

2018-2023年中国智慧商圈行业市场运营现状调查 及投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国智慧商圈行业市场运营现状调查及投资前景规划预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/301659301659.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、什么是智慧商圈

商圈的概念是在20世纪30年代由德国的地理学家克里斯特勒（W.Christaller）最先提出来的，其核心即商品和服务中心地理论。根据他的理论，商圈指的是以商业的中心地为圆心，以其服务所能辐射的距离为半径而形成的区域。商圈主要分为三个层次，包括中心商业圈、次级商业圈和边缘商业圈。

智慧商圈与传统商圈的区别主要是现代信息技术的引入，而具体什么市智慧商圈，似乎目前并没有一个公认的解释。或许每个人、每个经济发展阶段、每次技术革新都会给出不同的答案。那么，本文从商圈开始讨论，一探什么市“智慧商圈”。通过中国知网（CNKI）数据库，检索有关“商圈”的文献，共获得11026条记录，其中有记录的是从1992年开始，至2008年文献数量呈现递增趋势并达到最高值。这个变化也正好与中国房地产市场的发展情况相吻合。2010之前的研究主要在如何规划和建设商圈，而之后的主流研究转向了如何实现商圈的可持续发展之中，电商也在此时被频频提及。同时，通过检索“智慧商圈”获得结果。

图：智慧商圈的发展趋势

图：智慧商圈所处行业生命周期示意图

二、现状与前景分析

（1）、虚实融合的智慧商圈

O2O（Onlinetooffline）指的就是线上虚拟平台与线下实体经济相互融合的一种模式。消费者可以在线上对实体卖场中的产品进行筛选和购买，也可以从实体进行体验后转到线上进行购买。移动互联网成为连接消费者和商家的一个工具。通过这个工具，商家可以将线下消费行为引导到线上完成，互联网成为商家的交易服务前台。通过这样的虚拟服务前台，可以让消费者可以随时随地享受到商家的及时的服务。

从智慧商圈的发展现在来看，虚实融合目前最热门的发展方向是团购、优惠券、移动支付等涉及交易过程。从发展顺序看，实体客户转到线上给传统经营者带来了极大的威胁。而随着时间的发展，实体商家开始转型做线下实体与线上虚拟相结合的方式。直至现在，虚实融合发展的卖家开始积极探索将实体消费者导入到线上平台进行交易的新模式。线上交易可以有效降低商家的经营成本，也可以为消费者提供更加及时快速的服务。商家也更加注重自身在线上平台的用户评价情况，这极大的提升了商家的服务品质。

全球最大白电企业海尔集团在全国的城市商圈广泛开设了自己的专卖店。而传统的专卖店很难进行统一管理，服务中也出现很多无法有效衔接的问题。而“虚实融合”的提出却改变了这一切，虚网指的是互联网，当然移动互联网也越来越多的被普通消费者所接受。实网指的是营销网、服务网、物流网，通过这三网的融合，让用户能够更加省心的接触到产品本身，虚实融合将会为客户提供一种极致的消费体验。同时，商家也不再担心消费者实体看，线上淘。大型家电也能做到，送装一体，而不用花费大量时间到接货和安装的过程中。通过传统的服务网络为基础，以互联网为手段，虚拟和实体的网络整合为用户提供了更加便捷、舒适、安心的服务。

(2) 智慧商圈在基础功能的建设上的要求并没有太大区别。首先是急速免费Wi-Fi，满足用户的互联网急速接入体验。商圈客户统一的会员信息管理系统。每个商铺都应是一个信息发布者，通过公共的信息发布平台，积极发布商业信息，同时为用户提供更便捷的查询和在线咨询服务。私家车进入商圈是否能根据智能交通系统快速停放车辆。商圈的各类服务是否能通过互联网实现在线快速预订。同时，客户的消费行为是否可以跟踪，通过大数据分析为用户提供更加适宜的产品或服务。

了解每个客户的个性特点，为客户提供差异化的专业服务。未来的智慧商圈，将会成为一个能为用户提供健康、时尚、文化、旅游、社交、刺激、新鲜的快速服务平台。

我国智慧商圈仍处于初级的快速发展阶段，以美团网为主的团购平台，以支付宝和微信为主的移动支付平台，以淘票票、大麦等为主的专业在线订票平台，以O2O、摩拜为主的共享单车等智能化服务平台都在不断刷新人们的消费感受。这些新出现的，以移动互联网为基础的智能化服务软件，为智慧商圈的发展提供了思路。

三、小结

互联网的发展为人们带来了全新的网上购物体验，但是传统商业依然是人们日常生活中不可或缺的一部分。智慧商圈不是将网上的人硬拉到现实中消费，已不是将实体的客户单纯的诱导到线上买单。智慧商圈应该是一种更加健康的、合理的、体验舒适的消费模式。智慧商圈的建设可以极大的提升社会资源的使用效率，减少浪费的情况，让发展更有方向。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 2016-2017年中国智慧商圈行业发展概述

