

2019-2025年中国电子商务 行业市场调研与投资前景预测报告

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

《2019-2025年中国电子商务行业市场调研与投资前景预测报告》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/H477500IPR.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

按照交易类型，电子商务行业可细分为企业间电子商务、网络购物、本地生活服务等细分行业。2015年电子商务市场细分行业结构稳定，企业间电子商务占比有所下降，整体减少至71.7%，网络购物和本地生活服务O2O在电商市场中的占比较上年提升，其中网络购物增幅最大，为2.7%⁴。随着电子商务进程的加深及网络销售商品品类的不断扩充，网络购物交易规模及其所占比重逐年增加。2016年中国电子商务市场细分行业构成数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国电子商务行业市场调研与投资前景预测报告》共十七章。首先介绍了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2018-2024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、2018-2024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、2018-2024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、2018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2018-2024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、2018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2018-2024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1522012-2018年中国电子商务市场交易规模数据来源：公开资料整理
- 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B2B174

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2018-2024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、2018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2018-2024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、2018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2018-2024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2018-2024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2018-2024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

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

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

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

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

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

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

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

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

第十三章2018-2024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2019-2025年中国电子商务行业发展趋势预测594

第一节2019-2025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2019-2025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2019-2025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2019-2025年中国电子商务市场规模预测分析604

一、2019-2025年中国电子商务市场交易规模预测分析604

二、2019-2025年中小企业B2B电子商务交易规模预测分析605

三、2019-2025年中国电子商务C2C市场交易规模预测分析606

四、2019-2025年中国电子商务B2C市场交易规模预测分析607

第十五章2019-2025年电子商务行业发展战略探讨608

第一节2019-2025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2019-2025年电子商务行业发展对策611

第三节2019-2025年电子商务快速发展的税收对策612

第四节2019-2025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2019-2025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2019-2025年电子商务行业投资策略探讨642 (ZY LII)

第一节2019-2025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2019-2025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2019-2025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2019-2025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 (ZY LII)

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32018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52018年中国电子商务企业区域分布92

图表62008-2018年中国电子商务市场交易规模增长趋势图153

图表72014年中国电子商务市场交易规模细分行业构成情况154

图表82018年B2B企业市场份额结构图168

图表92018年中国B2C网络购物交易市场份额占比图170

图表102018年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图171

图表11B2B电子商务产业链184

图表12B2B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142008-2018年中国B2B市场交易规模增长趋势图189

图表152008-2018年中国B2B电子商务服务商营收规模增长趋势图189

图表162008-2018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202018年中国线上B2B电子商务市场竞争格局202

图表21B2B电子商务服务模式208

图表22第三方电子商务服务类型209

图表232008-2018年中国B2C电子商务交易规模212

图表24 2018年B2C网络购物交易市场竞争格局 213

图表25 2008-2018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

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/H477500IPR.html>