

2020-2026年中国电子商务 行业深度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年中国电子商务行业深度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/774128Q6OP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。电子商务在中国实现了长足的发展，增长潜力依然巨大。2017年中国电子商务交易额（含B2B及网络零售）达29.16万亿元人民币（约合4.3万亿美元），同比增长11.7%。2008年-2017年中国电子商务交易总额及增长率数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国电子商务行业深度分析与投资战略咨询报告》共九章。首先介绍了中国电子商务行业市场发展环境、电子商务整体运行态势等，接着分析了中国电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了电子商务市场竞争格局。随后，报告对电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资中国电子商务行业，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 电子商务行业定义及发展环境分析

1.1 电子商务行业定义

1.1.1 电子商务行业定义

1.1.2 电子商务行业分类

1.1.3 电子商务主要模式

1.1.4 电子商务主要应用领域

1.1.5 电子商务行业在国民经济中的地位

1.2 电子商务行业政策环境分析

1.2.1 电子商务行业管理体制

（1）主管部门

（2）监管体制

1.2.2 电子商务行业相关政策

- (1) 电子商务行业政策变动分析
- (2) 电子商务行业相关政策汇总与解读
- (3) 电子商务行业支付与快递行业政策分析

1.2.3 电子商务行业发展规划解读

- (1) 中国电子商务行业“十三五”规划解读
- (2) 地方性电子商务行业规划解读
 - 1) 上海市电子商务行业规划解读
 - 2) 杭州市电子商务行业规划解读
 - 3) 广州市电子商务行业规划解读
 - 4) 北京市电子商务行业规划解读
 - 5) 南京市电子商务行业规划解读
 - 6) 石家庄电子商务行业规划解读
 - 7) 哈尔滨电子商务行业规划解读
 - 8) 安徽省电子商务行业规划解读

1.3 电子商务行业消费环境分析

- 1.3.1 居民收入水平对电子商务行业的影响
- 1.3.2 城镇化进程对电子商务行业的影响
- 1.3.3 零售业发展对电子商务行业的影响

1.4 电子商务行业技术环境分析

- 1.4.1 国家层面上电子商务技术创新环境分析
 - (1) 我国对电子商务行业技术开发扶持分析
 - (2) 我国专利数量及总体技术发展水平分析
- 1.4.2 行业层面上电子商务技术环境分析
 - (1) 电子商务行业技术发展动态
 - (2) 电子商务行业专利技术数量及变化趋势
- 1.4.3 电子商务新、热技术分析

第二章 电子商务行业发展现状与趋势分析

2.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析

- 2.1.1 全球电子商务行业发展概述
- 2.1.2 全球电子商务行业市场规模分析
- 2.1.3 全球电子商务行业市场结构分析

2.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析

- (1) 美国电子商务行业发展状况分析
- (2) 欧洲电子商务行业发展状况分析
- (3) 亚洲电子商务行业发展状况分析
- (4) 其他地区电子商务发展状况分析

2.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴

2.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析

2.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析

2.2.1 中国电子商务行业发展概述

2.2.2 中国电子商务行业发展规模

- (1) 中国电子商务交易规模
- (2) 中国电子商务区域分布
- (3) 中国电子商务行业分布
- (4) 中国电子商务从业人员规模

2.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测

- (1) 中国电子商务行业发展趋势
- (2) 中国电子商务行业前景预测

2.3 中国主要地区电子商务发展分析

商务部数据显示，虽然2017年西部，中部地区网络零售交易额增幅达到45.2%和37.9%，比东部地区分别高出12%和4.7，但从交易规模来看，东部省市占比高达85.3%，其中广东，浙江，上海，北京，江苏五省份占比全国的74.8%。2017年我国电子商务的区域结构数据来源：公开资料整理

