

2024-2029年中国电子商务行业全景调研与投资潜力研究咨询报告

报告简介

随着我国网络技术普及率的日益提高，通过网络进行购物、交易、支付等的电子商务新模式发展迅速。电子商务凭借其低成本、高效率的优势，不但受到普通消费者的青睐，还有效促进中小企业寻找商机、赢得市场，已成为我国转变发展方式、优化产业结构的重要动力。

新冠肺炎疫情加速了传统经济数字化转型进程，电子商务平台在助力抗击疫情、拉动消费回补、畅通产业链供应链方面发挥了重要作用。2020年，全国电商交易额37.21万亿元，比上年增长4.5%，电子商务规模持续扩大，创新融合不断加速，引领作用日益凸显。农村电商提质升级，电商兴农不断深入。2020年，全国农村网络零售额达1.79万亿元，同比增长8.9%。电商加速赋能农业产业化、数字化发展，一系列适应电商市场的农产品持续热销，有力推动乡村振兴和脱贫攻坚。区域发展方面，各地区电商交易额均实现较快增长。2020年，东部地区电商交易额24.12万亿元，同比增长2.5%，其中，四季度交易额7.46万亿元，增长8.9%。中部地区交易额5.20万亿元，增长5.5%，其中，四季度交易额1.56万亿元，增长5.5%。西部地区交易额5.49万亿元，增长10.0%，其中，四季度交易额1.64万亿元，增长18.1%。东北地区交易额1.22万亿元，增长12.3%，其中，四季度交易额0.33万亿元，增长17.3%。

互联网技术的发展和人们对高品质服务的需求叠加，互联网和教育、医疗的创新融合发展不断加速。2020年四季度，在线教育类平台交易额同比增长153.5%；月均交易额超过亿元的互联网教育平台达16个，增长100%。在线医疗平台交易额增长87.6%；在线医疗咨询人数达9274.07万人，增长16.7%；在线处方单数4103.62万个，增长268.5%；远程会诊人次数2.09次，增长68.7%。

当前电商市场并购不断，市场集中进一步加强。“互联网+”和“供给侧改革”为电子商务提供巨大发展空间，技术创新、模式创新、应用创新驱动互联网经济快速发展。“十四五”时期，我国电子商务市场仍将保持平稳健康发展，投资潜力巨大。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国电子商务行业市场进行了分析研究。报告在总结中国电子商务行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电子商务行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为电子商务行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 电子商务行业发展概述 1

第一节 行业定义及分类 1

| | |
|-------------------------|----|
| 第二节 行业起源及历史 | 2 |
| 第三节 行业地位及作用 | 3 |
| 第四节 行业发展周期及阶段 | 6 |
| 第二章 电子商务行业发展环境 | 10 |
| 第一节 经济环境 | 10 |
| 一、国内经济运行现状 | 10 |
| 二、国内经济趋势判断 | 16 |
| 三、经济环境对行业的影响分析 | 21 |
| 第二节 社会环境 | 23 |
| 一、人口环境分析 | 23 |
| 二、文化环境分析 | 29 |
| 三、生态环境分析 | 32 |
| 四、中国城镇化率 | 34 |
| 第三节 政策监管环境 | 36 |
| 一、管理体制 | 36 |
| 二、主要政策法规 | 41 |
| 三、政策法规影响 | 56 |
| 第四节 技术环境 | 58 |
| 一、我国电子商务技术进展分析 | 58 |
| 二、技术现状及特点 | 59 |
| 三、电子商务技术的未来发展趋势 | 66 |
| 第三章 电子商务行业上下游产业链发展及影响分析 | 68 |
| 第一节 产业链介绍 | 68 |
| 一、电子商务行业产业链简介 | 68 |

| | |
|---------------------------|----|
| 二、电子商务行业产业链特征分析 | 68 |
| 三、电子商务行业的产生对产业链的影响分析 | 71 |
| 第二节 上游产业现状分析及其对电子商务行业的影响 | 73 |
| 一、上游产业发展现状 | 73 |
| 二、上游行业发展趋势 | 74 |
| 三、上游产业发展趋势及对行业的影响 | 75 |
| 第三节 下游产业分析及其对电子商务行业的影响 | 76 |
| 一、下游产业发展情况 | 76 |
| 二、下游需求变化趋势 | 79 |
| 三、下游产业发展对行业的影响 | 80 |
| 第二部分 国内外行业发展分析 | |
| 第四章 世界电子商务产业发展对比及经验借鉴 | 84 |
| 第一节 2024-2029年国际电子商务产业的发展 | 84 |
| 一、世界电子商务产业发展综述 | 84 |
| 二、全球电子商务产业竞争格局 | 84 |
| 三、全球电子商务产业发展特点 | 85 |
| 第二节 主要国家地区电子商务产业发展分析 | 86 |
| 一、欧洲 | 86 |
| 二、亚洲 | 88 |
| 三、美国 | 89 |
| 四、其它国家和地区 | 90 |
| 第三节 世界电子商务产业发展趋势及前景分析 | 91 |
| 一、电子商务模式发展及趋势分析 | 91 |
| 二、电子商务产业发展趋势分析 | 93 |

