

2020-2026年中国电子商务 市场分析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

《2020-2026年中国电子商务市场分析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/P28941RIRU.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

目前，我国电子商务行业呈现东强西弱，区域失衡的结构，中西部地区网络消费额和网络零售额差距较大。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

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前景预测报告》共六章。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1章中国电子商务企业竞争背景分析

1.1中国电子商务企业竞争政策环境分析

1.1.1电子商务行业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.1.2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

(4) 中国电子商务行业“十三五”规划解读

1.2中国电子商务企业竞争技术环境分析

1.2.1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

1.2.2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
- (3) 电子商务新、热技术分析

1.3电子商务企业竞争发展市场环境（国内）

1.3.1中国电子商务行业发展概述

1.3.2中国电子商务行业发展规模

- (1) 中国电子商务交易规模
- (2) 中国电子商务从业人员规模

1.3.3中国电子商务行业发展趋势

- (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

1.4电子商务企业竞争发展市场环境（国际）

1.4.1全球电子商务行业发展概述

1.4.2全球电子商务行业市场规模分析

1.4.3全球电子商务行业市场结构分析

1.4.4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

1.4.5国际电子商务行业成功经验借鉴

1.4.6国际电子商务行业发展趋势分析

第2章中国电子商务行业及细分市场竞争分析

2.1中国电子商务行业市场竞争分析

2.1.1中国电子商务行业市场竞争分析

- (1) 中国电子商务行业区域竞争格局分析
- (2) 中国电子商务行业各行业竞争格局分析
- (3) 中国电子商务行业竞争层次分析

2.1.2中国移动电子商务行业市场竞争分析

- (1) 中国移动电子商务发展概述

(2) 中国移动电子商务行业发展规模

(3) 中国移动电子商务竞争分析

2.2B2B市场竞争格局分析

2.2.1B2B市场规模分析

(1) B2B交易规模

(2) B2B企业规模

(3) B2B市场营收规模2013年~2017年中国B2B平台营收规模数据来源：公开资料整理

(4) B2B用户规模

2.2.2B2B市场盈利模式分析

2.2.3B2B市场企业竞争格局

2.2.4B2B市场区域竞争格局

2.2.5B2B企业竞争地位分析

2.2.6B2B发展趋势分析

2.3B2C市场竞争格局分析

2.3.1B2C市场规模分析

(1) B2C交易规模

(2) B2C企业规模

(3) B2C市场营收规模

2.3.2B2C市场盈利模式分析

2.3.3B2C市场企业竞争格局

2.3.4B2C市场区域竞争格局

2.3.5B2C企业注册用户竞争

2.3.6B2C企业竞争地位分析

2.3.7B2C企业物流竞争分析

(1) B2C企业物流主要模式分析

(2) B2C领先企业物流运营分析

2.3.8B2C发展趋势分析

2.4C2C市场竞争格局分析

2.4.1C2C市场规模分析

(1) C2C交易规模

(2) C2C企业规模

(3) C2C市场营收规模

2.4.2C2C市场盈利模式分析

2.4.3C2C市场企业竞争格局

2.4.4C2C市场区域竞争格局

2.4.5C2C发展趋势分析

2.5第三方支付市场竞争格局分析

2.5.1第三方支付市场交易规模分析

2.5.2第三方支付市场交易规模竞争结构

2.5.3第三方支付市场竞争集中度分析

第3章中国电子商务主要运营模式及创新模式分析

3.1B2B电子商务模式

3.1.1B2B电子商务模式概述

3.1.2B2B电子商务客户定位分析

3.1.3B2B电子商务物流选择策略

3.1.4B2B电子商务成本结构分析

3.1.5B2B电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

3.2B2C电子商务模式

3.2.1B2C电子商务模式概述

3.2.2B2C电子商务客户定位分析

3.2.3B2C电子商务物流选择策略

3.2.4B2C电子商务成本结构分析

3.2.5B2C电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

3.3C2C电子商务模式

3.3.1C2C电子商务模式概述

3.3.2C2C电子商务客户定位分析

3.3.3C2C电子商务物流选取策略

3.3.4C2C电子商务成本结构分析

3.3.5C2C电子商务存在的问题及对策

(1) 存在的问题

(2) 对策分析

3.4 电子商务其他创新模式分析

3.4.1 O2O 电子商务模式

(1) O2O 模式发展现状

(2) O2O 模式主要案例

(3) O2O 模式发展前景

3.4.2 C2G 电子商务模式

(1) C2G 模式发展现状

(2) C2G 模式主要案例

(3) C2G 模式发展前景

3.4.3 B2M 电子商务模式

(1) B2M 模式发展现状

(2) B2M 模式主要案例

(3) B2M 模式发展前景

3.4.4 M2C 电子商务模式

(1) M2C 模式发展现状

(2) M2C 模式主要案例

(3) M2C 模式发展前景

3.4.5 B2G 电子商务模式

(1) B2G 模式发展现状

(2) B2G 模式主要案例

(3) B2G 模式发展前景

3.4.6 社交电子商务模式

(1) 社交电子商务模式发展现状

(2) 社交电子商务模式主要案例

(3) 社交电子商务模式发展前景

第4章 中国电子商务企业物流竞争策略分析

4.1 电子商务物流竞争分析

4.1.1 电商物流行业发展规模分析

4.1.2 电商物流行业发展特征分析

- (1) 兼并重组常态化
- (2) 仓储资源网络化
- (3) 用户结构多样化
- (4) 物流业务增值化

4.1.3 电商物流行业竞争情况分析

- (1) 物流企业与电商企业间竞争加剧
- (2) 电商发展加速物流行业格局调整
- (3) 各路资本争相发力电商物流市场
- (4) 国内电商企业自建物流竞争加剧

