

2020-2026年中国电子商务 市场分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国电子商务市场分析与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/maoyi/006189QMIY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

电子商务作为商业在互联网领域的应用典型，已经拥有了成熟的发展模式，在继续加速增长，相对于实体零售的市场份额在扩张，但同样也面临加速转型的挑战。

电子商务在不断的进化中，正朝着移动化、互动体验及个性化等方向发展。在大数据工具的支撑下，客户、商户、产品的对接系统（支持客户查找产品、支持商户寻找客户）、安全完整的支付体系、快速便捷的物流体系等已经成为构建电商生态圈的必备要素。在此基础上可以整合购物的金融服务、客户营销、物流服务等。由此导致谷歌从广告公司转变为商务平台，而亚马逊从商务平台转变为广告公司，社交媒体在电子商务产品推荐中的比例从2015年的2%上升到2019年的6%。客户的购买成本在上升，品牌价值日益凸显。

《2019年互联网趋势报告》特别专门分析了阿里巴巴集团的“新零售愿景”。报告从股票市值（market capitalization）、商品交易总额（GMV，Gross Merchandise Volume）、收入（Revenue）、毛利率（Gross margin）、自由现金流（Free cash flow）以及国际化程度（本国之外的收入比重）等方面对阿里巴巴集团与亚马逊进行了比较，认为两者专注于相似的领域，阿里巴巴集团比亚马逊有更高的商品交易总额（阿里巴巴为7010亿美元、亚马逊为2250亿美元），但亚马逊有更高的营收（阿里巴巴为340亿美元、亚马逊为1780亿美元）。阿里巴巴集团拥有最全面的商业平台、物流和支付生态系统，其电商平台已经成为中国领先的零售基础设施，支持零售业的数字化转型，推动传统零售业的巨大转变。

2016年中国电子商务市场交易规模20.2万亿元，增长23.6%。中国电子商务市场继续稳步发展。其中，网络购物占比为23.3%，相比2015年占比升高，发展势头良好。2012-2019年中国电子商务市场交易规模及同比增长走势

2016年中国网络购物市场交易规模为4.7万亿元，占社会消费品零售14.2%。网络购物对经济的贡献越来越大，仍是目前零售的主流渠道。

网络购物行业发展日益成熟，各家网络购物企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村网络购物。在综合网络购物格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直网络购物领域深耕，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。2012-2019年中国网络购物市场交易规模及同比增长、在社会消费品零售总额中的渗透率走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国电子商务市场分析与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国网络游戏行业市场发展环境、网络游戏整体运行态势等，接着分析了中国网络游戏行业市场运行的现状，然后介绍了网络游戏市场竞争格局。随后，报告对网络游戏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络游戏行业发展趋势与投资预测。您若

想对网络游戏产业有个系统的了解或者想投资中国网络游戏行业，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：

第一章电子商务行业发展综述

第一节电子商务行业定义及分类

一、行业定义

二、关联对象

1、交易平台

2、平台经营者

3、站内经营者

三、行业特征及功能

四、行业构成要素

五、行业特性及在国民经济中的地位

第二节电子商务对日渐崛起的农村经济的影响

一、概述

二、电子商务的时代必然性

三、电子商务对发展农村经济的作用

四、衡量我国农村实行电子商务的困难

五、我国农村运用电子商务的可行性分析

六、开展我国农村的电子商务的方式

第三节电子商务物流研究分析

一、电子商务物流概念

二、电子商务物流特点

1、信息化

2、自动化

3、网络化

4、智能化

5、柔性化

三、电子商务物流发展方向

四、电子商务物流解决方案

五、电子商务与物流行业的关系

第四节最近3-5年中国电子商务所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章电子商务行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节电子商务行业政治法律环境（P）

二、行业主要法律法规

- 1、《电子商务认证机构管理办法》
- 2、《中华人民共和国电子签名法》
- 3、《中华人民共和国消费者权益保护法》

三、电子商务行业标准

- 1、《第三方电子商务交易平台服务规范》
- 2、《关于网上商业数据的保护办法》
- 3、《电子商务模式规范》
- 4、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 5、《电子支付指引（第一号）》
- 6、《非金融机构支付服务管理办法》

