

2020-2026年中国电子商务 市场深度评估与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国电子商务市场深度评估与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202005/165652.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019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。中国跨境电子商务交易总额预测中国进口电子商务交易额预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电子商务市场深度评估与投资方向研究报告》共七章。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1章：中国电子商务企业竞争背景分析

1.1 中国电子商务行业发展综述

1.1.1 电子商务定义与分类

1.1.2 电子商务主要模式分析

1.1.3 电子商务企业投诉问题分析

- (1) 行业整体投诉问题分析
- (2) 网络零售投诉问题分析
- (3) 支付快递投诉问题分析
- (4) 传统品牌投诉问题分析
- (5) 网络团购投诉问题分析

1.2 中国电子商务企业竞争政策环境

1.2.1 电子商务行业管理体制

- (1) 主管部门
- (2) 监管体制

1.2.2 电子商务行业相关政策

- (1) 电子商务行业相关政策汇总与解读
- (2) 电子商务行业支付与快递行业政策分析
- (3) 中国电子商务行业“十三五”规划解读

1.3 中国电子商务企业竞争技术环境

1.3.1 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

1.3.2 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

1.4 中国电子商务企业消费环境分析

1.4.1 居民收入水平及其影响

1.4.2 城镇化进程及其影响

1.4.3 零售业发展及其影响

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规模与竞争格局

2.1.1 中国电子商务市场规模分析

- (1) 中国电子商务市场交易规模中国跨境电子商务交易总额预测

资料来源：公开资料整理中国进口电子商务交易额预测

- (2) 中国电子商务从业人员规模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

2.1.2 中国电子商务竞争现状分析

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

2.2 中国移动电子商务市场规模与竞争格局

2.2.1 中国移动电子商务市场规模分析

- (1) 中国智能手机保有量规模

(2) 中国移动电子商务用户规模

(3) 中国移动电子商务市场规模

2.2.2 中国移动电子商务竞争分析

2.3 中国电子商务行业细分市场格局分析

2.3.1 B2B市场竞争格局分析

(1) B2B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

4) B2B用户规模

(2) B2B市场盈利模式分析

(3) B2B市场企业竞争格局

(4) B2B市场区域竞争格局

(5) B2B企业竞争地位分析

(6) B2B发展趋势分析

2.3.2 B2C市场竞争格局分析

(1) B2C市场规模分析

1) B2C交易规模

2) B2C企业规模

(2) B2C市场盈利模式分析

(3) B2C市场企业竞争格局

(4) B2C市场区域竞争格局

(5) B2C企业竞争地位分析

(6) B2C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

(7) B2C发展趋势分析

2.3.3 C2C市场竞争格局分析

(1) C2C市场规模分析

1) C2C交易规模

2) C2C网店规模

(2) C2C市场盈利模式分析

- (3) C2C市场企业竞争格局
- (4) C2C市场区域竞争格局
- (5) C2C发展趋势分析
- 2.4 中国第三方支付市场竞争格局分析
- 2.4.1 第三方支付市场交易规模分析
- 2.4.2 第三方支付市场交易规模竞争结构
- 2.4.3 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

- 3.1 B2B电子商务模式
 - 3.1.1 B2B电子商务模式概述
 - 3.1.2 B2B电子商务客户定位分析
 - 3.1.3 B2B电子商务物流选择策略
 - 3.1.4 B2B电子商务成本结构分析
 - 3.1.5 B2B电子商务存在的问题及对策
 - (1) 存在的问题
 - (2) 对策分析
- 3.2 B2C电子商务模式
 - 3.2.1 B2C电子商务模式概述
 - 3.2.2 B2C电子商务客户定位分析
 - 3.2.3 B2C电子商务物流选择策略
 - 3.2.4 B2C电子商务成本结构分析
 - 3.2.5 B2C电子商务存在的问题及对策
 - (1) 存在的问题
 - (2) 对策分析
- 3.3 C2C电子商务模式
 - 3.3.1 C2C电子商务模式概述
 - 3.3.2 C2C电子商务客户定位分析
 - 3.3.3 C2C电子商务物流选取策略
 - 3.3.4 C2C电子商务成本结构分析
 - 3.3.5 C2C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：中国跨境电商企业发展机遇与典型案例剖析

4.1 中国跨境电商企业发展机遇分析

4.1.1 政策环境红利突显

4.1.2 用户潜在需求巨大

4.1.3 资本市场争相竞逐

- 4.1.4 配套服务体系逐渐成熟
- 4.1.5 跨境电商试点逐步推进
- 4.2 中国跨境电商企业经营模式分析
 - 4.2.1 跨境电商M2C模式分析
 - 4.2.2 跨境电商B2C模式分析
 - 4.2.3 跨境电商C2C模式分析
 - 4.2.4 跨境电商BBC保税区模式分析
 - 4.2.5 跨境电商海外电商直邮模式分析
 - 4.2.6 跨境电商返利导购/代运营模式分析
- 4.3 中国跨境电商主要竞争主体分析
 - 4.3.1 各类品牌商
 - 4.3.2 物流供应链服务商
 - 4.3.3 国内电商巨头
 - 4.3.4 创业公司
- 4.4 中国跨境电商企业典型案例剖析

第5章：中国电子商务企业物流竞争策略分析

- 5.1 电子商务物流竞争分析
 - 5.1.1 电商物流行业发展规模分析
 - 5.1.2 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
 - 5.1.3 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
 - 5.1.4 电商物流行业发展趋势分析
 - (1) 电子商务物流发展动态
 - (2) 电子商务物流前景预测

