

# 2017-2022年中国电子商务 市场竞争趋势及前景策略分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国电子商务市场竞争趋势及前景策略分析报告》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/hulianwang/B88477SRND.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

电子商务平台被定义为为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。按交易双方是企业或消费者作为划分标准，其被分为B2C、C2C、B2B、O2O、M2C等模式。

电子商务平台分类 分类 行业 用途 举例 B2B 商家对商家 发布供求信息、订货及确认订货、支付、票据签发 阿里巴巴、环球资源、中国制造网 B2C 企业与消费者 网络零售业为主 亚马逊、当当、京东 C2C 用户对用户 拍卖竞价为主 淘宝、eb ay、拍网 O2O 线下服务线上揽客 互联网成为线下交易前台 滴滴、饿了么、河狸家 B2M 企业对产品的销售者或为其工作者 - 多业网 B2G 企业与政府 政府采购、海关报税等 -

大部分传统零售企业纷纷加快了电商布局，从emarketer数据来看，排名前25的电商平台有18家来自传统零售企业。

国家	网购人数(亿)	网民人数(亿)	人均网购开支(美元)	人均国民收入(美元)	B2C规模(亿美元)	B2B规模(亿美元)
中国	4.13	6.88	1508	7380	6230	20780
美国	1.66	2.84	3072	55200	5110	60720
日本	0.57	1.15	1994	42000	1140	23800
德国	0.41	0.71	1270	47640	520	9660
英国	0.38	0.6	4539	42690	1740	7090
巴西	0.33	1.32	376	11760	120	1120
俄罗斯	0.3	1.02	756	13210	230	7000
法国	0.26	0.55	2916	43080	720	6000
韩国	0.22	0.43	2120	27090	480	9690
印度	0.22	3.54	891	1610	200	2980

世界500强部分公司	电商收入占比	公司	电商年销售额(百万美元)	占销售额比重	
亚马逊	79268 74.10%	沃尔玛	13484 2.80%	Stap les 10700 55.50%	梅西百货4829 17.50%
Best Buy	3780 9.40%	塔吉特百货	2524 3.40%	西尔斯控股	2057 7.90%
Lowe's	1636 2.80%	耐克	1410 4.50%		

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国电子商务市场竞争趋势及前景策略分析报告》共十七章。首先介绍了电子商务产业相关概念及发展环境，接着分析了中国电子商务行业规模及消费需求，然后对中国电子商务行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电子商务行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国电子商务行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 电子商务概述 18

#### 第一节 电子商务相关介绍 18

- 一、电子商务的概念 18
- 二、电子商务的分类 18
- 三、电子商务的作用 19
- 四、电子商务主要应用系统 20

#### 第二节 电子商务的发展 22

- 一、电子商务的发展阶段 22
- 二、中国电子商务的发展 23
- 三、电子商务发展的支撑环境 23

### 第二章 2014-2016年世界电子商务概况 27

#### 第一节 世界电子商务发展状况 27

- 一、世界电子商务的发展历程 27
- 二、全球电子商务市场特征分析 28
- 三、2014-2016年全球电子商务发展情况 29
- 四、欧美国家电子商务飞速发展的动因 29
- 五、拉美地区电子商务发展迅猛 30
- 六、国外电子商务发展趋势 31

#### 第二节 世界电子商务立法 32

- 一、国际电子商务立法基本情况 32
- 二、国际电子商务立法的特征 35
- 三、电子签名技术的法律认证问题及各国解决方案 41
- 四、世界电子商务认证机构管理的方式 45
- 五、电子商务交易中的法律问题及应对策略 46
- 六、国际电子商务税收政策的比较 49

#### 第三节 美国 50

- 一、美国电子商务法 50
- 二、美国发展电子商务的措施 53
- 三、美国发展电子商务的政策 56

- 四、美国电子商务发展势头正旺 57
- 五、美国电子商务衍生出的个性网站 58
- 六、2014-2016年美国电子商务发展情况 59
- 第四节 英国 60
  - 一、英国电子商务全球领先 60
  - 二、英国电子商务的政策体系解析 61
  - 三、新型网购模式正在英国兴起 62
  - 四、英国五大杰出电子商务网站 65
  - 五、2014年英国电子商务继续保持增长态势 65
  - 六、2016年英国B2C电子商务销售额预测 66
- 第五节 其他国家 66
  - 一、新加坡政府力促电子商务发展 66
  - 二、日本电子商务市场潜力巨大 73
  - 三、阿根廷电子商务发展概况 74
  - 四、法国电子商务市场稳步增长 75
  - 五、韩国电子商务交易额连年递增 76
  - 六、德国中小企业电子商务经验介绍 76

