

# 2020-2026年中国电子商务 行业市场监测与发展前景评估报告

## 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

《2020-2026年中国电子商务行业市场监测与发展前景评估报告》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/D04382JO8V.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

2017年全国电子商务交易额达29.16万亿元，同比增长11.7%。其中商品、服务类电商交易额21.83万亿元，同比增长24.0%；合约类电商交易额7.33万亿元，同比下降28.7%。据预测，2019年全国电子商务交易额将达37.05万亿元。2013-2019年中国电子商务市场规模及同比增长趋势中国跨境电子商务交易总额预测

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国电子商务行业市场监测与发展前景评估报告》共十六章。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 电子商务行业发展综述

第一节 电子商务行业相关概念概述

一、电子商务行业定义

二、电子商务行业分类

第二节 最近3-5年中国电子商务行业经济指标分析

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

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）

### 一、行业管理体制分析

### 二、行业主要法律法规

### 三、电子商务行业相关标准

### 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、2013-2017年电子商务技术发展分析

### 四、行业主要技术发展趋势

### 五、技术环境对行业的影响

## 第二部分 行业深度分析

### 第三章 我国电子商务行业运行现状分析

#### 第一节 我国电子商务行业发展状况分析

##### 一、我国电子商务行业发展阶段

##### 二、我国电子商务行业发展总体概况

##### 三、我国电子商务行业发展特点分析

##### 四、电子商务行业运营模式分析

#### 第二节 2013-2017年电子商务行业发展现状

##### 一、2013-2017年我国电子商务行业市场规模

##### 二、2013-2017年我国电子商务行业发展分析

##### 三、2013-2017年中国电子商务企业发展分析

#### 第三节 2013-2017年电子商务市场情况分析

- 一、2013-2017年中国电子商务市场总体概况
- 二、2013-2017年中国电子商务市场投资情况分析

#### 第四节 电子商务行业进入整合并购高潮期

- 一、未来中国电子商务行业主要并购方式
- 二、未来电子商务纵向并购分析
  - 1、线下零售企业并购电商企业
  - 2、互联网企业并购电商企业
  - 3、电商企业并购相关服务支持企业
- 三、未来电子商务行业横向并购分析
  - 1、进入新产品市场
  - 2、进入新地域市场

### 第四章我国电子商务所属行业整体运行指标分析

#### 第一节 2013-2017年中国电子商务所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析从电子商务就业人员情况来看：2017全年中国电子商务就业人员达4250万人，同比增长13.03%；2019年中国电子商务几页人员将突破4800万人。2014-2019年中国电子商务就业人员及同比增长走势

#### 三、行业资产规模分析

#### 四、行业市场规模分析

#### 第二节 2013-2017年中国电子商务所属行业财务指标总体分析

- 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

#### 第三节 我国电子商务市场供需分析

- 一、2013-2017年我国电子商务行业供给情况
  - 1、我国电子商务行业供给分析
  - 2、我国电子商务行业投资规模分析
  - 3、重点市场占有份额
- 二、2013-2017年我国电子商务行业需求情况
  - 1、电子商务行业需求市场

- 2、电子商务行业客户结构
  - 3、电子商务行业需求的地区差异
- 三、2013-2017年我国电子商务行业供需平衡分析

### 第三部分市场全景调研

## 第五章解决中国电子商务行业盈利困境路径分析

### 第一节 电子商务盈利模式理论研究

- 一、电子商务行业产业链分析
- 二、电子商务盈利模式的构成要素分析
- 三、影响电子商务盈利模式成功的因素分析
  - 1、盈利逻辑的可行性
  - 2、成本效益分析的正确性
  - 3、盈利模式的可复制性
  - 4、盈利模式的持久性
  - 5、盈利模式的可发展性

