

2019-2025年中国小程序电商行业市场运营模式分析及发展趋势预测研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国小程序电商行业市场运营模式分析及发展趋势预测报告》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/201812/699772.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

小程序不是为了电商而生，但就其发展现状来看，小程序对电商的赋能是最直接的。蘑菇街、转转等上线小程序之后所带来的实实在在的数据暴涨，就是最有力的证明。

小程序从2017年1月9日上线不过1年零3个月的时间就收获了2.5亿日活用户，这也意味着，在微信10亿日活的生态之下，小程序还有巨大的增量市场可以开拓。

小程序相比于APP和公众平台，具有2个优点：1.其界面和功能基本和原生APP相差无几，能够完美替代原生APP，用户从APP转移到微信小程序几乎是0门槛；2.相对于APP来说，小程序的微信原生性使得它无需经过微信跳转APP的过程，拼单转化率更高。

2014-2018年我国移动互联网交易规模增速逐渐放缓，从2015年同比增长129.9%降到2017年30.5%，2018年预计同比增长22.2%。移动互联网交易规模在GDP中占比仍然逐年增长，预计2018年占GDP9.6%，创历史新高。

2016年1月-2018年6月中国移动互联网月活跃用户规模

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2019-2025年中国小程序电商应用行业市场发展模式调研及投资趋势分析研究报告》共九章。首先介绍了小程序电商应用行业市场发展环境、小程序电商应用整体运行态势等，接着分析了小程序电商应用行业市场运行的现状，然后介绍了小程序电商应用市场竞争格局。随后，报告对小程序电商应用做了重点企业经营状况分析，最后分析了小程序电商应用行业发展趋势与投资预测。您若想对小程序电商应用产业有个系统的了解或者想投资小程序电商应用行业，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 中国电子商务行业发展现状分析

第一节 电子商务基本概况

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

(一) 电子商务分类

(二) 电子商务功能

（三）电子商务运营模式

第二节 中国电子商务规模分析

一、电子商务交易规模分析

二、电子商务市场结构分析

（一）电子商务市场结构

（二）电子商务区域结构

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

第三节 中国电子商务细分行业分析

一、B2B电子商务发展分析

（一）B2B市场规模分析

（二）B2B企业规模分析

（三）B2B市场营收分析

（四）B2B市场份额分析

（五）B2B用户规模分析

（六）B2B发展趋势分析

二、网络零售市场发展分析

（一）网络零售交易规模

（二）网络零售市场占比

（三）网络零售企业规模

（四）网络零售市场份额

（五）网络零售用户规模

（六）网络零售网店规模

（七）移动电商市场规模

（八）移动电商用户规模

（九）海外代购市场规模

第二章 互联网环境下小程序电商行业的机会与挑战

第一节 中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下小程序电商行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

2017年3月人均手机APP安装数量为17.1个，其中24岁以下及25-30岁人群APP数量高于平均，31岁以上人群APP平均安装数量少于平均。在人均APP数量较少的情况下，移动互联网的竞争更加激烈。

2017年3月各年龄段APP使用个数分布

数据来源：公开资料整理

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 互联网小程序电商行业的改造与重构

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 小程序电商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 小程序电商行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 小程序电商行业发展现状分析

一、小程序电商行业产业政策分析

二、小程序电商行业发展现状分析

三、小程序电商行业市场规模分析

四、小程序电商行业经营效益分析

五、小程序电商行业竞争格局分析

六、小程序电商行业发展前景预测

第二节 小程序电商电商市场规模与渗透率

一、小程序电商电商总体开展情况

二、小程序电商电商交易规模分析

三、小程序电商渠道渗透率分析

第三节 小程序电商行业盈利能力分析

一、小程序电商电子商务发展有利因素

二、小程序电商电子商务发展制约因素

三、小程序电商行业经营成本分析

四、小程序电商行业盈利模式分析

五、小程序电商行业盈利水平分析

第四节 小程序电商行业未来前景及趋势预测

一、小程序电商行业市场空间测算

二、小程序电商市场规模预测分析

三、小程序电商发展趋势预测分析

第四章 小程序电商转型电子商务战略分析

第一节 小程序电商转型电商优势分析

一、前期投入成本优势

二、供应链体系建设优势

三、渠道管控优势分析

四、零售运营经验优势

第二节 小程序电商转型电商流程管理

一、网站运营流程管理

二、网络销售流程管理

三、产品发货流程管理

四、采购管理流程管理

五、订单销售流程管理

六、库房操作流程管理

七、订单配送流程管理

第三节 小程序电商电子商务成本分析

一、小程序电商成本构成分析

二、小程序电商采购成本分析

三、小程序电商运营成本分析

四、小程序电商履约成本分析

五、小程序电商交易成本分析

第五章 小程序电商转型电商体系构建及平台选择

第一节 小程序电商转型电商构建分析

一、小程序电商电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、小程序电商电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节 小程序电商转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 小程序电商转型电商平台选择分析