### 第三章 2014-2016年中国电子商务行业发展分析 81

- 第一节 中国电子商务发展综述 81
  - 一、中国电子商务的发展阶段 81
  - 二、中国行业电子商务网站的发展概述 82
  - 三、电子商务对中国社会发展的影响渐深 84
- 第二节 中国电子商务行业发展现状 88
  - 一、中国电子商务行业总体概况 88
  - 二、2016年电子商务行业发展迅速 90
  - 三、电子商务与传统企业融合发展 91
  - 四、中国电子商务行业区域分布情况 91
  - 五、中国行业电子商务网站发展特征 92
  - 六、中国移动电子商务行业发展特征 94
  - 七、电子商务行业趋专业化、联盟化 95
  - 八、国内电子商务行业认证发展状况 96

九、国内电子商务行业服务成为瓶颈	97
十、电商综合与垂直类网站将长期并存	98
十一、中国电子商务行业面临洗牌阶段	99
十二、2014年中国电子商务行业十大盘点	99
第三节 中国企业应用电子商务分析	105
一、电子商务提升企业竞争力	105
二、企业应用电子商务的竞争优势	106
三、国内企业电子商务发展措施	108
四、企业开展电子商务营销之主流模式	109
第四节 中国中小企业电子商务的应用	110
一、中小企业电子商务呈爆发态势	110
二、电子商务给中小企业带来收益	112
三、中小企业电子商务的发展之路	113
四、传统中小企业电子商务的基本模式	114
五、电子商务对中国中小企业的挑战	116
六、中小企业电子商务服务模式的构建	116
七、中小企业电子商务服务模式的选择	118
八、中小企业电子商务服务平台发展方向	119
第五节 中国电子商务行业的盈利分析	123
一、中国电子商务的盈利方式	123
二、电子商务盈利模式存在的原因	124
三、影响电子商务盈利模式因素	126
四、中国电子商务的基本盈利模式	127
第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略	128
一、中国电子商务存在的不足	128
二、企业之间电子商务存在的问题	133
三、电子商务面临物流和售后服务制约	135
四、中国开展电子商务的主要障碍与对策	136
五、我国发展电子商务的原则与模式选择	139
六、中国电子商务行业风险防范措施	143
第四章 2014-2016年中国电子商务市场分析	146

第一节 中国电子商务市场概况	146
一、中国电子商务市场发展回顾	146
二、中国电子商务市场交易规模	152
三、中国电子商务细分市场发展	153
四、中国电子商务市场发展特征趋势	154
五、中国电子商务市场未来仍将增长	158
第二节 电子商务市场目标客户群体分析	158
一、目标明确客户	158
二、目标不是很明确	159
三、无目标的游客	160
第三节 电子商务市场消费心理分析	160
一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征	160
二、制约电子商务发展的心理因素分析	163
三、电子商务中现代企业的应对策略	164
第四节 电子商务市场竞争状况	166
一、国内电子商务市场竞争全面升级	166
二、中国行业电子商务竞争格局分析	167
三、国内电子商务企业陷入价格混战	169
四、中国电子商务网购市场竞争格局	170
五、国内电子商务市场竞争策略分析	171
第五节 中国电子商务市场竞争动态	172
一、京东网上商城挑起电子商务“服务战”	172
二、中国网库发力专业市场全力推进B2B	174
三、卓越亚马逊在中国网购市场十年蜕变之路	175
四、沃尔玛出手中国电子商务业务对决淘宝	177
五、五大保险巨头杀入电子商务行业情况	178
第六节 中国主要地区电子商务发展概况	180
一、浙江电子商务领跑全国	180
二、江苏积极推进电子商务发展	181
三、上海电子商务产业持续快速发展	181
四、深圳多项举措促电子商务发展	182

## 第五章 2014-2016年中国B2B电子商务模式分析 184

### 第一节 中国B2B电子商务发展概况 184

- 一、B2B电子商务的定义及分类 184
- 二、B2B电子商务的发展阶段 186
- 三、中国B2B电子商务市场规模 188
- 四、中国B2B电子商务市场商业模式研究 190
- 五、中国B2B电子商务未来发展趋势 193