### 第二节 B2B盈利模式——阿里巴巴

- 一、阿里巴巴盈利模式的构成要素分析
- 二、阿里巴巴现有成功盈利模式分析
  - 1、会员制收费模式的开创与完善
  - 2、搜索竞价模式的尝试与发展
  - 3、淘宝免费策略抢占C2C市场
  - 4、支付环节收费的探索与发展
- 三、针对阿里巴巴盈利模式的建议
  - 1、升级会员收费模式
  - 2、全面展开网络广告业务
  - 3、改善搜索竞价服务
  - 4、有序推进淘宝、支付宝收费
  - 5、开展其他模式收费

### 第三节 B2C盈利模式——亚马逊

- 一、亚马逊盈利模式的构成要素分析
  - 1、亚马逊利润点分析
  - 2、亚马逊利润对象

- 3、亚马逊利润源
- 4、亚马逊利润杠杆
- 5、亚马逊利润屏障

## 二、关于亚马逊盈利模式的建议

### 第四节 推荐C2C盈利模式——淘宝网

#### 一、淘宝网盈利模式的构成要素分析

- 1、淘宝网价值创造结构
- 2、淘宝网利润点
- 3、淘宝网利润对象
- 4、淘宝网利润来源
- 5、淘宝网利润杠杆
- 6、淘宝网利润屏障

#### 二、关于淘宝网盈利模式的评价分析

- 1、成功之处
- 2、存在的问题

#### 三、关于完善淘宝网盈利模式方面的建议

- 1、建议一：适度的品牌延伸
- 2、建议二：提升物流效率
- 3、建议三：完善平台服务

## 第六章解决中国电子商务行业物流困境路径分析

### 第一节 中国电子商务行业物流配送的问题分析

#### 一、中国电子商务行业物流瓶颈分析

- 1、互联网无法解决物流问题
- 2、物流专业化水平低
- 3、物流配送体系较差

#### 二、中国电子商务行业物流趋势分析

- 1、信息化
- 2、自动化
- 3、网络化
- 4、智能化

#### 三、中国电子商务行业物流瓶颈的解决路径分析

- 1、充分借鉴国外电子商务物流的成功解决方案
- 2、积极创新电子商务物流新模式

## 第二节 国外先进的电子商务物流模式分析

### 一、美国的物流中央化模式分析

- 1、模式构建方面的借鉴
- 2、模式实施方面的借鉴
- 3、模式流程方面的借鉴

### 二、日本的离散配送中心模式借鉴

- 1、模式构建方面的借鉴
- 2、模式实施方面的借鉴

## 第三节 推荐的电子商务物流新模式——第四方物流

### 一、第四方物流的界定

- 1、概念
- 2、服务内容
- 3、发展模式

- 1、电子商务行业引入第四方物流的需求分析
- 2、电子商务物流领域引入第四方物流的共赢分析

### 三、关于第四方物流在电子商务领域的实施策略及建议

- 1、介入条件分析
- 2、第四方物流在电子商务行业的实现方式

### 四、关于第四方物流在电子商务领域运行的对策建议

- 1、建设会员注册及退出机制
- 2、完善交易方式
- 3、加强信用监督管理

## 第七章 中国电子商务行业发展新动力及新模式

### 第一节 中国电子商务行业发展新动力——移动电子商务

#### 一、2020-2026年中国移动电子商务市场交易规模预测

- 1、近5年中国移动电子商务市场分析
- 2、2020-2026年中国移动电子商务市场交易规模预测

#### 二、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

### 三、未来可能介入移动电子商务领域的主体、方式及优劣势分析

#### 1、传统电子商务企业介入移动电子商务领域分析

#### 2、运营商介入移动电子商务领域分析

#### 3、金融机构介入移动电子商务领域分析

#### 4、设备及软件提供商介入移动电子商务领域分析

#### 5、新兴移动电子商务提供商

## 第二节 中国电子商务行业发展新模式&mdash;&mdash;社交电子商务

### 一、社交电子商务的概述

#### 1、定义

#### 2、特征

### 二、2020-2026年中国社交电子商务市场规模预测

### 三、推荐未来介入社交电子商务的模式分析

#### 1、推荐模式一：社交网站将流量导入电商

#### 2、推荐模式二：社交网站开放平台，适时收购电商

