

# 2020-2026年中国塑胶地板 电商行业深度调研与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国塑胶地板电商行业深度调研与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201909/142507.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着互联网技术已渗透到人们生活的方方面面，改变了人们的消费习惯和行为方式。互联网也在深刻地影响并改变着各行各业。在互联网的大浪潮下，如何快速抓住时机，利用互联网思维来重塑行业，实现转型升级，是塑胶地板企业必须深入思考的一个问题。

PVC地板（塑胶地板）是目前在国外非常流行的一种轻型体地面铺装材料，在欧美及日韩等国家颇受欢迎。在国内，PVC塑胶地板广泛应用于家庭住宅与公共场合的地面铺装，受到了消费者的普遍认可。

与目前主流的木地板不同的是，PVC地板是采用聚氯乙烯为主要材料，加入填料、增塑剂、稳定剂、着色剂等辅料加工而成。由于是塑胶材质，PVC地板成本相对较低，且经久耐用，不易磨损，因此，在工厂、学校、医院、商场、娱乐场所等公共场所应用广泛，且呈逐年上升的趋势。

在最初进入国内市场时，PVC地板主要以进口品牌为主，而随着国内地板产业的高速发展，自主品牌的PVC地板开始逐步取代进口品牌，在国内市场上占据了重要地位。同时，国产PVC地板还出口海外市场，在国际、国内两大市场上与国外品牌形成竞争。2017年10月全

| 全国塑料制品类产品进口统计表 单位：万美元 |      |         |         |          |         |         |         |                    |                |                  |         |          |          |
|-----------------------|------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|--------------------|----------------|------------------|---------|----------|----------|
| 商品名称                  | 计量单位 | 当月数量    | 当月金额    | 一至当月量    | 一至当月额   | 去年同期量   | 去年同期额   | 量同比增长              | 额同比增长          | 塑料制品             | 万美元     | 0.0      | 148207.4 |
| 1.塑料单丝、条、杆、型材及异型      | 吨    | 868.9   | 928.9   | 10060.8  | 9788.4  | 8194.7  | 8475.8  | 22.77              | 15.49          | 2.塑料管及其附件        | 吨       | 5747.8   | 8284.7   |
| 3.塑料板、片、膜、箔、带及扁条      | 吨    | 58854.4 | 80853.3 | 50535.5  | 70288.7 | 16.46   | 15.03   | 3.塑料板、片、膜、箔、带及扁条   | 吨              | 87335.2          | 85017.4 | 865762.3 | 879400.7 |
| 4.塑料人造革、合成革           | 吨    | 4061.8  | 33810.0 | 42851.7  | 35171.6 | 41641.6 | -3.87   | 2.91               | 5.塑料包装箱及容器及其附件 | 吨                | 18078.5 | 9477.9   | 188915.0 |
| 6.塑料零件                | 吨    | 10403.7 | 26687.3 | 104454.4 | 24684.0 | 90184.3 | 8.12    | 15.82              | 7.建筑用塑料制品      | 吨                | 3627.7  | 1424.0   | 39565.9  |
| (1)塑料糊墙品和铺地制品         | 吨    | 34271.9 | 10032.4 | 34748.9  | 9959.2  | -1.37   | 0.74    | (2)塑料门、窗、窗板(帘)及类似品 | 吨              | 449.3            | 285.3   | 3359.5   | 1985.4   |
| (3)其他建筑用塑料制品          | 吨    | 181.0   | 185.7   | 1934.4   | 1845.0  | 1584.5  | 1602.1  | 22.09              | 15.16          | 8.日用塑料制品         | 万美元     | 0.0      | 3100.4   |
| (1)塑料制餐具及厨房用具         | 吨    | 912.0   | 1066.3  | 9335.2   | 9293.5  | 7995.0  | 7806.3  | 16.76              | 19.05          | (2)塑料卫生设备、洁具及其配件 | 吨       | 2787.4   | 1532.1   |
| (3)塑料制办公室或学校用品        | 吨    | 81.1    | 66.9    | 1242.2   | 777.9   | 32437.1 | 11383.1 | -10.44             | 9.84           | (4)其他日用塑料制品      | 万美元     | 0.0      | 435.2    |
| (4)其他日用塑料制品           | 万美元  | 0.0     | 435.2   | 0.0      | 4431.1  | 0.0     | 4218.1  |                    |                |                  |         |          |          |

