2020-2026年中国电子商务行业发展模式分析及投资风险研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国电子商务行业发展模式分析及投资风险研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201911/804431.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

电子商务是指以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化；以互联网为媒介的商业行为均属于电子商务的范畴。

电商平台纷纷将经营重心转向下沉市场。拼多多抓住消费市场下沉的机会快速发展，2018年平台活跃买家数量4.19亿，较2017年增长1.74亿，增幅71%，GMV4716亿元，增速达到233%，远超电商行业平均增速。，71%的拼多多用户来自二线及以下城市。淘宝通过聚划算、淘抢购、天天特卖三大淘系平台加速对下沉市场的渗透，2019数据显示，淘宝+天猫新增1.02亿年度活跃消费者中，有77%来自三四线城市及乡村地区。京东通过京东拼购打开下沉市场，2019Q2财报电话会上，京东零售集团轮值CEO徐雷透露：京东来自三到六线城市的低线市场用户增速高于一二线城市；现在新用户当中，有将近七成来自低线城市；整体用户里面超过一半来自低线城市。

三大电商平台活跃用户数（百万人）

拼多多用户各线城市分布情况

智研咨询发布的《2020-2026年中国电子商务行业发展模式分析及投资风险研究报告》共六章。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全球电子商务所属行业发展概述
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
2018年中国电子商务整体交易规模约为28.4万亿元，增长17.8%.随着电商商务行业的逐步完善，预计2019年中国电子商务交易规模将超30万亿元，同比增长约为16.2%。
2019年中国电子商务交易规模预计

（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
（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
3.4.1O2O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
3.4.2C2G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
3.4.3B2M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
3.4.4M2C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
3.4.5B2G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
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
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
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
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
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
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
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
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
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）网站经营状况分析
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
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
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
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（ZY GXH）
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（ZY GXH）
图表目录：
图表1：2015-2019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8：2015-2019年电子商务行业专利技术数量预测（单位：件）
图表9：2015-2019年中国电子商务交易规模及预测（单位：万亿元）
图表10：2015-2019年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人）
图表11：2015-2019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20：2015-2019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：https://www.chyxx.com/research/201911/804431.html