#### 3、推荐模式三：社交网站投资成立独立电商

#### 4、推荐模式四：电商借助网络社区提升知名度

#### 5、推荐模式五：电商加速社区化

### 四、案例分析&mdash;&mdash;Facebook

#### 1、平台简介

#### 2、F-commerce分析

#### 3、Facebook最大的威胁分析&mdash;&mdash;盈利威胁

## 第八章中国电子商务行业细分市场发展趋势分析

### 第一节 美妆行业电子商务发展趋势分析

#### 一、美妆行业电子商务价值链分析

##### 1、美妆行业电子商务市场规模分析

##### 2、美妆行业电子商务价值链分析

#### 二、美妆B2C电子商务发展趋势分析

##### 1、B2C美妆电商份额将继续提高

##### 2、围绕消费者延伸品类将成趋势

##### 3、自有品牌的精准定位将是关键

- 4、跨境电商战略布局成败将成转折点
- 5、互联网美妆时代终将回归产品本源

## 第二节 服装行业电子商务发展趋势分析

### 一、服装行业发展现状分析

- 1、服装行业生命周期分析
- 2、服装行业市场规模分析
- 3、服装行业电商发展阶段
- 4、服装电商渠道开拓现状
- 5、服装电商网购规模分析

### 二、服装行业电子商务发展趋势分析

- 1、淘品牌开展线下体验，线下品牌逐步上网
- 2、传统服装企业发展电商机会大于挑战
- 3、品牌运营与供应链管理是成败关键
- 4、服装品牌线上线下融合将是主要趋势

## 第九章 传统企业发展电子商务渠道趋势分析

### 第一节 传统企业发展电商渠道趋势——借助第三方平台

#### 一、借助第三方平台模式的进入成本分析

#### 二、国内第三方电商平台选择分析

- 1、国内第三方平台市场格局分析
- 2、国内三大B2B电商开放平台对比分析
- 3、国内四大B2C电商开放平台入驻政策对比

#### 三、借助第三方平台模式发展优劣势分析

- 1、借助第三方平台模式发展优势分析
- 2、借助第三方平台模式发展劣势分析

### 第二节 传统企业发展电商渠道趋势——自建电商平台

#### 一、自主品牌电商建设步骤分析

- 1、营造良好外部环境
- 2、加强企业内部管理

#### 二、自主品牌电商建设瓶颈分析

- 1、自建官网电商成趋势
- 2、品牌商与电商矛盾升级

- 3、自建电商渠道的三大瓶颈
- 三、自主品牌电商系统建立分析
- 四、自主品牌电商化的推广模式分析
  - 1、交叉式推广模式分析
  - 2、移动端推广模式分析
  - 3、服务主导推广模式分析
  - 4、产品、消费者差异推广分析
- 五、自主品牌电商化的优劣势分析
  - 1、自主品牌电商化的优势分析
  - 2、自主品牌电商化的劣势分析

#### 第四部分竞争格局分析

#### 第十章 2020-2026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
  - 1、现有企业间竞争
  - 2、潜在进入者分析
  - 3、替代品威胁分析
  - 4、供应商议价能力
  - 5、客户议价能力
  - 6、竞争结构特点总结
- 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
- 三、中国电子商务竞争力优势分析
- 四、电子商务行业主要企业竞争力分析

##### 第三节 2013-2017年电子商务行业竞争格局分析

- 一、2013-2017年国内外电子商务竞争分析
- 二、2013-2017年我国电子商务市场竞争分析

三、2013-2017年我国电子商务市场集中度分析

四、2013-2017年国内主要电子商务企业动向

第四节 电子商务市场竞争策略分析

第十一章 2020-2026年主流电子商务及厂商分析

第一节 阿里巴巴集团经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 京东商城经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