4.1.4 电商物流行业竞争趋势分析

4.2 电子商务物流主要模式选择策略

4.2.1 电商物流主要模式优劣势分析

- (1) 自建物流配送模式优劣势分析
- (2) 第三方物流配送模式优劣势分析
- (3) 第四方物流配送模式优劣势分析
- (4) 物流联盟配送模式优劣势分析
- (5) 物流一体化模式优劣势分析
- (6) “O-S-O”物流模式优劣势分析

4.2.2 电商企业物流模式应用案例分析

- (1) 阿里巴巴智能物流案例分析
- (2) 京东商城自建物流案例分析
- (3) 当当网第三方物流案例分析

4.3 电子商务企业物流成本控制策略

4.3.1 运输配送成本控制策略

4.3.2 人力成本控制策略

4.3.3 库房仓储成本控制策略

4.3.4 包装耗材成本控制策略

4.4 电子商务企业物流系统工程提升策略

4.4.1 电子商务企业物流技术提升策略

4.4.2 电子商务企业物流信息化提升策略

4.4.3 电子商务企业物流智能化提升策略

4.4.4 电子商务企业物流决策支持系统提升策略

第5章中国电子商务行业领先网站竞争策略分析

5.1中国领先B2B电子商务网站个案分析

5.1.1阿里巴巴竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.1.2环球资源竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.1.3慧聪网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.1.4敦煌网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.1.5 中国制造网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析

5.2.1 天猫商城竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.2.2 京东商城竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式

- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.2.3 苏宁易购竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.2.4 亚马逊中国竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.2.5 唯品会竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站核心优势
- (7) 网站经营状况分析
- (8) 网站竞争策略分析
- (9) 网站最新发展动向分析

5.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析

5.3.1淘宝网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析
- (8) 网站最新发展动向分析

5.3.2拍拍网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析

5.3.3易趣网竞争策略分析

- (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
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析
- (7) 网站竞争策略分析

第6章中国电子商务企业市场投诉问题和企业竞争策略分析()

6.1中国电子商务企业投诉问题分析

6.1.1行业整体投诉问题分析

- (1) 领域分布
- (2) 投诉金额
- (3) 投诉性别

6.1.2网络零售投诉问题分析

(1) 热点投诉

(2) 投诉榜单

6.1.3支付快递投诉问题分析

6.1.4传统品牌投诉问题分析

6.1.5网络团购投诉问题分析

(1) 热点问题

(2) 十大网站

6.2中国电子商务企业营销竞争策略分析

6.2.1电子商务企业定价策略分析

(1) 成本差异化定价策略

(2) 数量差异化定价策略

(3) 市场差异化定价策略

(4) 承受上限定价策略

(5) 套餐定价策略

(6) 竞拍定价策略

6.2.2电子商务企业产品策略分析

(1) 专一化产品策略

(2) 多样化产品策略

(3) 产品策略发展趋势

6.2.3电子商务企业渠道策略分析

6.3电子商务企业融资策略分析

6.3.1电子商务行业融资情况分析

(1) 中国电子商务融资事件分析

(2) 电子商务企业融资规模分析

(3) 电子商务各行业融资比例分析

6.3.2电子商务行业IPO动向分析

6.3.3电子商务行业融资问题分析

6.3.4电子商务行业融资对策建议

6.3.5电子商务行业融资前景预测

6.4中国电子商务企业竞争发展趋势

6.4.1从价格竞争向品质竞争发展

6.4.2 电子商务物流竞争向白日化发展

6.4.3 从价格竞争向招商价格竞争发展 ()

部分图表目录：

图表1：2013-2019年电子商务行业出台法规数量（单位：个）

图表2：电子商务行业相关政策汇总与解读

图表3：中国电子商务行业“十三五”规划发展重点

图表4：1993-2019年电子商务行业专利数量趋势图（单位：件）

图表5：申请人构成分析（单位：件）

图表6：申请人趋势分析（单位：件）

图表7：技术构成分析（单位：件，%）

图表8：2013-2019年电子商务行业专利技术数量预测（单位：件）

图表9：2009-2019年中国电子商务交易规模及预测（单位：万亿元）

图表10：2009-2019年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人）

图表11：2009-2019年中国电子商务带动从业人员规模及预测（单位：万人）

图表12：2020-2026年中国电子商务市场交易规模预测（单位：万亿元）

图表13：全球电子商务市场规模及结构（单位：万亿美元，%）

图表14：全球电子商务市场结构（单位：%）

图表15：美国电子商务市场规模（单位：亿美元）

图表16：德国电子商务市场规模（单位：亿美元）

图表17：法国电子商务市场规模（单位：亿美元）

图表18：英国电子商务市场规模（单位：亿美元）

图表19：近年日本电子商务市场规模（单位：万亿日元）

图表20：2011-2019年韩国电子商务市场规模（单位：万亿韩元）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/P28941RIRU.html>