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

- 一、电子商务产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、电子商务产业发展对社会发展的影响

第四节行业技术环境分析（T）

- 一、电子商务技术分析
- 二、电子商务技术发展水平
- 三、电子商务技术发展分析
 - 1、实用技术
 - 2、创新技术
- 四、电子商务四种主要应用技术
 - 1、电子商务的核心技术(EDI)
 - 2、Internet网络技术
 - 3、Web浏览技术
 - 4、数据库技术
- 五、技术环境对行业的影响

第三章国际电子商务所属行业发展分析及经验借鉴

第一节全球电子商务市场总体情况分析

- 一、全球电子商务行业的发展特点
- 二、全球电子商务市场结构
- 三、全球电子商务行业发展分析
- 四、全球电子商务市场区域分布
- 五、国际重点电子商务企业运营分析
 - 1、亚马逊电子商务运营分析
 - 2、ebay电子商务运营分析
 - 3、环球资源电子商务运营分析
 - 4、谷歌电子商务运营分析

第二节全球主要国家电子商务市场分析

- 一、美国
 - 1、美国电子商务行业发展概况
 - 2、美国电子商务发展模式

3、美国电子商务市场结构及规模

4、2018-2024年美国电子商务行业发展前景预测

二、英国

1、英国电子商务行业发展概况

2、英国电子商务发展困境

3、英国电子商务市场结构及规模

4、2018-2024年英国电子商务行业发展前景预测

三、日本

1、日本电子商务行业发展概况

2、日本电子商务发展模式

3、日本电子商务市场结构及规模

4、2018-2024年日本电子商务行业发展前景预测

第四章我国电子商务所属行业运行现状及行业整体指标分析

第一节我国电子商务所属行业发展状况分析

一、我国电子商务所属业发展阶段

二、我国电子商务所属行业发展总体概况

三、我国电子商务所属行业发展特点分析

第二节电子商务行所属业发展现状

一、我国电子商务所属行业市场规模

二、我国电子商务所属行业发展分析

唯品会与京东腾讯合作初见成效，新客转化需要时间。二季度收入同比增加 18%至 207 亿元，非通用会计准则净利润同比下跌 14%至 5.8 亿元，对应非通用会计准则净利润率 2.8%同比下跌 1 个百分点，下跌主要由于二季度大量促销活动中有大力度的打折促销和营销推广费用等。公司三季度收入指引中点比市场预期低。虽然第一季度公司从京东腾讯获得的新客增加，但小程序获客的客单价不高，开始的购买频次也较低，所以新客增加对二季度销售增速贡献不是很强劲，新客转老客需要过程，三季度尚处于转化新客期，因此指引也相对保守。拼多多 MAU 增长环比放缓，年度活跃买家数超过京东。截至 2018 年一季度近一年 GMV 为 1987 亿元，年度活跃买家数量达到 2.96 亿，几乎与京东持平；截至 2019 年二季度，拼多多的年度活跃用户达到 3.44 亿，同比增加 245%，超过了京东 3.2 亿的规模。

MAU 方面，截至 2018 年 3 月 31 日，拼多多的月均 MAU 达 1.66 亿，较 2017 年同期的 1500 万增长超 10 倍，但环比增速自 2018 年起有明显下滑，2018 年二季度月均 MAU 达到 1.95 亿，从

2017年的环比100%左右增速下滑至2018年第二季度的17.3%。2018年二季度单活跃买家年平均支出达762.8元，同比增速达98%，环比增速为13%。2Q18电商收入、同比增长及环比增长情况分析2018二季度非通用会计准则利润同比增长及环比增长情况分析2018三季度预测/指引同比增长及环比增长情况分析 - 同比增长 环比增长 阿里巴巴（核心商业） 63% 10% 京东 26%至31% -11%至-14% 唯品会 14%至19% -13%至-17%