2.3.1 2019年中国电子商务城市十强榜单

2.3.2 浙江省电子商务发展分析

- (1) 发展概况
- (2) 主要数据
- (3) 主要网站

2.3.3 广东省电子商务发展分析

- (1) 发展概况
- (2) 主要数据

2.3.4 江苏省电子商务发展分析

- (1) 发展概况

(2) 主要数据

2.3.5 上海市电子商务发展分析

(1) 发展概况

(2) 主要数据

2.3.6 北京市电子商务发展分析

(1) 发展概况

(2) 主要数据

(3) 主要网站

2.4 中国电子商务行业投诉分析

2.4.1 行业整体投诉情况

(1) 领域分布

(2) 投诉金额

(3) 投诉性别

2.4.2 网络零售投诉分析

(1) 热点投诉

(2) 投诉榜单

2.4.3 支付快递分析

2.4.4 传统品牌投诉分析

2.4.5 网络团购投诉

(1) 热点问题

(2) 十大网站

第三章 中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

3.1 中国移动电子商务发展现状与趋势

3.1.1 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

3.1.2 中国移动电子商务行业发展规模

(1) 中国智能手机保有量规模

(2) 中国移动电子商务实物交易用户规模

(3) 中国移动电子商务市场规模

- (4) 中国移动电子商务市场份额
- 3.1.3 中国移动电子商务发展动因分析
- 3.1.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析
- 3.1.5 中国移动电子商务运营模式分析
- 3.1.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 3.1.7 中国移动电子商务应用市场需求分析
 - (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析
 - (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析
- 3.1.8 中国移动电子商务发展趋势分析
- 3.2 中国移动支付业发展现状分析
 - 3.2.1 移动支付业发展概况
 - 3.2.2 移动支付市场发展规模
 - (1) 移动支付市场交易规模
 - (2) 移动支付市场用户规模
 - 3.2.3 中国移动支付市场结构
 - 3.2.4 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细分业务结构
 - 3.2.5 中国移动支付业发展趋势分析

第四章 中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

- 4.1 B2B发展现状与趋势分析
 - 4.1.1 B2B发展规模
 - (1) B2B交易规模
 - (2) B2B企业规模
 - (3) B2B市场营收规模
 - (4) B2B用户规模
 - 4.1.2 B2B电子商务行业市场竞争格局分析
 - (1) 企业营收及占有率分析
 - (2) 竞争地位分析
 - 4.1.3 B2B发展趋势
 - 4.1.4 B2B电子商务案例分析

- (1) 金银岛网交所“仓单交易”B2B模式案例分析
- (2) 2019年度中国B2B行业十大事件
- 4.2 网络零售发展现状与趋势分析
 - 4.2.1 网络购物行业发展概况
 - 4.2.2 网络购物行业市场分析
 - (1) 网络购物市场交易规模
 - (2) 网络购物市场企业规模
 - (3) 网络零售企业市场份额
 - (4) 网络购物市场用户规模
 - (5) 网络购物个人网店数量
 - (6) 网络购物目标客户群体分析
 - (7) 海外代购市场发展状况分析
 - 4.2.3 网络购物运营模式分析
 - 4.2.4 网络购物行业发展趋势
 - 4.2.5 B2C电子商务行业案例分析
 - (1) 百度“乐酷天”平台与模式分析
 - (2) 苏宁易购布局综合电子商务
 - 4.2.6 2019年度中国网络零售行业主要事件
- 4.3 网络团购发展现状与趋势分析
 - 4.3.1 网络团购行业发展概况
 - 4.3.2 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
 - (5) 网络团购网站类型
 - 4.3.3 网络团购市场存在问题及解决对策
 - 4.3.4 网络团购行业发展趋势分析
 - 4.3.5 2019年度中国网络团购行业十大事件
- 4.4 网上支付发展现状与趋势分析
 - 4.4.1 网上支付行业发展概况
 - 4.4.2 网上支付交易市场现状分析

