

# 2021-2026年中国家居日用O2O市场调查研究及行业投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国家居日用O2O市场调查研究及行业投资潜力预测报告》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/channel/cosmetics/706514.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

日用品又名生活用品，是普通人日常使用的物品，生活必需品，即是家庭用品，家居食物、家庭用具及家庭电器等。

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 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

#### 第四节 中国城市O2O发展水平分析

##### 一、各线城市O2O发展水平

##### 二、各经济带O2O发展水平

##### 三、重点城市O2O发展水平

##### 四、用户群体应用水平研究

## 第二章 互联网环境下家居日用行业的机会与挑战

### 第一节 “互联网+”的相关概述

#### 一、“互联网+”的提出

#### 二、“互联网+”的内涵

#### 三、“互联网+”的发展

#### 四、“互联网+”的评价

#### 五、“互联网+”的趋势

### 第二节 互联网环境下家居日用行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 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 家居日用电商需要解决的难题和挑战分析
  - 一、线上与线下博弈问题分析
  - 二、物流与客户体验问题分析
  - 三、引流与流量转化率问题分析
- 第四节 互联网环境下家居日用行业的改造与重构
  - 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
- 第五节 家居日用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 家居日用行业市场规模与电商空间预测
  - 第一节 家居日用市场发展现状分析
    - 一、家居日用行业产业政策分析
    - 二、家居日用行业发展现状分析
    - 三、家居日用行业市场规模分析
    - 四、家居日用行业重点企业分析
    - 五、家居日用行业市场竞争格局
  - 第二节 家居日用行业发展前景预测分析
    - 一、影响行业发展有利因素
    - 二、影响行业发展不利因素
    - 三、家居日用市场前景预测分析
  - 第三节 家居日用电商市场规模与渗透率
    - 一、家居日用电商总体开展情况
    - 二、家居日用电商渠道渗透率分析
  - 第四节 电商行业未来前景及趋势预测
    - 一、家居日用电商行业市场空间测算
    - 二、家居日用电商市场规模预测分析

