

2017-2022年中国电子商务 市场调查与投资战略研究报告

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

《2017-2022年中国电子商务市场调查与投资战略研究报告》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/V818942YHP.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

2015年中国电子商务市场交易规模16.4万亿元，增长22.7%。其中网络购物增长36.2%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。另外，在线旅游39.9%、本地生活服务O2O38.3%的增长共同拉动电商增长。

2011-2018年中国电子商务市场交易规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国电子商务市场调查与投资战略研究报告》共十八章。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家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：

第一部分 产业环境透视

第一章 电子商务行业发展综述

第一节 电子商务行业定义及分类

一、行业定义

二、关联对象

三、行业特征及功能

四、行业构成要素

五、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 电子商务对日渐崛起的农村经济的影响

一、概述

二、电子商务的时代必然性

三、电子商务对发展农村经济的作用

四、衡量我国农村实行电子商务的困难

五、我国农村运用电子商务的可行性分析

六、开展我国农村的电子商务的方式

第三节 电子商务物流研究分析

- 一、电子商务物流概念
- 二、电子商务物流特点
- 三、电子商务物流发展方向
- 四、电子商务物流解决方案
- 五、电子商务与物流行业的关系

第四节 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、电子商务技术发展分析
- 四、电子商务四种主要应用技术
- 五、技术环境对行业的影响

第三章 国际电子商务行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球电子商务市场总体情况分析

- 一、全球电子商务行业发展概况
- 二、全球电子商务市场结构
- 三、全球电子商务行业发展特征
- 四、全球电子商务市场区域分布
- 五、国际重点电子商务企业运营分析

第二节 全球主要国家电子商务市场分析

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第二部分 行业深度分析

第四章 我国电子商务运行现状及行业整体指标分析

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

第二节 电子商务行业发展现状

- 一、我国电子商务发展现状
- 二、电子商务网站的易用性规则

第三节 电子商务市场目标客户群体分析

- 一、目标明确客户
- 二、目标不是很明确
- 三、无目标的游客

第四节 电子商务市场消费心理分析

- 一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征

二、制约电子商务发展的心理因素分析

三、电子商务中现代企业的应对策略

第五节 中国电子商务行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业交易规模分析

第五章 电子商务安全及诚信体系

第一节 电子商务安全概述

一、电子商务应具备的安全要素

二、电子商务安全协议分析与比较

三、电子商务安全保障存在的问题

四、保障电子商务安全的措施

五、电子商务安全解决方案的探讨

第二节 电子商务网络信息安全

一、电子商务主要信息安全技术

二、电子商务数字认证及授权机构

三、电子商务信息安全协议

四、电子商务中的信息安全对策

第三节 企业电子商务网站的安全

一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义

二、电子商务网站的系统安全控制

三、电子商务网站的数据安全控制

四、电子商务网络交易平台的安全控制

第四节 移动电子商务安全

一、移动电子商务信息系统安全概述

二、移动电子商务安全支付方案

三、移动电子商务信息系统安全的趋势

四、移动电子商务中的安全隐患

五、移动电子商务安全技术解决方案

第五节 电子商务的诚信体系

一、电子商务信用的建设的重要性

- 二、中国四种电子商务信用模式
- 三、我国电子商务信用中存在的问题
- 四、加强中国电子商务信用建设的措施

第三部分 市场全景调研

第六章 中国电子商务行业主要运营模式分析

第一节 B2B电子商务模式

- 一、B2B电子商务模式概述
- 二、中国B2B电子商务市场分析
- 三、中国B2B电子商务盈利模式
- 四、中国B2B电子商务目标客户
- 五、中国B2B电子商务采购特征
- 六、中国B2B电子商务物流特征
- 七、中国B2B电子商务成本分析
- 八、中国B2B电子商务存在的问题及对策

第二节 B2C电子商务模式

- 一、B2C电子商务模式概述
- 二、中国B2C电子商务市场分析
- 三、中国B2C电子商务盈利模式
- 四、中国B2C电子商务目标市场
- 五、中国B2C电子商务采购特征
- 六、中国B2C电子商务物流特征
- 七、中国B2C电子商务成本分析
- 八、中国B2C电子商务存在的问题及对策

第三节 C2C电子商务模式

- 一、C2C电子商务模式概述
- 二、中国C2C电子商务市场分析
- 三、中国C2C电子商务盈利模式
- 四、中国C2C电子商务目标客户
- 五、中国C2C电子商务采购特征
- 六、中国C2C电子商务物流特征
- 七、中国C2C电子商务成本分析

八、中国C2C电子商务存在的问题及对策

第四节 其他电子商务模式

- 一、B2G电子商务模式
- 二、C2G电子商务模式
- 三、B2M电子商务模式
- 四、M2C电子商务模式
- 五、O2O电子商务模式
- 六、社交电子商务模式