三、中国电子商务企业发展分析

第三节电子商务市场目标客户群体分析

- 一、目标明确客户
- 二、目标不是很明确
- 三、无目标的游客

第四节电子商务市场消费心理分析

- 一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征
- 二、制约电子商务发展的心理因素分析
- 三、电子商务中现代企业的应对策略

第五节中国电子商务行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业交易规模分析
 - 1、电子商务整体数据
 - 2、B2B行业数据
 - 3、网络零售行业数据
 - 4、网络团购行业数据
 - 5、网购投诉数据
 - 6、电商融资数据

第五章电子商务安全及诚信体系

第一节电子商务安全概述

- 一、电子商务应具备的安全要素
- 二、电子商务安全协议分析与比较
- 三、电子商务安全保障存在的问题
- 四、保障电子商务安全的措施
- 五、电子商务安全解决方案的探讨

第二节 电子商务网络信息安全

一、电子商务主要信息安全技术

二、电子商务数字认证

第三节 企业电子商务网站的安全

一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义

二、电子商务网站的系统安全控制

三、电子商务网站的数据安全控制

四、电子商务网络交易平台的安全控制

第四节 移动电子商务安全

一、移动电子商务信息系统安全概述

二、移动电子商务安全支付方案

三、移动电子商务信息系统安全的趋势

四、移动电子商务中的安全隐患

五、移动电子商务安全技术解决方案

第五节 电子商务的诚信体系

一、电子商务信用的建设的重要性

二、中国四种电子商务信用模式

三、我国电子商务信用中存在的问题

四、加强中国电子商务信用建设的措施

第六章 中国电子商务所属行业主要运营模式分析

第一节 B2B电子商务模式

一、B2B电子商务模式概述

二、中国B2B电子商务市场分析

三、中国B2B电子商务盈利模式

四、中国B2B电子商务目标客户

五、中国B2B电子商务采购特征

六、中国B2B电子商务物流特征

七、中国B2B电子商务成本分析

八、中国B2B电子商务存在的问题及对策

第二节 B2C电子商务模式

一、B2C电子商务模式概述

- 二、中国B2C电子商务市场分析
- 三、中国B2C电子商务盈利模式
- 四、中国B2C电子商务目标市场
- 五、中国B2C电子商务采购特征
- 六、中国B2C电子商务物流特征
- 七、中国B2C电子商务成本分析
- 八、中国B2C电子商务存在的问题及对策

第三节C2C电子商务模式

- 一、C2C电子商务模式概述
- 二、中国C2C电子商务市场分析
- 三、中国C2C电子商务盈利模式
- 四、中国C2C电子商务目标客户
- 五、中国C2C电子商务购物流程
- 六、中国C2C电子商务物流特征
- 七、中国C2C电子商务成本分析
- 八、中国C2C电子商务存在的问题及对策

第四节其他电子商务模式

- 一、B2G电子商务模式
- 二、C2G电子商务模式
- 三、B2M电子商务模式
- 四、M2C电子商务模式
- 五、O2O电子商务模式
- 六、社交电子商务模式

第七章中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

第一节网络购物发展现状与趋势分析

- 一、网络购物行业发展概况
- 二、网络购物行业市场分析
- 三、网络购物运营模式分析
- 四、网络购物营销模式分析
- 五、网络购物行业发展趋势

第二节网络团购发展现状与趋势分析

- 一、网络团购行业发展概况
- 二、网络团购市场现状分析
 - 1、网络团购市场企业规模
 - 2、网络团购市场用户规模
 - 3、网络团购市场交易规模
 - 4、网络团购市场份额
- 三、网络团购市场调查情况
- 四、网络团购行业关注度分析
- 五、网络团购市场存在问题及解决对策
- 六、网络团购行业发展趋势分析

第三节 网上支付发展现状与趋势分析

- 一、网上支付行业发展概况
- 二、网上支付交易市场现状分析
- 三、网上支付平台支付模式
 - 1、网关型支付模式
 - 2、信用担保型支付模式
 - 3、支付模式对比
 - 4、第三方支付企业与银行的利益冲突
- 四、网上支付主要认证体系发展现状与趋势
 - 1、网上银行
 - 2、支付宝
 - 3、财付通
 - 4、快钱
 - 5、CHINAPAY
- 五、网上支付行业发展趋势分析