- 一、小程序电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
 - (一) 自建商城概况分析
 - (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
 - (一) 电商平台的优劣势
 - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - (一) 电商服务外包的优势
 - (二) 电商服务外包可行性
 - (三) 电商服务外包前景
- 五、小程序电商平台选择策略

第六章 小程序电商行业电子商务运营模式分析

第一节 小程序电商电子商务B2B模式分析

- 一、小程序电商电子商务B2B市场概况
- 二、小程序电商电子商务B2B盈利模式
- 三、小程序电商电子商务B2B运营模式
- 四、小程序电商电子商务B2B的供应链

第二节 小程序电商电子商务B2C模式分析

- 一、小程序电商电子商务B2C市场概况

二、小程序电商电子商务B2C市场规模

三、小程序电商电子商务B2C盈利模式

四、小程序电商电子商务B2C物流模式

五、小程序电商B2C物流模式选择

第三节 小程序电商电子商务C2C模式分析

一、小程序电商电子商务C2C市场概况

二、小程序电商电子商务C2C盈利模式

三、小程序电商电子商务C2C信用体系

四、小程序电商电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 小程序电商电子商务O2O模式分析

一、小程序电商电子商务O2O市场概况

二、小程序电商电子商务O2O优势分析

三、小程序电商电子商务O2O营销模式

四、小程序电商电子商务O2O潜在风险

第七章 小程序电商行业运营优秀案例研究

第一节 案例企业（A）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

第二节 案例企业（B）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

第三节 案例企业（C）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

第八章 小程序电商主流电商平台比较及企业入驻选择

第一节 拼多多

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

第二节 京东商城

一、京东商城发展基本概述

二、京东商城用户特征分析

三、京东商城网购优势分析

四、京东商城交易规模分析

第三节 唯品会

一、唯品会发展基本概述

二、唯品会用户特征分析

三、唯品会网购优势分析

四、唯品会交易规模分析

第四节 摩拜单车

一、摩拜单车发展基本概述

二、摩拜单车用户特征分析

三、摩拜单车交易规模分析

第五节 美团

一、美团发展基本概述

二、美团用户特征分析

三、美团网购优势分析

四、美团交易规模分析

第五节 微快递

一、微快递发展基本概述

二、微快递用户特征分析

三、微快递网购优势分析

四、微快递交易规模分析

.....

第九章 小程序电商进入电子商务领域投资策略分析（ZYZF）

第一节 小程序电商电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 小程序电商转型电商物流投资分析

一、小程序电商自建物流分析

- (一) 电商自建物流的优势分析
- (二) 电商自建物流的负面影响
- 二、小程序电商外包物流分析
 - (一) 快递业务量完成情况
 - (二) 快递业务的收入情况
 - (三) 快递业竞争格局分析
- 三、小程序电商物流构建策略分析
 - (一) 入库质量检查
 - (二) 在库存储管理
 - (三) 出库配货管理
 - (四) 发货和派送
 - (五) 退货处理

第三节 小程序电商市场策略分析 (ZYZF)

图表目录：

- 图表：2015-2018年我国网民规模及互联网普及率
 - 图表：2015-2018年中国网民各类网络应用的使用率
 - 图表：2015-2018年中国网民各类手机网络应用的使用率
 - 图表：2015-2018年我国网络零售市场交易规模
 - 图表：2015-2018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：传统小程序电商消费存在的“痛点”
 - 图表：小程序电商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：中国小程序电商B2C市场AMC模型
 - 图表：2015-2018年中国小程序电商电商交易规模趋势图
 - 图表：2015-2018年中国小程序电商电商市场渗透率趋势图
 - 图表：2019-2025年中国小程序电商电商交易规模预测趋势图
 - 图表：2019-2025年中国小程序电商电商市场渗透率预测趋势图
- 略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201812/699772.html>