第一节 2016-2017年智慧商圈行业发展情况概述

- 一、智慧商圈行业相关定义
- 二、智慧商圈行业基本情况介绍
- 三、2016-2017年智慧商圈行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国智慧商圈行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智慧商圈行业产业链条分析
- 三、2016-2017年中国智慧商圈行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国智慧商圈行业生命周期分析

- 一、智慧商圈行业生命周期理论概述
- 二、2017年智慧商圈行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年智慧商圈行业经济指标分析

- 一、2016-2017年智慧商圈行业的赢利性分析
- 二、2016-2017年智慧商圈行业的经济周期分析
- 三、智慧商圈行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年中国智慧商圈行业进入壁垒分析

- 一、智慧商圈行业技术壁垒分析
- 二、智慧商圈行业规模壁垒分析
- 三、智慧商圈行业品牌壁垒分析
- 四、智慧商圈行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球智慧商圈行业市场发展现状分析

第一节 全球智慧商圈行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球智慧商圈行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲智慧商圈行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲智慧商圈行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲智慧商圈行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲智慧商圈行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲智慧商圈发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美智慧商圈行业地区市场分析

一、2016-2017年北美智慧商圈行业市场现状分析

二、2016-2017年北美智慧商圈行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美智慧商圈行业市场前景分析

四、2018-2023年北美智慧商圈行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟智慧商圈行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟智慧商圈行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟智慧商圈行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟智慧商圈行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟智慧商圈行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界智慧商圈行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球智慧商圈行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲智慧商圈行业市场规模预测

二、2018-2023年北美智慧商圈行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟智慧商圈行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国智慧商圈产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国智慧商圈行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国智慧商圈产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国智慧商圈产业运行情况

第一节 中国智慧商圈行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国智慧商圈行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国智慧商圈行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2015-2017年中国智慧商圈行业产能情况分析
- 三、2015-2017年中国智慧商圈行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国智慧商圈行业需求情况分析

- 一、2015-2017年中国智慧商圈行业行业需求量分析
- 二、2015-2017年中国智慧商圈行业行业需求区域分布

第四节 2018-2023年中国智慧商圈行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国智慧商圈市场格局分析

第一节 2016-2017年中国智慧商圈行业竞争现状分析

- 一、中国智慧商圈行业竞争情况分析
- 二、中国智慧商圈行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国智慧商圈行业集中度分析

- 一、中国行业市场集中度分析
- 二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国智慧商圈行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国智慧商圈行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国智慧商圈行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国智慧商圈市场价格走势分析

第一节 2016-2017年智慧商圈行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国智慧商圈行业价格现状分析

一、2016-2017年智慧商圈行业平均价格走势回顾分析

二、2018年智慧商圈行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国智慧商圈行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国智慧商圈行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国智慧商圈行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国智慧商圈行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国智慧商圈行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区智慧商圈市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区智慧商圈市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区智慧商圈市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区智慧商圈市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区智慧商圈市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、2015-2017年东北地区智慧商圈市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、2015-2017年西部地区智慧商圈市场规模分析

第八章 2016-2017年中国智慧商圈行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国智慧商圈行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 2016-2017年中国智慧商圈行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国智慧商圈行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国智慧商圈所属行业数据监测

第一节 中国智慧商圈所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国智慧商圈所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国智慧商圈所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国智慧商圈行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业7

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业8

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业9

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业10

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国智慧商圈行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国智慧商圈行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国智慧商圈行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国智慧商圈行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国智慧商圈行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国智慧商圈行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国智慧商圈行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国智慧商圈行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国智慧商圈行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国智慧商圈行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国智慧商圈行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国智慧商圈行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国智慧商圈行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国智慧商圈行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年智慧商圈行业投资风险分析

- 一、2018-2023年智慧商圈行业政策风险分析
- 二、2018-2023年智慧商圈行业技术风险分析
- 三、2018-2023年智慧商圈行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年智慧商圈行业其他风险分析

第二节 2018-2023年智慧商圈行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年智慧商圈行业经营模式
- 二、2018-2023年智慧商圈行业生产模式
- 三、2018-2023年智慧商圈行业销售模式

第三节 2018-2023年智慧商圈行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2023年中国智慧商圈行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国智慧商圈行业品牌战略分析

- 一、智慧商圈企业品牌的重要性
- 二、智慧商圈企业实施品牌战略的意义
- 三、智慧商圈企业品牌的现状分析
- 四、智慧商圈企业的品牌战略
- 五、智慧商圈品牌战略管理的策略

第二节 2018-2023年中国智慧商圈行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2023年中国智慧商圈行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2023年中国智慧商圈行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国智慧商圈行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 2018-2023年中国智慧商圈行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年智慧商圈行业营销模式
- 二、2018-2023年智慧商圈行业营销策略

第三节2018-2023年中国智慧商圈行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2023年中国智慧商圈行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国智慧商圈行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/301659301659.html>