率47

图表4中国手机网民规模及其占网民比例49

图表5中国网民性别结构50

图表6中国网民年龄结构50

图表7中国网民学历结构51

图表82015-2017年我国婚庆用品行业销售收入及增长情况74

图表92015-2017年我国婚庆用品行业销售收入及增长对比74

图表102015-2017年我国婚庆用品电商交易规模及增长情况78

图表112015-2017年我国婚庆用品电商交易规模及增长对比79

图表122016-2017年我国婚庆用品电商渠道渗透率79

图表13近3年深圳礼意久久网络科技有限公司资产负债率变化情况138

图表14近3年深圳礼意久久网络科技有限公司产权比率变化情况139

图表15近3年深圳礼意久久网络科技有限公司固定资产周转次数情况140

图表16近3年深圳礼意久久网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况141

图表17近3年深圳礼意久久网络科技有限公司总资产周转次数变化情况142

图表18近3年深圳礼意久久网络科技有限公司销售毛利率变化情况143

图表19近3年浙江网盛生意宝股份有限公司资产负债率变化情况148

图表20近3年浙江网盛生意宝股份有限公司产权比率变化情况149

图表21近3年浙江网盛生意宝股份有限公司固定资产周转次数情况150

图表22近3年浙江网盛生意宝股份有限公司流动资产周转次数变化情况151

图表23近3年浙江网盛生意宝股份有限公司总资产周转次数变化情况152



图表24	近3年浙江网盛生意宝股份有限公司销售毛利率变化情况	153
图表25	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司资产负债率变化情况	156
图表26	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司产权比率变化情况	157
图表27	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司固定资产周转次数情况	158
图表28	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司流动资产周转次数变化情况	159
图表29	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司总资产周转次数变化情况	160
图表30	近3年杭州龙贵名门文化策划有限公司销售毛利率变化情况	161
图表31	近3年安徽久网软件科技有限公司资产负债率变化情况	164
图表32	近3年安徽久网软件科技有限公司产权比率变化情况	165
图表33	近3年安徽久网软件科技有限公司固定资产周转次数情况	166
图表34	近3年安徽久网软件科技有限公司流动资产周转次数变化情况	167
图表35	近3年安徽久网软件科技有限公司总资产周转次数变化情况	168
图表36	近3年安徽久网软件科技有限公司销售毛利率变化情况	169
图表37	近3年北京东辉创想科技有限公司资产负债率变化情况	172
图表38	近3年北京东辉创想科技有限公司产权比率变化情况	173
图表39	近3年北京东辉创想科技有限公司固定资产周转次数情况	174
图表40	近3年北京东辉创想科技有限公司流动资产周转次数变化情况	175
图表41	近3年北京东辉创想科技有限公司总资产周转次数变化情况	176
图表42	近3年北京东辉创想科技有限公司销售毛利率变化情况	177
图表43	2015年全国各省市快递业务量与业务收入数据一览表	190

表格目录：

表格1	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司资产负债率变化情况	138
表格2	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司产权比率变化情况	139
表格3	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司固定资产周转次数情况	140
表格4	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况	141
表格5	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司总资产周转次数变化情况	142
表格6	近4年深圳礼意久久网络科技有限公司销售毛利率变化情况	143
表格7	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司资产负债率变化情况	147
表格8	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司产权比率变化情况	148
表格9	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司固定资产周转次数情况	150
表格10	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司流动资产周转次数变化情况	151
表格11	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司总资产周转次数变化情况	152
表格12	近4年浙江网盛生意宝股份有限公司销售毛利率变化情况	153
表格13	近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司资产负债率变化情况	156
表格14	近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司产权比率变化情况	157

表格15近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司固定资产周转次数情况158

表格16近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司流动资产周转次数变化情况159

表格17近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司总资产周转次数变化情况160

表格18近4年杭州龙贵名门文化策划有限公司销售毛利率变化情况161

表格19近4年安徽久网软件科技有限公司资产负债率变化情况164

表格20近4年安徽久网软件科技有限公司产权比率变化情况165

表格21近4年安徽久网软件科技有限公司固定资产周转次数情况166

表格22近4年安徽久网软件科技有限公司流动资产周转次数变化情况167

表格23近4年安徽久网软件科技有限公司总资产周转次数变化情况168

表格24近4年安徽久网软件科技有限公司销售毛利率变化情况169

表格25近4年北京东辉创想科技有限公司资产负债率变化情况171

表格26近4年北京东辉创想科技有限公司产权比率变化情况172

表格27近4年北京东辉创想科技有限公司固定资产周转次数情况173

表格28近4年北京东辉创想科技有限公司流动资产周转次数变化情况174

表格29近4年北京东辉创想科技有限公司总资产周转次数变化情况175

表格30近4年北京东辉创想科技有限公司销售毛利率变化情况176

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/559871.html>