(1) 网上支付交易额规模

(2) 网上支付竞争现状分析

(3) 网上支付细分市场结构

4.4.3 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

4.4.4 网上支付主要认证体系发展现状与趋势

(1) 网上银行

1) 网上银行市场规模分析

2) 网上银行市场份额分析

3) 网上银行用户分析

4) 网上银行市场发展趋势

(2) 支付宝

1) 支付宝市场发展分析

2) 支付宝用户分析

3) 支付宝市场发展趋势

(3) 财付通

1) 财付通市场发展分析

2) 财付通用户分析

3) 财付通市场发展趋势

(4) 快钱

1) 快钱市场发展分析

2) 快钱用户分析

3) 快钱市场发展趋势

4.4.5 网上支付行业发展趋势分析

第五章 电子商务配套行业发展现状与趋势分析

5.1 电子商务物流业发展现状与趋势分析

5.1.1 中国电子商务物流发展现状与趋势

(1) 电子商务物流发展概况

(2) 中国电子商务物流市场运行情况

1) 快递业市场规模分析

2) 物流行业市场运行分析

(3) 中国电子商务物流现存问题

(4) 中国电子商务物流改进对策

(5) 中国电子商务物流发展态势

5.1.2 电子商务物流主要模式与优劣势分析

(1) 自营物流模式与优劣势分析

(2) 物流联盟模式与优劣势分析

(3) 第三方物流模式与优劣势分析

(4) 第四方物流模式与优劣势分析

(5) 物流一体化模式与优劣势分析

5.1.3 国际优秀电子商务物流案例分析

(1) 美国电子商务物流案例分析

1) 美国加州食品配送中心案例分析

2) 美国沃尔玛商品配送中心案例分析

3) 美国福来明食品配送中心案例分析

(2) 日本电子商务物流案例分析

1) 日本花王公司介绍

2) 电子商务物流管理分析

3) 启示：利用电子商务优化物流系统

5.1.4 中国主要电子商务企业物流发展状况分析

(1) 阿里巴巴集团物流发展状况分析

(2) 京东商城物流发展状况分析

(3) 当当网物流发展状况分析

(4) 凡客诚品物流发展状况分析

5.2 互联网发展现状与趋势分析

5.2.1 互联网发展规模分析

(1) 互联网网民规模

(2) 互联网资源规模

5.2.2 网络经济发展分析

(1) 网络经济规模

(2) 网络应用结构

5.2.3 网络应用发展情况

(1) 新闻网站

(2) 网络视频

(3) 搜索引擎

(4) 即时通信

(5) 网络社区

(6) 微博

(7) 博客/个人空间

(8) 数字音乐

5.2.4 互联网行业发展趋势分析

5.3 电子商务服务业发展现状与趋势分析

5.3.1 电子商务服务业发展概况

5.3.2 电子商务服务业优秀案例分析

(1) 兴长信达案例分析

(2) 易积科技案例分析

(3) 四海商舟案例分析

5.3.3 中国电子商务第三方代运营市场分析

(1) 中国电子商务第三方代运营市场规模分析

(2) 中国电子商务第三方服务市场面临的问题

5.3.4 电子商务服务业发展趋势分析

第六章 中国电子商务行业主要运营模式分析

6.1 B2B电子商务模式

6.1.1 B2B电子商务模式概述

6.1.2 中国B2B电子商务盈利模式

6.1.3 中国B2B电子商务目标客户

6.1.4 中国B2B电子商务采购特征

6.1.5 中国B2B电子商务物流特征

6.1.6 中国B2B电子商务成本分析

6.1.7 中国B2B电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

6.2 B2C电子商务模式

6.2.1 B2C电子商务模式概述

6.2.2 中国B2C电子商务盈利模式

6.2.3 中国B2C电子商务目标市场

6.2.4 中国B2C电子商务采购特征

6.2.5 中国B2C电子商务物流特征

6.2.6 中国B2C电子商务成本分析

6.2.7 中国B2C电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

6.3 C2C电子商务模式

6.3.1 C2C电子商务模式概述

6.3.2 中国C2C电子商务盈利模式

6.3.3 中国C2C电子商务目标客户

6.3.4 中国C2C电子商务采购特征

6.3.5 中国C2C电子商务物流特征

6.3.6 中国C2C电子商务成本分析

6.3.7 中国C2C电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

6.4 其他电子商务模式

6.4.1 O2O电子商务模式

(1) O2O模式定义

(2) O2O模式主要案例

(3) O2O模式发展前景

6.4.2 C2G电子商务模式

6.4.3 B2M电子商务模式

6.4.4 M2C电子商务模式

6.4.5 B2G电子商务模式

6.4.6 社交电子商务模式

第七章 中国电子商务行业营销模式与案例分析

7.1 搜索引擎营销模式与案例分析

7.1.1 搜索引擎营销结构分析

7.1.2 搜索引擎营销现状分析

7.1.3 搜索引擎营销成本收益分析

7.1.4 搜索引擎营销案例分析

7.2 论坛营销模式与案例分析

7.2.1 论坛营销结构分析

7.2.2 论坛营销现状分析

7.2.3 论坛营销成本收益分析

7.2.4 论坛营销案例分析

7.3 博客营销模式与案例分析

7.3.1 博客营销结构分析

7.3.2 博客营销现状分析

7.3.3 博客营销成本收益分析

7.3.4 博客营销案例分析

7.4 微博营销模式与案例分析

7.4.1 微博营销结构分析

7.4.2 微博营销现状分析

7.4.3 微博营销成本收益分析

7.4.4 微博营销案例分析

7.5 视频营销模式与案例分析

7.5.1 视频营销结构分析

7.5.2 视频营销现状分析

7.5.3 视频营销成本收益分析

7.5.4 视频营销案例分析

7.6 问答营销模式与案例分析

7.6.1 问答营销结构分析

7.6.2 问答营销现状分析