### 第二节 国内外B2B电子商务比较 194

- 一、基础设施 194
- 二、文化和社会差异 196
- 三、企业政策 197
- 四、中国特色B2B电子商务展望 198

### 第三节 B2B电子商务竞争分析 198

- 一、B2B行业主要竞争手段分析 198
- 二、B2B电子商务竞争阶段分析 199
- 三、2016年中国B2B市场主要企业竞争状况 201
- 四、B2B电子商务竞争新模式分析 202

### 第四节 B2B电子商务的问题及解决策略 204

- 一、B2B电子商务网站的优化难题 204
- 二、B2B电子商务网站建设存在的问题 205
- 三、B2B电子商务搜索引擎的优化策略 205
- 四、第三方B2B电子商务服务发展策略 207

## 第六章 2014-2016年中国电子商务其他经营模式 210

### 第一节 B2C（企业对消费者） 210

- 一、B2C模式概述 210
- 二、B2C电子商务模式具体分类 210
- 三、中国B2C电子商务发展概况 211
- 四、中国B2C电子商务市场规模 212
- 五、2016年中国B2C电子商务发展分析 212
- 五、中国B2C电子商务市场迎来发展拐点 213
- 六、中国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点 215



## 七、电子商务B2C模式的发展趋势和规划 216

### 第二节 C2C（消费者对消费者） 218

#### 一、C2C的概念 218

#### 二、C2C电子商务模式深度解析 218

#### 三、中国C2C电子商务发展概况 219

#### 四、中国C2C电子商务市场规模 220

#### 五、中国主要C2C企业经营状况分析 220

#### 六、中国C2C电子商务存在的问题 221

#### 七、中国C2C电子商务用户分析 224

### 第三节 C2B（消费者对企业） 228

#### 一、C2B电子商务模式的概念 228

#### 二、C2B电子商务模式产生的基础 229

#### 三、C2B电子商务模式的应用 229

#### 四、中国C2B电子商务发展现状 230

#### 五、中国C2B电子商务发展面临的挑战 232

#### 六、企业C2B电子商务营销策略分析 233

#### 七、中国C2B电子商务模式发展展望 234

## 第七章 2014-2016年移动电子商务发展分析 235

### 第一节 移动电子商务概述 235

#### 一、移动电子商务的含义 235

#### 二、移动电子商务的优点 236

#### 三、移动电子商务的应用 236

#### 四、移动电子商务主要技术分析 238

### 第二节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式 240

#### 一、实施直面客户模式的基础分析 240

#### 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析 241

#### 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略 243

### 第三节 中国移动电子商务市场发展分析 244

#### 一、中国移动电子商务市场行业特征 244

#### 二、中国移动电子商务市场发展现状 245

#### 三、中国移动电子商务市场交易规模 247

四、移动电子商务市场份额状况	249
五、移动电子商务市场发展重点因素	252
六、移动电子商务时代新引擎	253
七、移动电子商务中小企业普及分析	255
八、手机支付市场发展迅猛	256
第四节 中国主要地区移动电子商务发展状况	257
一、成都移动电子商务产业聚集	257
二、湖南移动电子商务业务发展迅速	258
三、广东移动电子商务商城发展情况	259
四、深圳移动电子商务渐现规模	261
五、四川成华打造移动电子商务示范城区	263
第五节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略	264
一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题	264
二、中国移动电子商务发展存在的问题	266
三、中国移动电子商务需明确第三方支付身份	267
四、中国移动电子商务策略研究分析	268
五、中国移动电子商务配套体系待发展	270
六、中国移动电子商务营销策略	272
七、中国移动电子商务发展建议	274
第六节 移动电子商务的市场前景及发展趋势	275
一、中国移动电子商务市场化前景广阔	275
二、中国移动电子商务的发展趋势	277
第八章 电子商务对企业的影响	280
第一节 电子商务对会计的影响	280
一、电子商务对会计的影响分析	280
二、电子商务浪潮中的会计革命	283
三、电子商务环境中会计明细信息的变化	286
四、电子商社环境下会计模式的变化	289
五、电子商务将引发第三次会计变革	291
第二节 电子商务对企业成本的影响	294
一、企业实施电子商务所需成本透析	294