0.00 5.05 9.其他塑料制品 万美元 0.0 25508.5 0.0 262761.2 0.0 247920.7 0.00 5.99 数据来源：中国轻工业联合会，中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国塑胶地板电商行业深度调研与投资前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。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 互联网环境下塑胶地板行业的机会与挑战

### 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

截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，半年共计新增网民1992万人。互联网普及率为54.3%，较2016年底提升1.1个百分点。2016年6月-2017年6月我国网民规模及互联网普及率统计

| 年份       | 网民数（万人） | 互联网普及率（%） |
|----------|---------|-----------|
| 2012年6月  | 53760   | 39.9      |
| 2012年12月 | 56400   | 42.1      |
| 2013年6月  | 59056   | 44.1      |
| 2013年12月 | 61758   | 45.8      |
| 2014年6月  | 63200   | 46.9      |
| 2014年12月 | 64875   | 47.9      |
| 2015年6月  | 66769   | 48.8      |
| 2015年12月 | 68826   | 50.3      |
| 2016年6月  | 70958   | 51.7      |
| 2016年12月 | 73125   | 53.2      |
| 2017年6月  | 75116   | 54.3      |

数据来源：公开资料整理我国网民规模及互联网普及率走势图数据来源：公开资料整理

2017年上半年，我国网民规模增长趋于稳定，互联网行业持续稳健发展，互联网已成为推动我国经济社会发展的重要力量。以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。同时，在线政务、共享出行、移动支付等领域的快速发展，成为改善民生、增进社会福祉的强力助推器。

伴随着我国互联网的高速发展，相关行业监管体系也逐步完善。2017年上半年，国家互联网信息办公室出台《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》，对互联网站、应用程序、即时通信工具、微博、直播等服务提出规范化管理要求，进一步提高互联网服务管理规范化、

科学化水平，促进互联网服务行业健康有序发展。

## （二）分省网民规模分析

## （三）手机网民规模分析

截至2017年6月，我国手机网民规模达7.24亿，较2016年底增加2830万人。网民使用手机上网的比例由2016年底的95.1%提升至96.3%。2012-2017年中国手机网民规模及其占网民比例数据来源：公开资料整理

随着我国移动互联网进入稳健发展期，行业整体向内容品质化、平台一体化和模式创新化方向发展。首先，各移动应用平台进一步深化内容品质提升，专注细分寻求差异化竞争优势；其次，各类综合应用不断融合社交、信息服务、交通出行及民生服务等功能，打造一体化服务平台，扩大服务范围和影响力；最后，移动互联网行业从业务改造转向模式创新，引领智能社会发展，从智能制造到共享经济，移动互联网的海量数据及大数据技术的应用，为社会生产优化提供更多可能。

## （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 互联网环境下塑胶地板行业的机会与挑战

### 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 互联网塑胶地板行业的改造与重构

### 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 塑胶地板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 塑胶地板行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 塑胶地板行业发展现状分析