5.2 电子商务物流主要模式选择策略

5.2.1 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

5.2.2 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

5.3 电子商务企业物流成本控制策略

5.3.1 运输配送成本控制策略

5.3.2 人力成本控制策略

5.3.3 库房仓储成本控制策略

5.3.4 包装耗材成本控制策略

5.4 电子商务企业物流系统工程提升策略

5.4.1 电子商务企业物流技术提升策略

5.4.2 电子商务企业物流信息化提升策略

5.4.3 电子商务企业物流智能化提升策略

5.4.4 电子商务企业物流决策支持系统提升策略

第6章：中国电子商务行业领先网站竞争策略分析

6.1 中国领先B2B电子商务网站个案分析

6.1.1 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) 网站最新发展动向分析

6.1.2 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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(7) 网站最新发展动向分析

6.1.3 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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(7) 网站最新发展动向分析

6.1.4 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) 网站最新发展动向分析

6.1.5 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) 网站最新发展动向分析

6.1.6 生意宝竞争策略分析

- (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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (7) 网站最新发展动向分析

6.1.7 志趣网竞争策略分析

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网络营销策略
- (4) 网站盈利模式

6.1.8 淘金地竞争策略分析

- (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) 网站最新发展动向分析

6.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析

6.2.1 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) 网站最新发展动向分析

6.2.2 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) 网站最新发展动向分析

6.2.3 苏宁电器竞争策略分析

- (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) 网站最新发展动向分析

6.2.4 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) 网站最新发展动向分析

6.2.5 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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

- (8) 网站最新发展动向分析

6.2.6 国美在线竞争策略分析

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网络营销策略
- (4) 网站盈利模式
- (5) 网站经营状况分析
- (6) 网站经营优势分析
- (7) 网站最新发展动向分析

6.2.7 当当网竞争策略分析

- (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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(7) 网站最新发展动向分析

6.2.8 1号店竞争策略分析

(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) 网站最新发展动向分析

6.2.9 凡客诚品竞争策略分析

(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) 网站最新发展动向分析

6.2.10 橡果国际竞争策略分析

(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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(7) 网站最新发展动向分析

6.2.11 麦考林竞争策略分析

(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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(7) 网站最新发展动向分析

6.2.12 乐蜂网竞争策略分析

(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) 网站最新发展动向分析

6.2.13 梦芭莎竞争策略分析

(1) 网站简介

(2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网络商业模式

(5) 网络营销策略

(6) 网站盈利模式

(7) 网站经营状况分析

(8) 网站最新发展动向分析

6.2.14 美团网竞争策略分析

- (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) 网站最新发展动向分析

6.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析

6.3.1 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) 网站最新发展动向分析

6.3.2 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

6.3.3 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

第7章：中国电子商务企业竞争策略与趋势前景分析

7.1 中国电子商务企业营销竞争策略分析

7.1.1 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

7.1.2 电子商务企业产品策略分析

- (1) 专一化产品策略
- (2) 多元化产品策略
- (3) 产品策略发展趋势

7.1.3 电子商务企业渠道策略分析

7.2 中国电子商务企业融资策略分析

7.2.1 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

7.2.2 电子商务行业IPO动向分析

7.2.3 电子商务行业融资问题分析

7.2.4 电子商务行业融资对策建议

- (1) 电子商务企业的基本融资策略
- (2) 基于电子商务企业生命周期的融资策略

7.2.5 电子商务行业融资前景预测

7.3 中国电子商务企业竞争发展趋势

7.3.1 从价格竞争向品质竞争发展

7.3.2 电子商务物流竞争向白日化发展

7.3.3 从价格竞争向招商价格竞争发展

7.4 中国电子商务行业发展前景预测

图表目录：

图表1：电子商务行业分类列表

图表2：电子商务行业主要模式

图表3：2019年中国电子商务投诉领域分布（单位：%）

图表4：2019年中国电子商务投诉金额分布（单位：%）

图表5：2019年中国电子商务投诉性别比例（单位：%）

图表6：2019年网络购物服装与鞋类投诉标榜单（单位：%）

图表7：2019年中国网络购物十大被投诉网站（单位：%）

图表8：2019年中国网络购物被投诉网站榜单（单位：%）

图表9：2019年网络购物支付、快递投诉标榜单（单位：%）

图表10：2019年网络购物传统品牌投诉标榜单

图表11：2019年网络团购投诉十大热点问题（单位：%）

图表12：2019年网络团购投诉十大网站（单位：%）

图表13：电子商务和信息化司的主要职能

图表14：2009-2019年电子商务行业出台法规政策汇总

图表15：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规

图表16：中国电子商务行业“十三五”规划发展重点

图表17：电子商务行业技术开发扶持政策汇总

图表18：2005-2019年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）

图表19：2005-2019年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表20：2015-2021电子商务行业专利技术数量预测（单位：件）

图表21：截至2019年我国电子商务相关专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表22：2019年中国电子商务区域分布情况（单位：%）

图表23：2019年中国电子商务行业分布情况（单位：%）

图表24：2011-2019年我国智能手机保有量及同比增速预测（单位：亿台，%）

图表25：2009-2019年中国移动电子商务实物交易用户规模及预测（单位：万户，%）

图表26：2010-2019年中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表27：2009-2019年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）

图表28：2009-2019年中国电子商务B2B企业数量规模及预测（单位：家，%）

图表29：2011-2019年中国中小企业B2B营收规模及预测（单位：亿元，%）

图表30：2009-2019年中国电子商务B2B用户规模及预测（单位：万人，%）

图表31：中国B2B电子商务盈利模式分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165652.html>