- 二、电子商务在企业成本节约中的作用 297
- 三、电子商务环境下的战略成本管理 299
- 四、电子商务与企业成本竞争力分析 304
- 第三节 电子商务对企业现金管理的影响 308
  - 一、企业现金构成项目的变化 308
  - 二、对企业最佳现金持有量确定的影响 308
  - 三、使企业现金收支管理策略改变 308
  - 四、优化企业短期融投资 309
  - 五、实施零现金余额管理 310
  - 六、从整体上提高现金流转效率 310

## 第九章 中国电子商务在不同行业的应用 312

### 第一节 农业电子商务 312

- 一、农业电子商务模式概述 312
- 二、农业电子商务主要运行模式分析 313
- 三、中国农业电子商务的应用与发展分析 316
- 四、农业电子商务期待建立第三方平台 320
- 五、中国农业电子商务平台的构建方案研究 321
- 六、中国农业电子商务发展潜力巨大 325

### 第二节 零售业电子商务 327

- 一、电子商务给零售业带来的影响 327
- 二、传统零售业进军电子商务转型之困 329
- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平 331
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐 334
- 五、电子商务与零售业的融合营销方案 335
- 六、中国零售业电子商务发展中存在的问题 336
- 七、中国零售业发展电子商务的新思路 337
- 八、零售业电子商务未来发展趋势良好 339

### 第三节 医药电子商务 340

- 一、中国医药行业电子商务应用状况 340
- 二、中国医药电子商务发展现状分析 342
- 三、中国医药电子商务设高门槛 345

- 四、中国医药电子商务的政府监管 347
- 五、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势 353
- 六、中国B2B医药电子商务发展战略研究 355
- 七、电子商务与医药物流整合分销成趋势 360
- 八、中国医药行业引入电子商务是必然趋势 362
- 第四节 汽车零部件业电子商务 364
  - 一、汽车零部件业发展电子商务的好处 364
  - 二、中国汽车零部件业电子商务发展分析 364
  - 三、电子商务下的汽车零部件物流模式分析 366
  - 四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展 367
  - 五、汽车零部件企业发展电子商务的建议 369
- 第五节 旅游业的电子商务 370
  - 一、旅游电子商务概念及特性 370
  - 二、旅游业电子商务的类型 370
  - 三、中国旅游电子商务发展概况 373
  - 四、中国旅游业电子商务发展现状 373
  - 五、中国旅游业开展电子商务的优势 375
  - 六、中国旅游电子商务的发展问题 376
  - 七、中国旅游业电子商务发展对策 377
- 第六节 物流业电子商务 380
  - 一、电子商务物流概述 380
  - 二、电子商务对现代物流的影响 380
  - 三、电子商务与物流的关系 382
  - 四、中国电子商务与物流发展的现状 382
  - 五、中国电子商务物流业发展中存在的问题 384
  - 六、中国电子商务物流业的发展对策 385
  - 七、电子商务物流业的发展趋势 386
- 第十章 中国电子商务安全及诚信体系 389
  - 第一节 电子商务安全概述 389
    - 一、电子商务应具备的安全要素 389
    - 二、电子商务安全协议分析与比较 390

三、	电子商务存在的安全问题	393
四、	保障电子商务安全的措施	394
五、	电子商务安全解决方案的探讨	395
第二节	电子商务网络信息安全	400
一、	电子商务主要信息安全技术	400
二、	电子商务数字认证及授权机构	403
三、	电子商务中的网络信息安全对策	404
第三节	企业电子商务网站的安全	405
一、	维护电子商务网站的安全对企业的重要意义	405
二、	电子商务网站的系统安全控制	406
三、	电子商务网站的数据安全控制	408
四、	电子商务网络交易平台的安全控制	409
第四节	移动电子商务安全	410
一、	移动电子商务信息系统安全概述	410
二、	移动电子商务安全支付方案	410
三、	移动电子商务信息系统安全的趋势	413
四、	移动电子商务中的安全威胁	413
五、	移动电子商务安全技术解决方案	415
第五节	电子商务的诚信体系	417
一、	电子商务信用的建设的重要性	417
二、	中国四种电子商务信用模式	418
三、	我国电子商务信用中存在的问题	419
四、	加强中国电子商务信用建设的措施	421
第十一章	2014-2016年中国网上支付市场运行情况分析	426
第一节	中国网上支付发展概述	426
一、	网上支付定义	426
二、	网上支付系统的结构	426
三、	实现网上支付的必要条件	429
四、	网上支付系统典型流程	430
第二节	中国网上支付用户的调研情况	433
一、	中国网上支付用户属性分析	433