第七章 中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

第一节 网络购物发展现状与趋势分析

- 一、网络购物行业发展概况
- 二、网络购物行业市场分析
- 三、网络购物运营模式分析
- 四、网络购物营销模式分析
- 五、网络购物行业发展趋势

第二节 网络团购发展现状与趋势分析

- 一、网络团购行业发展概况
- 二、网络团购市场现状分析
- 三、网络团购市场调查情况
- 四、网络团购行业关注度分析
- 五、网络团购市场存在问题及解决对策
- 六、网络团购行业发展趋势分析

第三节 网上支付发展现状与趋势分析

- 一、网上支付行业发展概况
- 二、网上支付交易市场现状分析
- 三、网上支付平台支付模式
- 四、网上支付主要认证体系发展现状与趋势
- 五、网上支付行业发展趋势分析

第四节 信息服务发展现状与趋势分析

- 一、信息服务业发展概述
- 二、信息服务业市场规模分析

- 三、信息服务企业发展现状分析
- 四、电子商务信息服务业主要应用领域分析
- 五、电子商务信息服务业运营模式分析
- 六、电子商务信息服务业存在问题及解决对策
- 七、电子商务信息服务业发展趋势分析

第八章 中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

第一节 中国移动电子商务发展现状与趋势

- 一、中国移动电子商务发展概述
- 二、中国移动电子商务行业发展规模
- 三、中国移动电子商务市场竞争状况分析
- 四、中国移动电子商务运营模式分析
- 五、中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 六、中国移动电子商务发展趋势分析

第二节 中国移动电子商务发展现状分析

- 一、移动支付行业发展概况
- 二、移动支付市场发展规模
- 三、中国移动支付市场结构
- 四、中国移动支付核心企业竞争格局
- 五、中国移动支付行业发展前景分析

第三节 中国移动电子商务应用市场需求分析

- 一、移动电子商务在企业应用中市场需求分析
- 二、移动电子商务在个人应用中市场需求分析

第九章 中国电子商务行业营销模式与案例分析

第一节 搜索引擎营销模式与案例分析

- 一、搜索引擎营销结构分析
- 二、搜索引擎营销成本收益分析
- 三、搜索引擎营销案例分析

第二节 论坛营销模式与案例分析

- 一、论坛营销结构分析
- 二、论坛营销成本收益分析

三、论坛营销案例分析

第三节 博客营销模式与案例分析

一、博客营销结构分析

二、博客营销成本收益分析

三、博客营销案例分析

第四节 微博营销模式与案例分析

一、微博营销结构分析

二、微博营销成本收益分析

三、微博营销案例分析

第五节 视频营销模式与案例分析

一、视频营销结构分析

二、视频营销成本收益分析

三、视频营销案例分析

第六节 问答营销模式与案例分析

一、问答营销结构分析

二、问答营销成本收益分析

三、问答营销案例分析

第七节 权威百科营销模式与案例分析

一、权威百科营销结构分析

二、权威百科营销成本收益分析

三、权威百科营销案例分析

第八节 企业新闻营销模式与案例分析

一、企业新闻营销结构分析

二、企业新闻营销成本收益分析

三、企业新闻营销案例分析

第十章 电子商务行业（产业集群）及区域市场分析

第一节 上海电子商务产业集群发展模式分析

一、电子商务产业集群的涵义

二、上海电子商务产业集群发展现状

三、推进上海电子商务产业集群发展的策略

第二节 城市化发展与产业集群关联性

- 一、城市化带动电子商务产业集群扩大
- 二、电子商务产业集群借助城市高速发展的交通

第三节 中国电子商务重点区域市场分析预测

- 一、行业总体区域结构特征及变化
- 二、电子商务区域市场分析
- 三、电子商务区域市场前景及趋势

第四部分 竞争格局分析

第十一章 2017-2022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
- 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、中国电子商务服务竞争力优势分析