### 三、家居日用电商发展趋势预测分析

#### 第四章 O2O模式的发展及主要类型

##### 第一节 导流类O2O模式

- 一、团购
- 二、导航
- 三、APP入口
- 四、单品爆款

##### 第二节 整合类O2O模式

- 一、线上线下整合
- 二、电子商务化
- 三、统一云收银
- 四、全渠道零售

##### 第三节 体验类O2O模式

- 一、免费Wi-Fi
- 二、社区店
- 三、生活方式
- 四、1小时急达

##### 第四节 定制类O2O模式

- 一、产品定制
- 二、按月订购
- 三、私人定制
- 四、众包定制

##### 第五节 社交类O2O模式

- 一、社交矩阵
- 二、全民营销
- 三、粉丝自媒体
- 四、口碑点评

##### 第六节 平台类O2O模式

- 一、通用积分平台
- 二、优惠券平台
- 三、价值链平台
- 四、开放平台

#### 第五章 家居日用行业O2O商业设计及实施方案

##### 第一节 家居日用行业O2O设计核心

- 一、O2O设计核心策略

二、O2O设计核心特点

三、O2O设计核心趋势

四、O2O设计核心范围

第二节 家居日用行业O2O蓝图规划

一、O2O业务蓝图规划

二、O2O技术蓝图规划

三、O2O平台方向规划

四、O2O蓝图突出要点

第三节 家居日用行业O2O设计要点

一、O2O模式产品设计

二、O2O模式服务设计

三、O2O模式交互设计

四、O2O模式全渠道设计

五、O2O模式体验店设计

六、O2O模式促销体验设计

第四节 家居日用行业O2O模式实施方案

一、电子商务化阶段

二、精细化运营阶段

三、客户体验阶段

四、口碑推荐阶段

五、开放平台阶段

第五节 家居日用行业O2O模式金融方案

一、O2O金融流程概述

二、O2O金融解决方案

三、O2O金融业务案例

第六章 家居日用行业O2O模式场景设计

第一节 家居日用行业O2O活动场景基础

一、客户细分

二、客户接触点

三、客户生命周期

四、客户体验

第二节 家居日用行业O2O活动场景要素

一、O2O活动场景要素

二、O2O活动场景结构

三、O2O标准活动场景

#### 四、O2O活动场景设计

##### 第三节 家居日用行业O2O活动场景模式

- 一、爆款模式
- 二、专场定制模式
- 三、新品宣传及预售模式
- 四、关联产品销售模式
- 五、消费者参与模式

#### 第七章 家居日用行业O2O营销推广策略分析

##### 第一节 O2O移动电商切入--微商城运营

##### 第二节 O2O营销推广---APP开发营销策略

##### 第三节 O2O营销推广---二维码营销策略

##### 第四节 O2O营销推广---微信营销战略

##### 第五节 O2O营销推广---微博营销战略

#### 第八章 移动支付助力家居日用行业O2O发展

##### 第一节 移动支付产业发展现状

- 一、移动支付产业的发展历程
- 二、影响移动支付发展的因素
- 三、移动支付产业的发展特征

##### 第二节 移动支付产业链结构分析

- 一、移动支付产业链简介
- 二、移动支付产业链构成
- 三、移动支付产业链特征

##### 第三节 移动支付发展规模分析

- 一、移动支付行业用户规模分析
- 二、移动支付行业市场规模分析
- 三、移动支付行业市场容量预测

##### 第四节 移动支付用户消费调研分析

- 一、移动支付用户区域分布情况
- 二、移动支付用户手机操作系统
- 三、移动支付用户使用手机支付方式
- 四、移动支付用户认知程度分析
- 五、消费者移动支付额外成本接受度

##### 第五节 中国移动支付用户调研结果分析

- 一、影响用户使用移动支付的关键因素
- 二、移动支付用户交易支付方式分析

三、移动支付用户期待使用支付方式

四、移动支付服务用户认为需做改善

## 第九章 家居日用行业O2O应用模式及案例分析

### 第一节 企业A

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第二节 企业B

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第三节 企业C

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第四节 企业D

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源

四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

### 第五节 企业E

一、企业产品及发展现状

二、企业O2O商业模式分析

三、企业O2O模式核心资源



四、企业O2O模式客户细分

五、企业O2O模式合作伙伴

六、企业O2O模式运营策略

第十章 家居日用行业O2O市场机遇及前景分析

第一节 家居日用行业O2O市场机遇及挑战

一、家居日用行业O2O模式优势分析

二、家居日用行业O2O模式劣势分析

三、家居日用行业O2O模式发展机遇

四、家居日用行业O2O模式面临威胁

第二节 家居日用行业O2O模式潜力指标分析

一、恰当的使用频率

二、运营推广的能力

三、线下商务谈判能力

四、匹配的服务能力

五、O2O商业化的设计

第三节 家居日用行业O2O模式选择及前景分析

一、家居日用行业O2O模式切入点寻找

（一）客户基数大领域

（二）客单价高的领域

（三）高频率单价领域

二、家居日用行业O2O运用团队组成

（一）产品及技术人才建设

（二）线下团队营销推广实施

三、家居日用行业O2O模式的选择及前景

（一）家居日用行业O2O模式的选择

（二）家居日用行业O2O盈利模式构建

（三）家居日用行业O2O运营前景分析

图表目录：

图表O2O的定义

图表O2O模式简介

图表O2O发展阶段分析

图表O2O产业结构图

图表O2O应用分布情况

图表O2O市场细分领域

图表各线城市发展水平评估

图表用户群体应用水平研究

图表2016-2020年中国O2O市场规模分析

图表2016-2020年家居日用O2O市场交易规模趋势图

图表2021-2026年家居日用O2O市场交易预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/706514.html>