- 二、中国网上支付用户支付需求分析 434
- 三、中国网上支付用户支付特征分析 436
- 四、中国网上支付用户行为分析 436
- 五、网上支付用户对支付平台的偏好分析 437
- 第三节 中国网络购物市场网上支付分析 437
  - 一、中国网络购物市场规模 437
  - 二、中国网络购物发展特点 438
  - 四、中国网上支付交易分析 442
  - 五、中国网络购物用户规模分析 444
  - 六、中国网上支付进入2.0时代 444
  - 七、中国网上支付行业未来发展趋势 445
- 第四节 中国航空客票市场网上支付发展情况分析 447
  - 一、网上支付助推机票订购市场发展 447
  - 二、中国航空客票在线订购率快速增长 448
  - 三、航空客票网上支付交易规模分析 448
- 第五节 中国网上银行发展情况分析 449
  - 一、中国网上银行产业链结构分析 449
  - 二、中国网上银行市场规模分析 450
  - 三、网上银行市场竞争格局分析 451
  - 四、中国网上银行产品发展态势 452
  - 五、未来中国网上银行发展策略分析 454
  
- 第十二章 2014-2016年重点电子商务企业发展分析 456
  - 第一节 环球资源 456
    - 一、企业基本情况介绍 456
    - 二、环球资源商业模式分析 457
    - 三、环球资源经营状况分析 457
    - 四、环球资源网注册用户情况 458
    - 五、环球资源SWOT分析 459
    - 六、环球资源公司发展动态分析 459
  - 第二节 亚马逊公司 460
    - 一、企业基本情况介绍 460

- 二、亚马逊公司商业模式分析 460
- 三、亚马逊公司经营状况分析 467
- 四、亚马逊公司SWOT分析 468
- 五、亚马逊公司发展策略分析 468
- 六、亚马逊公司发展动态分析 470
- 第三节 阿里巴巴 472
  - 一、企业基本情况介绍 472
  - 二、阿里巴巴商业模式分析 472
  - 三、阿里巴巴经营状况分析 474
  - 四、阿里巴巴注册用户表现 476
  - 五、阿里巴巴SWOT分析 477
  - 六、阿里巴巴销售策略分析 478
  - 七、阿里巴巴发展动态 479
- 第四节 中国制造网 481
  - 一、中国制造网简介 481
  - 二、中国制造网商业模式分析 481
  - 三、中国制造网经营状况分析 483
  - 四、中国制造网注册用户情况 484
  - 五、中国制造网SWOT分析 485
- 第五节 敦煌网 486
  - 一、敦煌网简介 486
  - 二、敦煌网商业模式分析 487
  - 三、敦煌网运营状况分析 487
  - 四、敦煌网SWOT分析 487
  - 五、敦煌网发展动态分析 488
- 第六节 慧聪国际 489
  - 一、慧聪国际简介 489
  - 二、慧聪国际商业模式分析 490
  - 三、慧聪国际经营状况分析 491
  - 四、慧聪网注册用户表现 492
  - 五、慧聪网SWOT分析 493
  - 六、慧聪网未来发展规划 493