7.6.3 问答营销成本收益分析

7.6.4 问答营销案例分析

7.7 权威百科营销模式与案例分析

- 7.7.1 权威百科营销结构分析
- 7.7.2 权威百科营销现状分析
- 7.7.3 权威百科营销成本收益分析
- 7.7.4 权威百科营销案例分析
- 7.8 企业新闻营销模式与案例分析
- 7.8.1 企业新闻营销结构分析
- 7.8.2 企业新闻营销现状分析
- 7.8.3 企业新闻营销成本收益分析
- 7.8.4 企业新闻营销案例分析

第八章 中国电子商务行业领先网站运营分析

8.1.1 B2B网站模式分析

- (1) 以供求商机信息服务为主的行业B2B模式
- (2) 以行业资讯服务为主的行业B2B门户模式
- (3) 以招商加盟服务为主的行业B2B模式
- (4) 以项目外包服务为主的行业B2B模式
- (5) 以在线交易服务为主的行业B2B模式
- (6) 以技术社区服务为主的行业B2B门户模式

8.1.2 阿里巴巴

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.1.3 生意宝

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.1.4 中国制造网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.1.5 慧聪网

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.1.6 环球资源

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.1.7 敦煌网

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.1.8 志趣网

(1) 网站简介

(2) 网站主营业务分析

(3) 网络营销策略

(4) 网站盈利模式

8.1.9 淘金地

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.1.10 百纳网

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络营销策略

8.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析

8.2.1 B2C网站盈利模式分析

8.2.2 天猫商城

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.2.3 京东商城

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.2.4 亚马逊中国

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.2.5 当当网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析

8.3.1 淘宝网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.3.2 拍拍网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

8.46

8.3.3 易趣网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网站主营业务分析
- (4) 网络营销策略

第九章中国电子商务行业投融资分析()

9.1 电子商务行业投资特性分析

9.1.1 电子商务行业进入壁垒分析

9.1.2 电子商务行业盈利模式分析

- (1) 电子商务企业主要盈利模式
- (2) 中国网络团购网站盈利模式

9.1.3 电子商务行业盈利因素分析

9.2 电子商务行业投资现状及前景

9.2.1 电子商务行业投资现状分析

- (1) 电子商务行业投资方向分析
- (2) 电子商务行业投资风险分析
- (3) 电子商务行业投资存在的问题
- (4) 电子商务行业主要投资建议

9.2.2 电子商务行业投资前景预测

9.3 电子商务行业融资现状及前景

9.3.1 电子商务行业融资情况分析

- (1) 2019年中国电子商务企业融资事件
- (2) 2013-2019年融资金额分析
- (3) 2013-2019年各行业融资比例分析
- (4) 每轮融资平均金额分析
- (5) 融资单笔金额分析
- (6) 融资基金类别分析
- (7) 电子商务行业融资存在的问题
- (8) 电子商务行业主要融资建议

9.3.2 电子商务行业融资前景预测()

图表目录：

图表 1 电子商务行业分类

图表 2 电子商务和信息化司的主要职能

图表 3 2019年以来电子商务行业出台法规数量（单位：个）

图表 4 中国电子商务行业“十三五”规划发展重点

图表 5 2013-2019年三季度我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 6 2013-2019年三季度我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 7 2013-2019年三季度我国社会消费品零售总额及其增长率

图表 8 2013-2019年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 9 2019年份社会消费品零售总额主要数据

图表 10 2013-2019年电子商务行业专利数量趋势图（单位：件）

图表 11 申请人构成分析（单位：件）

图表 12 申请人趋势分析（单位：件）

图表 13 2019年各地区居民零售商销售额（十亿美元）

图表 14 商户们如何为国外客户提供服务

图表 15 电子商务各商品类别增长率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/774128Q6OP.html>