| | |
|------------------------|-----|
| 三、电子商务产业发展潜力分析 | 93 |
| 第五章 中国电子商务市场运行综合分析 | 95 |
| 第一节 电子商务行业市场发展基本情况 | 95 |
| 一、市场现状分析 | 95 |
| 二、市场规模分析 | 96 |
| 三、市场特点分析 | 97 |
| 四、市场电商品牌化率分析 | 98 |
| 第二节 电子商务行业技术研发情况 | 100 |
| 一、行业技术情况分析 | 100 |
| 二、行业技术发展动态 | 100 |
| 第三节 行业市场工业总产值分析 | 101 |
| 一、市场总产值分析 | 101 |
| 二、行业市场总产值地区分布 | 103 |
| 第四节 近三年行业市场产品价格现状分析 | 105 |
| 一、市场产品价格回顾 | 105 |
| 二、当前市场产品价格综述 | 106 |
| 三、2024-2029年市场产品价格发展预测 | 107 |
| 第六章 中国电子商务行业经济运行指标分析 | 109 |
| 第一节 中国电子商务行业总体规模分析 | 109 |
| 一、企业数量结构分析 | 109 |
| 二、行业供给规模分析 | 110 |
| 三、2024-2029年电子商务供给预测 | 112 |
| 第二节 中国电子商务行业产销分析 | 113 |
| 一、行业产品情况总体分析 | 113 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 二、行业产品销售收入总体分析 | 113 |
| 第三节 中国电子商务行业财务指标总体分析 | 115 |
| 一、行业盈利能力分析 | 115 |
| 二、行业偿债能力分析 | 118 |
| 三、行业营运能力分析 | 119 |
| 四、行业发展能力分析 | 120 |
| 第三部分 行业市场需求分析 | |
| 第七章 中国电子商务市场需求分析及预测 | 123 |
| 第一节 电子商务行业需求市场 | 123 |
| 第二节 电子商务行业客户结构 | 124 |
| 第三节 电子商务行业需求的地区差异 | 125 |
| 第八章 电子商务行业区域市场发展分析及预测 | 129 |
| 第一节 长三角区域市场情况分析 | 129 |
| 第二节 珠三角区域市场情况分析 | 130 |
| 第三节 环渤海区域市场情况分析 | 131 |
| 第四节 主要省市市场情况分析 | 132 |
| 第五节 电子商务行业主要区域市场发展状况及竞争力研究 | 134 |
| 一、华北大区电子商务市场分析 | 134 |
| 二、华中大区电子商务市场分析 | 135 |
| 三、华南大区电子商务市场分析 | 138 |
| 四、华东大区电子商务市场分析 | 143 |
| 五、东北大区电子商务市场分析 | 151 |
| 六、西南大区电子商务市场分析 | 153 |
| 七、西北大区电子商务市场分析 | 159 |
| 第九章 电子商务市场竞争格局分析 | 171 |