## 七、慧聪国际发展动态分析 495

### 第七节 淘宝网 498

#### 一、淘宝网简介 498

#### 二、淘宝网商业模式分析 501

#### 三、淘宝网运营状况分析 502

#### 四、淘宝网SWOT分析 503

#### 五、淘宝网发展动态分析 504

### 第八节 EBAY易趣 505

#### 一、eBay易趣简介 505

#### 二、eBay易趣商业模式分析 506

#### 三、eBay公司经营状况分析 507

#### 四、eBay易趣SWOT分析 509

#### 五、eBay易趣经营战略分析 510

#### 六、eBay易趣发展动态分析 511

### 第九节 当当网 511

#### 一、当当网简介 511

#### 二、当当网商业模式分析 512

#### 三、当当网SWOT分析 514

#### 四、当当网营销战略分析 514

### 第十节 京东商城 517

#### 一、京东商城简介 517

#### 二、京东商城商业模式分析 519

#### 三、京东商城SWOT分析 520

### 第十一节 新蛋网 520

#### 一、新蛋网简介 520

#### 二、新蛋网商业模式分析 521

#### 三、新蛋网SWOT分析 522

### 第十二节 买麦网 523

#### 一、买麦网简介 523

#### 二、买麦网商业模式分析 523

#### 三、买麦网SWOT分析 524

### 第十三节 卓越亚马逊 528



- 一、卓越亚马逊简介 528
- 二、卓越亚马逊商业模式分析 529
- 三、卓越亚马逊SWOT分析 530
- 四、卓越亚马逊发展策略分析 531
- 第十四节 凡客诚品 532
  - 一、凡客诚品简介 532
  - 二、凡客诚品商业模式分析 533
  - 三、凡客诚品SWOT分析 534
  - 四、凡客诚品经营策略分析 535
- 第十五节 万国商业网 536
  - 一、万国商业网简介 536
  - 二、万国商业网SWOT分析 537
  - 三、万国商业网发展策略分析 538
- 第十六节 浙江网盛生意宝股份有限公司 539
  - 一、公司简介 539
  - 二、公司产品及服务 540
  - 三、公司经营情况分析 545
  - 四、公司财务指标分析 546
  - 五、网盛生意宝发展动态分析 548
- 第十七节 铭万网 549
  - 一、铭万网简介 549
  - 二、铭万网发展历程 550
- 第十三章 2014-2016年中国电子商务的法律政策环境分析 552
  - 第一节 电子商务立法的核心部分 552
    - 一、中国电子商务立法总则 552
    - 二、电子合同的法律效力 554
    - 三、电子商务认证机构的法律问题 556
    - 四、第三方支付的法律监管问题 557
  - 第三节 中国电子商务立法研究 559
    - 一、中国电子商务立法的思路选择 559
    - 二、中国电子商务法律体系的立法原则 559

三、中国电子商务立法规范面临的问题	561
四、对中国电子商务的立法建议	563
五、改革中国电子商务政策法律环境的策略	565
第三节 电子商务行业的具体法规	567
一、《中华人民共和国电子签名法》	567
二、网络交易及服务的相关法规	568
三、《第三方电子商务平台服务规范》	569
四、《电子商务信用认证规则》	570
五、《电子商务模式规范》	570
六、《网络购物服务规范》	572
第四节 中国电子商务政策环境分析	577
一、国务院关于加快电子商务发展的意见	577
二、商务部促进电子商务规范发展	582
三、创建国家电子商务示范城市	585
四、电子商务“十三五”发展规划	588
五、国家邮政局提出做好快递旺季服务保障工作的意见	590
六、关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见	591
七、关于加快发展高技术服务业的指导意见	593
第十四章 2017-2022年中国电子商务行业发展趋势预测	594
第一节 2017-2022年影响电子商务行业发展的主要因素	594
一、影响电子商务行业发展有利因素分析	594
二、影响电子商务行业发展稳定因素分析	595
三、影响电子商务行业发展不利因素分析	596
第二节 2017-2022年影响中国商务经济发展的关键因素	597
一、商务市场整合成长趋势	597
二、国内贸易发展机遇分析	598
三、国际商务市场商业机遇分析	599
第三节 2017-2022年电子商务行业发展预测	601
一、电子商务产业政策趋向	601
二、电子商务未来市场走势	602
三、电子商务市场逐步细分趋势	604