#### 一、塑胶地板行业产业政策分析

#### 二、塑胶地板行业发展现状分析

#### 三、塑胶地板行业市场规模分析

#### 四、塑料制品类产品进出口分析2017年10月全国塑料制品类产品出口统计表 单位：万美元

| 商品名称               | 计量单位 | 当月数量     | 当月金额     | 一至当月量     | 一至当月额     | 去年同期量     | 去年同期额     | 量同比增长 | 额同比增长 |
|--------------------|------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| 塑料制品               | 万美元  | 0.0      | 494800.3 | 0.0       | 5075089.5 | 0.0       | 4681654.0 |       |       |
| 1.塑料单丝.条.杆.型材及异型   | 吨    | 18868.7  | 3691.0   | 215144.9  | 38931.5   | 191407.2  | 34397.7   | 12.40 | 13.18 |
| 2.塑料管及其附件          | 吨    | 47055.2  | 17591.5  | 528920.4  | 193231.7  | 472468.1  | 173629.7  | 11.95 | 11.29 |
| 3.塑料板.片.膜.箔.带及扁条   | 吨    | 290309.4 | 83766.5  | 3000406.8 | 857751.9  | 2749783.1 | 782618.0  | 9.11  | 9.60  |
| 4.塑料人造革、合成革        | 吨    | 55517.6  | 19215.4  | 549786.3  | 191536.4  | 526546.3  | 190968.0  | 4.41  | 0.30  |
| 5.塑料包装箱及容器及其附件     | 吨    | 191171.2 | 66442.1  | 1904122.2 | 679361.6  | 1780730.1 | 624162.8  | 6.93  | 8.84  |
| 6.塑料零件             | 吨    | 3452.1   | 5255.3   | 39033.3   | 56753.3   | 33506.9   | 50604.6   | 16.49 | 12.15 |
| 7.建筑用塑料制品          | 吨    | 324016.4 | 49485.6  | 3189530.7 | 489505.8  | 2617340.4 | 408687.1  | 21.86 | 19.78 |
| (1)塑料糊墙品和铺地制品      | 吨    | 254148.7 | 36265.3  | 2441803.1 | 346503.9  | 1931564.5 | 277664.5  | 26.42 | 24.79 |
| (2)塑料门.窗.窗板(帘)及类似品 | 吨    | 17793.3  | 5302.5   | 197186.3  | 54445.5   | 193200.1  | 52802.2   | 2.06  | 3.11  |
| (3)其他建筑用塑料制品       | 吨    | 52074.5  | 7917.8   | 550541.3  | 88556.5   | 492575.8  | 78220.4   | 11.77 | 13.21 |
| 8.日用塑料制品           | 万美元  | 0.0      | 122655.6 | 0.0       | 1274480.6 | 0.0       | 1186198.1 | 0.00  | 7.44  |
| (1)塑料制餐具及厨房用具      | 吨    | 100617.2 | 37584.9  | 1078931.7 | 404369.2  | 986204.0  | 385265.6  | 9.40  | 4.96  |
| (2)塑料卫生设备.洁具及其配件   | 吨    | 77780.9  | 31880.3  | 823043.3  | 331350.4  | 746495.2  | 287565.7  | 10.25 | 15.23 |
| (3)塑料制办公室或学校用品     | 吨    | 21902.9  | 7476.1   | 275645.4  | 94423.3   | 261225.2  | 89717.9   | 5.52  | 5.24  |
| (4)其他日用塑料制品        | 万美元  | 0.0      | 45714.3  | 0.0       | 444337.8  | 0.0       | 423649.0  | 0.00  | 4.88  |
| 9.其他塑料制品           | 万美元  | 0.0      | 126697.4 | 0.0       | 1293536.7 | 0.0       | 1230388.1 | 0.00  | 5.13  |

数据来源：中国轻工业联合会，中企顾问网整理

#### 五、塑胶地板行业竞争格局分析

#### 六、塑胶地板行业发展前景预测

### 第二节 塑胶地板电商市场规模与渗透率

#### 一、塑胶地板电商总体开展情况

#### 二、塑胶地板电商交易规模分析

#### 三、塑胶地板电商渠道渗透率分析

### 第三节 塑胶地板电商行业盈利能力分析

- 一、塑胶地板电子商务发展有利因素
- 二、塑胶地板电子商务发展制约因素
- 三、塑胶地板电商行业经营成本分析
- 四、塑胶地板电商行业盈利模式分析
- 五、塑胶地板电商行业盈利水平分析

### 第四节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、塑胶地板电商行业市场空间测算
- 二、塑胶地板电商市场规模预测分析
- 三、塑胶地板电商发展趋势预测分析

## 第四章 塑胶地板企业转型电子商务战略分析

### 第一节 塑胶地板企业转型电商优势分析

- 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 塑胶地板企业转型电商流程管理

- 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 塑胶地板企业电子商务成本分析

- 一、塑胶地板电商成本构成分析
- 二、塑胶地板电商采购成本分析
- 三、塑胶地板电商运营成本分析
- 四、塑胶地板电商履约成本分析
- 五、塑胶地板电商交易成本分析