第一节 电子商务行业竞争结构分析 171

一、现有企业间竞争 171

二、潜在进入者分析 172

三、替代品威胁分析 173

四、供应商议价能力 175

五、客户议价能力 176

第二节 电子商务行业集中度分析 177

一、市场集中度分析 177

二、企业集中度分析 178

三、区域集中度分析 179

第三节 电子商务行业国际竞争力比较 181

一、生产要素 181

二、需求条件 183

三、支援与相关产业 184

四、企业战略结构与竞争状态 184

五、政府的作用 185

第四节 电子商务行业竞争格局分析 186

一、中国电子商务行业竞争SWOT分析 186

二、国内外电子商务竞争分析 191

三、中国电子商务市场竞争趋势分析 192

第四部分 行业重点企业分析

第十章 电子商务行业重点领先企业经营状况及前景规划分析 194

第一节 阿里巴巴(中国)网络技术有限公司 194

一、企业概况 194

二、市场定位情况 194

三、市场经营情况 196

四、公司发展战略分析 197

第二节 北京当当网信息技术有限公司 198

一、企业概况 198

二、市场定位情况 199

三、市场经营情况 200

四、公司发展战略分析 201

第三节 京东集团 202

一、企业概况 202

二、市场定位情况 203

三、市场经营情况 204

四、公司发展战略分析 207

第四节 广州唯品会信息科技有限公司 207

一、企业概况 207

二、市场定位情况 208

三、市场经营情况 208

四、公司发展战略分析 209

第五节 聚美优品 211

一、企业概况 211

二、市场定位情况 211

三、市场经营情况 212

四、公司发展战略分析 213

第六节 58同城 213

| | |
|------------------------------------|-----|
| 一、企业概况 | 213 |
| 二、市场定位情况 | 214 |
| 三、市场经营情况 | 214 |
| 四、公司发展战略分析 | 216 |
| 第五部分 行业发展趋势分析 | |
| 第十一章 2024-2029年电子商务行业发展趋势及影响因素 | 217 |
| 第一节 2024-2029年电子商务行业市场前景分析 | 217 |
| 一、电子商务市场容量分析 | 217 |
| 二、电子商务行业利好利空整体分析 | 217 |
| 三、电子商务行业发展前景分析 | 219 |
| 第二节 2024-2029年电子商务行业未来发展预测分析 | 220 |
| 一、中国电子商务发展方向分析 | 220 |
| 二、2024-2029年中国电子商务行业发展规模 | 223 |
| 三、2024-2029年中国电子商务行业发展趋势预测 | 224 |
| 第三节 2024-2029年影响企业经营的关键趋势 | 226 |
| 一、市场整合成长趋势 | 226 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 | 227 |
| 三、企业市场领域拓展趋势 | 228 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展 | 229 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键因素 | 231 |
| 第十二章 2024-2029年电子商务行业投资方向与风险分析 | 233 |
| 第一节 2024-2029年电子商务行业发展的有利因素与不利因素分析 | 233 |
| 一、有利因素 | 233 |
| 二、不利因素 | 234 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第二节 2024-2029年电子商务行业产业发展的空白点分析 | 237 |
| 第三节 2024-2029年电子商务行业投资回报率比较高的投资方向 | 238 |
| 第四节 2024-2029年电子商务行业投资潜力与机会 | 239 |
| 第五节 2024-2029年电子商务行业新进入者应注意的障碍因素 | 240 |
| 第六节 2024-2029年中国电子商务行业投资风险分析 | 241 |
| 一、市场竞争风险 | 241 |
| 二、上游压力风险分析 | 245 |
| 三、技术风险分析 | 246 |
| 四、政策和体制风险 | 247 |
| 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 | 250 |
| 第十三章 2024-2029年电子商务行业发展环境与渠道分析 | 252 |
| 第一节 全国经济发展背景分析 | 252 |
| 一、宏观经济数据分析 | 252 |
| 二、宏观政策环境分析 | 253 |
| 三、“十四五”发展规划分析 | 259 |
| 第二节 主要电子商务产业聚集区发展背景分析 | 268 |
| 一、主要电子商务产业聚集区市场特点分析 | 268 |
| 二、主要电子商务产业聚集区社会经济现状分析 | 270 |
| 三、未来主要电子商务产业聚集区经济发展预测 | 272 |
| 第三节 竞争对手渠道模式 | 273 |
| 一、电子商务市场渠道情况 | 273 |
| 二、电子商务竞争对手渠道模式 | 274 |
| 三、电子商务直营代理分布情况 | 275 |
| 第十四章 2024-2029年电子商务行业市场策略分析 | 277 |

第一节 电子商务行业营销策略分析及建议 277

一、电子商务行业营销模式 277

二、电子商务行业营销策略 279

第二节 电子商务行业企业经营发展分析及建议 281

一、电子商务行业经营模式 281

二、电子商务模式发展趋势 281

第三节 多元化策略分析 283

一、行业多元化策略研究 283

二、现有竞争企业多元化业务发展模式 284

三、上下游行业策略分析 287

第四节 市场重点客户战略实施 288

一、实施重点客户战略的必要性 288

二、合理确立重点客户 290

三、重点客户战略管理 291

四、重点客户管理功能 293

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/26520.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)