#### 四、电子商务市场格局发展趋势 604

##### 第四节 2017-2022年中国电子商务市场规模预测分析 604

###### 一、2017-2022年中国电子商务市场交易规模预测分析 604

###### 二、2017-2022年中小企业B2B电子商务交易规模预测分析 605

###### 三、2017-2022年中国电子商务C2C市场交易规模预测分析 606

###### 四、2017-2022年中国电子商务B2C市场交易规模预测分析 607

#### 第十五章 2017-2022年电子商务行业发展战略探讨 608

##### 第一节 2017-2022年电子商务行业发展策略 608

###### 一、加大网络基础设施建设 608

###### 二、完善电商安全配套措施 608

###### 三、加强网络诚信体系建设 609

###### 四、加强政府给示范和引导 609

###### 五、加速电子商务与物流产业融合 610

###### 六、加强电子商务宣传和人才培养 610

##### 第二节 2017-2022年电子商务行业发展对策 611

##### 第三节 2017-2022年电子商务快速发展的税收对策 612

##### 第四节 2017-2022年电子商务企业发展策略 614

###### 一、电子商务企业专业化途径选择 614

###### 二、高端品牌企业电子商务外包策略 616

###### 三、传统商企电子商务渠道选择策略 618

###### 四、电子商务企业拓展海外市场措施 618

#### 第十六章 2017-2022年电子商务行业风险分析评估 620

##### 第一节 宏观经济波动风险 620

###### 一、宏观经济环境 620

###### 二、宏观调控政策 620

###### 三、汇率变化风险 620

##### 第二节 政策风险 621

###### 一、重点政策汇总 621

###### 二、重点政策分析 624

###### 三、政策未来走势 627

### 第三节 上下游行业风险 627

#### 一、上游行业风险 627

#### 二、下游行业风险 629

#### 三、电商物流外包风险 629

#### 四、其它关联行业风险 632

### 第四节 行业市场风险 632

#### 一、市场竞争风险 632

#### 二、市场供需风险 633

#### 三、市场价格风险 633

### 第五节 经营风险 634

#### 一、外贸风险 634

#### 二、营销风险 636

#### 三、社区电商风险 636

### 第六节 其他风险 637

#### 一、信用风险 637

#### 二、技术风险 638

#### 三、成本风险 638

#### 四、人才风险 639

#### 五、法律风险 639

#### 六、区域风险 640

#### 七、模式风险 640

#### 八、超前风险 640

#### 九、滞后风险 640

## 第十七章 2017-2022年电子商务行业投资策略探讨 642 (ZY CW)

### 第一节 2017-2022年电子商务行业投资环境 642

#### 一、经济环境 642

#### 二、政策环境 644

#### 三、技术环境 645

#### 四、市场环境 645

### 第二节 2017-2022年电子商务行业投资状况分析 646

#### 一、投资前景分析 646

二、投资机会分析	647
三、投资效益分析	648
四、投资趋势预测	648
第三节 2017-2022年电子商务行业投资方向及建议	650
一、投资要点	650
二、投资建议	650
三、投资障碍	651
第四节 2017-2022年电子商务行业投资风险及控制策略分析	651
一、风险因素	651
二、行业风险	652
三、市场风险	652
四、物流风险	652
五、控制策略	653

部分图表目录：

图表 1 英国五大杰出电子商务网站	65
图表 2 日本企业实施电子商务采购现状	74
图表 3 2016年法国前15家B2C网站访问情况	75
图表 4 德国企业电子商务标准	79
图表 5 2016年中国电子商务企业区域分布	92
图表 6 2008-2016年中国电子商务市场交易规模增长趋势图	153
图表 7 2014年中国电子商务市场交易规模细分行业构成情况	154
图表 8 2016年B2B企业市场份额结构图	168
图表 9 2016年中国B2C网络购物交易市场份额占比图	170
图表 10 2016年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图	171
图表 11 B2B电子商务产业链	184
图表 12 B2B电子商务服务商类型	185
图表 13 中国B2B电子商务发展阶段模型	188
图表 14 2008-2016年中国B2B市场交易规模增长趋势图	189
图表 15 2008-2016年中国B2B电子商务服务商营收规模增长趋势图	189
图表 16 2008-2016年中国B2B电子商务企业规模增长趋势图	190
图表 17 线上 B2B电子商务付费服务和免费服务对比	191

图表 18 中国主要B2B电子商务运营商融资服务对比 193

图表 19 中小企业线上B2B电子商务的发展阶段 201

图表 20 2016年中国线上B2B电子商务市场竞争格局 202

图表 21 B2B电子商务服务模型 208

图表 22 第三方电子商务服务类型 209

图表 23 2008-2016年中国B2C电子商务交易规模 212

图表 24 2016年B2C网络购物交易市场竞争格局 213

图表 25 2008-2016年中国C2C电子商务交易规模 220

图表 26 C2C电子商务网站用户性别差异比例 225

图表 27 中国C2C电子商务用户年龄结构 225

图表 28 中国C2C电子商务用户学历差异 226

图表 29 中国C2C平台卖家结构 226

图表 30 促使各用户网上开店因素 227

图表 31 卖家登陆商品网站情况 227

图表 32 C2C平台购买和售出的商品类别分析 228

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/B88477SRND.html>