## 第五章 塑胶地板企业转型电商体系构建及平台选择

### 第一节 塑胶地板企业转型电商构建分析



## 一、塑胶地板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、塑胶地板企业电子商务网站构建

- (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 塑胶地板企业转型电商发展途径

### 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 塑胶地板企业转型电商平台选择分析

### 一、塑胶地板企业电商建设模式

#### 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、塑胶地板企业电商平台选择策略

## 第六章 塑胶地板行业电子商务运营模式分析

### 第一节 塑胶地板电子商务B2B模式分析

#### 一、塑胶地板电子商务B2B市场概况

二、塑胶地板电子商务B2B盈利模式

三、塑胶地板电子商务B2B运营模式

四、塑胶地板电子商务B2B的供应链

## 第二节 塑胶地板电子商务B2C模式分析

一、塑胶地板电子商务B2C市场概况

二、塑胶地板电子商务B2C市场规模

三、塑胶地板电子商务B2C盈利模式

四、塑胶地板电子商务B2C物流模式

五、塑胶地板电商B2C物流模式选择

## 第三节 塑胶地板电子商务C2C模式分析

一、塑胶地板电子商务C2C市场概况

二、塑胶地板电子商务C2C盈利模式

三、塑胶地板电子商务C2C信用体系

四、塑胶地板电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

## 第四节 塑胶地板电子商务O2O模式分析

一、塑胶地板电子商务O2O市场概况

二、塑胶地板电子商务O2O优势分析

三、塑胶地板电子商务O2O营销模式

四、塑胶地板电子商务O2O潜在风险

# 第七章 塑胶地板行业电子商务营销推广模式分析

## 第一节 搜索引擎营销

一、搜索引擎营销现状分析

二、搜索引擎营销推广模式

三、搜索引擎营销收益分析

四、搜索引擎营销竞争分析

## 第二节 论坛营销

一、论坛营销概述分析

二、论坛营销优势分析

三、论坛营销策略分析

## 第三节 微博营销

一、微博营销概况分析

二、微博营销的优劣势

三、微博营销模式分析

四、微博营销竞争分析

#### 第四节 微信营销

一、微信营销概况分析

二、微信营销的优劣势

三、微信营销模式分析

四、微信营销竞争分析

#### 第五节 视频营销

一、视频营销概述分析

二、视频营销优势分析

三、视频营销策略分析

四、视频营销竞争分析

#### 第六节 问答营销

一、问答营销概述分析

二、问答营销运营模式

三、问答营销竞争分析

#### 第七节 权威百科营销

一、权威百科营销概况

二、权威百科营销优势

三、权威百科营销形式

#### 第八节 企业新闻营销

一、企业新闻营销概况

二、企业新闻营销方式

三、企业新闻营销策略

四、新闻营销竞争分析

### 第八章 塑胶地板行业电商运营优秀案例研究

#### 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

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 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

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 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

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

# 第九章 塑胶地板主流电商平台比较及企业入驻选择

## 第一节 天猫商城

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

五、天猫商城交易品类结构

六、天猫商城企业入驻情况

七、天猫商城商家经营策略

## 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

五、京东商城交易品类结构

六、京东商城企业入驻情况

## 七、京东商城商家经营策略

### 第三节 苏宁易购

#### 一、苏宁易购发展基本概述

#### 二、苏宁易购用户特征分析

#### 三、苏宁易购网购优势分析

#### 四、苏宁易购交易规模分析

#### 五、苏宁易购交易品类结构

#### 六、苏宁易购企业入驻情况

#### 七、苏宁易购商家经营策略

### 第四节 1号店

#### 一、1号店发展基本概述

#### 二、1号店用户特征分析

#### 三、1号店网购优势分析

#### 四、1号店交易规模分析

#### 五、1号店交易品类结构

#### 六、1号店企业入驻情况

#### 七、1号店商家经营策略

### 第五节 亚马逊中国

#### 一、亚马逊发展基本概述

#### 二、亚马逊用户特征分析

#### 三、亚马逊网购优势分析

#### 四、亚马逊交易规模分析

#### 五、亚马逊交易品类结构

#### 六、亚马逊企业入驻情况

#### 七、亚马逊商家经营策略

### 第六节 当当网

#### 一、当当网发展基本概述

#### 二、当当网用户特征分析

#### 三、当当网网购优势分析

#### 四、当当网交易规模分析

#### 五、当当网交易品类结构

#### 六、当当网企业入驻情况

## 七、当当网商家经营策略

### 第十章 塑胶地板企业进入电子商务领域投资策略分析

#### 第一节 塑胶地板企业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 塑胶地板企业转型电商物流投资分析

##### 一、塑胶地板企业电商自建物流分析

###### （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、塑胶地板企业电商外包物流分析

###### （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、塑胶地板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 塑胶地板企业电商市场策略分析 图表目录：

图表：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2012-2017年我国网络零售市场交易规模

图表：2010-2017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：传统塑胶地板消费存在的“痛点”

图表：塑胶地板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：中国塑胶地板B2C市场AMC模型

图表：2012-2017年中国塑胶地板电商交易规模趋势图

图表：2012-2017年中国塑胶地板电商市场渗透率趋势图

图表：2020-2026年中国塑胶地板电商交易规模预测趋势图

图表：2020-2026年中国塑胶地板电商市场渗透率预测趋势图

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142507.html>