第四节 信息服务发展现状与趋势分析

- 一、信息服务业发展概述
- 二、信息服务业市场规模分析
- 三、信息服务企业发展现状分析
- 四、电子商务信息服务业主要应用市场分析
- 五、电子商务信息服务业运营模式分析
- 六、电子商务信息服务业存在问题及解决对策

七、电子商务信息服务业发展趋势分析

第八章中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

第一节中国移动电子商务发展现状与趋势

一、中国移动电子商务发展概述

1、移动电子商务概念

2、移动电子商务发展阶段

3、移动电子商务产业链分析

二、中国移动电子商务行业发展规模

1、中国移动电子商务用户规模

2、中国移动电子商务实物交易用户规模

3、中国移动电子商务交易金额规模

4、中国移动电子商务发展动因分析

三、中国移动电子商务市场竞争状况分析

四、中国移动电子商务运营模式分析

五、中国移动电子商务存在问题及解决对策

六、中国移动电子商务发展趋势分析

第二节中国移动电子商务发展现状分析

一、移动支付业发展环境

1、近端支付标准确立

2、移动互联网经济发展迅猛

3、智能终端快速普及

4、技术发展推动支付终端向移动端转移

二、移动支付市场发展规模

三、中国移动支付市场结构

四、中国移动支付核心企业竞争格局

1、中国移动支付核心企业交易规模市场份额

2、中国移动支付核心企业移动支付用户规模

3、中国移动支付核心企业细分业务结构

五、中国移动支付业发展前景分析

1、移动支付业发展趋势分析

2、移动支付业市场规模预测

第三节中国移动电子商务应用市场需求分析

一、移动电子商务在企业应用中市场需求分析

二、移动电子商务在个人应用中市场需求分析

第九章中国电子商务行业营销模式与案例分析

第一节搜索引擎营销模式与案例分析

一、搜索引擎营销结构分析

二、搜索引擎营销现状分析

三、搜索引擎营销成本收益分析

四、搜索引擎营销案例分析

第二节论坛营销模式与案例分析

一、论坛营销结构分析

二、论坛营销现状分析

三、论坛营销成本收益分析

四、论坛营销案例分析

第三节博客营销模式与案例分析

一、博客营销结构分析

二、博客营销现状分析

三、博客营销成本收益分析

四、博客营销案例分析

第四节微博营销模式与案例分析

一、微博营销结构分析

二、微博营销现状分析

三、微博营销成本收益分析

四、微博营销案例分析

第五节视频营销模式与案例分析

一、视频营销结构分析

二、视频营销现状分析

三、视频营销成本收益分析

四、视频营销案例分析

第六节问答营销模式与案例分析

一、问答营销结构分析

二、问答营销现状分析

三、问答营销成本收益分析

四、问答营销案例分析

第七节权威百科营销模式与案例分析

一、权威百科营销结构分析

二、权威百科营销现状分析

三、权威百科营销成本收益分析

四、权威百科营销案例分析

第八节企业新闻营销模式与案例分析

一、企业新闻营销结构分析

二、企业新闻营销现状分析

三、企业新闻营销成本收益分析

四、企业新闻营销案例分析

第十章电子商务行业（产业集群）及区域市场分析

第一节上海电子商务产业集群发展模式分析

一、电子商务产业集群的涵义

二、上海电子商务产业集群发展现状

1、产业规模持续快速发展

2、各类相关电子商务产业园区基本形成布局

三、推进上海电子商务产业集群发展的策略

1、培育良好的电子商务行业发展环境

2、加强第三方机构建设

3、加快产业载体建设

4、充分发挥龙头企业带动作用

第二节城市化发展与产业集群关联性

一、城市化带动电子商务产业集群扩大

二、电子商务产业集群借助城市高速发展的交通

第三节中国电子商务重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、电子商务区域市场分析

三、电子商务区域市场前景及趋势

第十一章2018-2024年电子商务行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

- 一、电子商务行业竞争结构分析
- 二、电子商务行业企业间竞争格局分析
- 三、电子商务行业集中度分析
- 四、电子商务行业SWOT分析

第二节中国电子商务行业竞争格局综述

- 一、电子商务行业竞争概况
- 二、中国电子商务行业竞争力分析

第三节电子商务市场创新竞争策略分析

- 一、企业信息化建设的创新
- 二、政府的宏观调控作用的全面发挥
- 三、开发自主产权的安全产品