第三节 电子商务市场创新竞争策略分析

- 一、企业信息化建设的创新
- 二、政府的宏观调控作用的全面发挥
- 三、开发自主知识产权的安全产品

第十二章 2017-2022年电子商务行业领先企业经营形势分析

第一节 中国电子商务企业总体发展状况分析

- 一、电子商务企业主要类型
- 二、电子商务企业资本运作分析
- 三、电子商务企业创新及品牌建设
- 四、电子商务企业国际竞争力分析

第二节 中国领先电子商务企业经营形势分析

- 一、北京京东世纪信息技术有限公司
- 二、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

- 三、浙江淘宝网络有限公司
- 四、北京世纪卓越信息技术有限公司
- 五、北京当当网信息技术有限公司
- 六、凡客诚品（北京）科技有限公司
- 七、浙江天猫网络有限公司
- 八、广州唯品会信息科技有限公司
- 九、麦网电子商务（上海）有限公司
- 十、江苏苏宁易购电子商务有限公司
- 十一、北京百度网讯科技有限公司
- 十二、上海易迅电子商务发展有限公司
- 十三、杭州商易信息技术有限公司
- 十四、环球资源
- 十五、北京铭万智达科技有限公司
- 十六、焦点科技股份有限公司
- 十七、百联电子商务有限公司
- 十八、上海新蛋电子商务有限公司
- 十九、上海携程商务有限公司
- 二十、嘉兴市麦包包网络科技有限公司
- 二十一、北京慧聪建设信息咨询有限公司
- 二十二、史泰博（上海）有限公司
- 二十三、同程网络科技股份有限公司
- 二十四、绿城电子商务有限公司
- 二十五、家有购物集团有限公司
- 二十六、上海钢联电子商务股份有限公司
- 二十七、金银岛（北京）网络科技股份有限公司
- 二十八、纽海信息技术（上海）有限公司
- 二十九、北京网库互通信息技术有限公司
- 三十、浙江网盛生意宝股份有限公司

第五部分 发展前景展望

第十三章 电子商务行业“十二五”规划研究

第一节 发展现状与面临的形势

一、发展现状

二、面临的形势

第二节 指导思想、基本原则与发展目标

一、指导思想

二、基本原则

三、发展目标

第三节 重点任务

第四节 政策措施

一、加强组织保障

二、立健全电子商务诚信发展环境

三、提高电子商务的公共服务和市场监管水平

四、加大对电子商务违法行为的打击力度

五、完善权益保护机制

六、加强电子商务法律法规和标准规范建设

七、完善多元化的电子商务投融资机制

八、加强电子商务统计监测工作

九、加快电子商务人才培养

十、加强国际合作

第十四章 2017-2022年电子商务行业前景及趋势预测

第一节 2017-2022年电子商务市场发展前景

一、2017-2022年电子商务市场发展潜力

二、2017-2022年电子商务市场发展前景展望

三、2017-2022年电子商务细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年电子商务市场发展趋势预测

一、2017-2022年电子商务行业发展趋势

二、2017-2022年电子商务市场规模预测

三、2017-2022年电子商务行业应用趋势预测

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 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

第十五章 中国电子商务行业投融资与盈利模式分析

第一节 电子商务行业投资特性分析

- 一、电子商务行业进入壁垒分析
- 二、电子商务行业盈利模式分析
- 三、电子商务行业盈利因素分析

第二节 电子商务行业投资现状及前景

- 一、电子商务行业投资现状分析
- 二、电子商务行业投资前景预测

第三节 电子商务行业融资现状及前景

- 一、电子商务行业融资现状分析
- 二、电子商务行业融资前景预测

第六部分 发展战略研究

第十六章 2017-2022年电子商务行业面临的困境及对策

第一节 电子商务行业面临的困境

- 一、中国电子商务行业发展的主要困境
- 二、跨境电商全流程发展面临四大困境
- 三、电商诚信下滑
- 四、电子商务税收面临的困难和问题

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

第十七章 电子商务行业案例分析研究

第一节 电子商务行业兼并与合作案例分析

一、电子商务行业兼并与合作成功案例分析

二、电子商务行业兼并与合作失败案例分析

第二节 电子商务行业细分市场案例分析

一、B2B案例分析

二、B2C案例分析

三、团购案例分析

四、O2O案例分析

第三节 电子商务行业营销案例分析

一、电子商务行业营销成功案例分析

二、电子商务行业营销失败案例分析

三、经验借鉴

第十八章 研究结论及发展建议 (ZY CW)

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：2010-2015年电子商务交易规模

图表：2011-2015年电子商务交易规模增长率

图表：电子商务和信息化司的主要职能

图表：2015年CPI同比增幅

图表：2015年居民消费价格主要数据

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2012-2015年城镇新增就业人数

图表：2012-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2015年最具吸引力的网上零售国家排名

图表：日本主要电商平台2015年度交易额

图表：2010-2015年B2B企业规模

图表：2011-2016年中国电子商务服务企业从业人员规模

图表：2011-2016年中国电子商务市场交易规模

图表：2011-2016年中国网络零售用户规模

图表：2011-2016年中国B2B电子商务营收规模

图表：2015年用户网络平均购买水平

图表：2011-2016年中国B2B电子商务交易规模

图表：2015-2016中国B2C市场规模走势

图表：2011-2015年B2C在网购市场交易规模占比

图表：B2C网购交易市场份额

图表：B2C手机APP下载量排行

图表：B2c网络直销模式运行图

图表：B2C亚马逊模式运行图

图表："新型的电子商务物流"模式运行图

图表：中国网络购物市场交易规模结构

图表：社交购物站点可大致分为三种形式

图表：让顾客、卖家以及社会群体三者发生互动关系的平台

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/V818942YHP.html>