第三节 浙江网盛生意宝股份有限公司经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

第四节 北京慧聪国际资讯有限公司经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

第五节 深圳环球资源网络服务有限公司经营情况分析

一、利润分析

二、资产负债分析

三、现金流量分析

第六节 上海钢联电子商务股份有限公司经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

第七节 北京当当网信息技术有限公司经营情况分析

一、利润分析

二、资产负债分析

三、现金流量分析

第八节 北京易车互联信息技术有限公司经营情况分析

一、利润分析

二、资产负债分析

三、现金流量分析

第九节 上海麦考林国际邮购有限公司经营情况分析

一、利润分析

二、资产负债分析

三、现金流量分析

第十节 焦点科技股份有限公司经营情况分析

一、主要经济指标分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

第五部分发展前景展望

第十二章 2020-2026年电子商务行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年电子商务市场发展前景

一、2020-2026年电子商务市场发展潜力

二、2020-2026年电子商务市场发展前景展望

三、2020-2026年电子商务细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年电子商务市场发展趋势预测

一、2020-2026年电子商务行业发展趋势

二、2020-2026年电子商务市场规模预测

- 1、电子商务行业市场规模预测
- 2、电子商务行业营业收入预测
- 三、2020-2026年电子商务行业应用趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 第三节 2020-2026年中国电子商务行业供需预测
  - 一、2020-2026年中国电子商务行业供给预测
  - 二、2020-2026年中国电子商务企业规模预测
  - 三、2020-2026年中国电子商务投资规模预测
  - 四、2020-2026年中国电子商务行业需求预测
  - 五、2020-2026年中国电子商务行业供需平衡预测
- 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 一、市场整合成长趋势
  - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 三、企业区域市场拓展的趋势
  - 四、科研开发趋势及替代技术进展
  - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十三章 2020-2026年电子商务行业投资机会与风险防范

#### 第一节 电子商务行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、电子商务行业投资现状分析

#### 第二节 2020-2026年电子商务行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、电子商务行业投资机遇

#### 第三节 2020-2026年电子商务行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国电子商务行业投资建议

一、电子商务行业未来发展方向

二、电子商务行业主要投资建议

三、中国电子商务企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 2020-2026年电子商务行业面临的困境及对策

第一节 2017年电子商务行业面临的困境

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

二、电子商务行业发展的建议对策

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

第四节 中国电子商务市场发展面临的挑战与对策

一、中国电子商务市场发展面临的挑战

二、中国电子商务市场发展对策分析

第十五章 电子商务行业发展战略研究

第一节 电子商务行业发展战略研究

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

第二节 对我国电子商务品牌的战略思考

一、电子商务品牌的重要性

二、电子商务实施品牌战略的意义

三、电子商务企业品牌的现状分析

四、我国电子商务企业的品牌战略

五、电子商务品牌战略管理的策略

第三节 电子商务经营策略分析

一、电子商务市场细分策略

二、电子商务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、电子商务新产品差异化战略

第四节 电子商务行业投资战略研究

一、2017年电子商务行业投资战略

二、2020-2026年电子商务行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

第十六章 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

第三节 电子商务行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 2013-2017年我国电子商务行业相关专利

图表 2013-2017年电子商务设备行业经营效益分析



图表 2013-2017年中国电子商务行业盈利能力分析

图表 2013-2017年中国电子商务行业运营能力分析

图表 2013-2017年中国电子商务行业偿债能力分析

图表 2013-2017年中国电子商务行业发展能力分析

图表 2020-2026年电子商务行业市场规模预测

图表 2020-2026年电子商务行业营业收入预测

图表 2020-2026年中国电子商务行业供给预测

图表 2020-2026年中国电子商务投资规模预测

图表 2020-2026年中国电子商务企业规模预测

图表 2020-2026年中国电子商务行业需求预测

图表 2020-2026年中国电子商务行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/D04382JO8V.html>