第十二章2018-2024年电子商务行业领先企业经营形势分析

第一节中国电子商务企业总体发展状况分析

- 一、电子商务企业主要类型
- 二、电子商务企业资本运作分析
- 三、电子商务企业创新及品牌建设
- 四、电子商务企业国际竞争力分析

第二节中国领先电子商务企业经营形势分析

一、北京京东世纪贸易有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

二、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

三、浙江淘宝网络有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

四、北京世纪卓越信息技术有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

五、北京当当网信息技术有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

六、凡客诚品（北京）科技有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

七、新蛋信息技术（中国）有限公司

八、广州唯品会信息科技有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

九、麦网电子商务（上海）有限公司

十、江苏苏宁易购电子商务有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

第十三章电子商务行业“十二五”规划研究

第一节发展现状与面临的形势

一、发展现状

二、面临的形势

第二节指导思想、基本原则与发展目标

一、指导思想

二、基本原则

三、发展目标

第三节重点任务

一、提高大型企业电子商务水平

二、推动中小企业普及电子商务

三、促进重点行业电子商务发展

四、推动网络零售规模化发展

五、提高政府采购电子商务水平

六、促进跨境电子商务协同发展

七、持续推进移动电子商务发展

八、促进电子商务支撑体系协调发展

九、提高电子商务的安全保障和技术支撑能力

第四节政策措施

一、加强组织保障

二、立健全电子商务诚信发展环境

三、提高电子商务的公共服务和市场监管水平

四、加大对电子商务违法行为的打击力度

五、完善权益保护机制

六、加强电子商务法律法规和标准规范建设

七、完善多元化的电子商务投融资机制

八、加强电子商务统计监测工作

九、加快电子商务人才培养

十、加强国际合作

第十四章2018-2024年电子商务行业前景及趋势预测

第一节2018-2024年电子商务市场发展前景

- 一、2018-2024年电子商务市场发展潜力
- 二、2018-2024年电子商务市场发展前景展望
- 三、2018-2024年电子商务细分行业发展前景分析

第二节2018-2024年电子商务市场发展趋势预测

- 一、2018-2024年电子商务行业发展趋势
 - 1、电子商务的市场定位逐步走入细分化
 - 2、电子商务网站将会出现兼并热潮
 - 3、电子商务的应用深度将进一步拓展
- 二、2018-2024年电子商务市场规模预测
- 三、2018-2024年电子商务行业应用趋势预测
- 四、2013-2019年细分市场发展趋势预测

第十五章中国电子商务行业投融资与盈利模式分析

第一节电子商务行业投资特性分析

- 一、电子商务行业进入壁垒分析
- 二、电子商务行业盈利因素分析
- 三、电子商务行业盈利模式分析

第二节电子商务行业投资现状及前景

- 一、电子商务行业投资现状分析
- 二、电子商务行业投资前景预测

第三节电子商务行业融资现状及前景

- 一、电子商务行业融资现状分析
- 二、电子商务行业融资前景预测

第十六章2018-2024年电子商务行业面临的困境及对策

第一节电子商务行业面临的困境

- 一、中国电子商务行业发展的主要困境
- 二、电商行业进入淘汰赛
- 三、名品特卖电商迎来倒闭潮
- 四、价格战持续升温

第二节电子商务企业面临的困境及对策

- 一、重点电子商务企业面临的困境及对策
- 二、中小电子商务企业发展困境及策略分析
- 三、国内电子商务企业的出路分析

第三节中国电子商务行业存在的问题及对策

一、中国电子商务行业存在的问题

- 1、发展战略问题
- 2、意识和观念问题
- 3、企业信息化普及率低
- 4、金融体系支撑不足
- 5、社会化信用体系不健全
- 6、商业模式的创新问题
- 7、管理体制问题

二、电子商务行业发展的建议对策

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

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第十七章电子商务行业案例分析研究

第一节电子商务行业兼并与合作案例分析

- 一、电子商务行业兼并与合作成功案例分析
 - 1、国外电子商务行业并购重组成功案例解析
 - 2、国内电子商务行业并购重组成功案例解析
- 二、电子商务行业并购重组失败案例分析
 - 1、国外电子商务行业并购重组失败案例解析
 - 2、国内电子商务行业并购重组失败案例解析

第二节电子商务行业经营管理案例分析

- 一、电子商务行业经营管理成功案例分析

二、电子商务行业经营管理失败案例分析

三、经验借鉴

第三节电子商务行业营销案例分析

一、电子商务行业营销成功案例分析

二、电子商务行业营销失败案例分析

三、经验借鉴

第十八章研究结论及发展建议

第一节电子商务行业研究结论及建议

第二节电子商务子行业研究结论及建议

图表目录：

图表：2019年我国国内生产总值情况表

图表：2011-2019年各季度我国GDP环比增长表

图表：2019年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2019年我国发电量日均产量及同比增速

图表：2019年我国钢材日均产量及同比增速

图表：2019年我国水泥日均产量及同比增速

图表：2019年我国原油加工量日均产量及同比增速

图表：2019年我国十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2019年我国乙烯日均产量及同比增速

图表：2019年我国汽车日均产量及同比增速

图表：2019年我国轿车日均产量及同比增速

图表：2019年国内PPI指数

图表：2019年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2019年全国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2019年全国鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2007-2019年我国人口数及其增长情况

图表：2008-2019年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：全球电子商务市场区域分布

图表：电商良性生态循环圈

图表：亚马逊各项运营费用占比

图表：亚马逊及沃尔玛营收增速

图表：2019年中国电子商务服务企业区域分布图

图表：2009-2019年中国电子商务服务企业直接从业人员规模

图表：2009-2019年中国电子商务服务企业带动从业人员规模

图表：2009-2019年中国B2B市场交易规模

图表：2009-2019年中国B2B电子商务企业规模

图表：2009-2019年中国B2B电子商务营收规模

图表：2019年中国B2B服务商市场份额占比图

图表：2009-2019年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模

图表：2019年网络购物投诉情况

图表：2019年电子商务用户投诉涉及金额情况

图表：2019年电子商务用户投诉热点地区情况

图表：2019年电子商务用户投诉男女比例

图表：2019年电子商务细分行业投融资比例

图表：SSL协议与SET协议比较汇总

图表：SSL协议与3-DSecure协议比较汇总

图表：2004-2019年中国电子商务市场B2C收入规模

图表：2004-2019年中国B2C电子商务市场用户规模

图表：B2c网络直销模式运行图

图表：B2C亚马逊模式运行图

图表：“新型的电子商务物流”模式运行图

图表：社交购物站点可大致分为三种形式

图表：让顾客、卖家以及社会群体三者发生互动关系的平台

图表：2008-2019年中国网络零售市场交易规模

图表：2008-2019年中国网络零售市场规模占社会消费品零售总额比例

图表：2019年中国B2C网络购物交易市场份额占比图

图表：2019年中国C2C网络购物交易市场份额占比图

图表：2008-2019年中国网络购物用户规模增长图

图表：2008-2019年中国个人网店数量规模增长图

图表：2010-2019年中国亿动购物用户规模

图表：2008-2019年中国网络购物快递企业营收规模

图表：中国网购人群的性别比例

图表：中国网民网购年限分布

图表：中国过去六个月里网民访问最多的购物网站

图表：中国网民购买海外商家商品的主要渠道

图表：关于购买海外商品目前有两种跨国网购渠道

图表：2019年中国电商高管离职盘点

图表：2019年中国网络团购网站数量规模增长图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/006189QMIY.html>