

中国电子商务行业深度分析及发展战略研究咨询报告(2024-2029版)

报告简介

2019年，中国电子商务市场规模持续引领全球，服务能力和应用水平进一步提高。中国网民规模已超过9亿人，互联网普及率达64.5%；全国电子商务交易额达34.81万亿元。2019年，中国电子商务新模式新业态不断涌现。《报告(2024-2029版)》显示，电子商务模式业态持续创新。、小程序等技术广泛应用，、社交电商、跨境电商海外仓等模式深化创新，顺应了时下多元化、个性化、重视体验的消费需求。与此同时，电子商务带动线上线下融合发展的趋势更加明显，餐饮企业、零售门店主动拓展线上市场空间，传统实体经济在数字化转型方面作出新的探索和尝试。

据商务大数据监测，2020年全国一季度电商直播超过400万场，100多位县长、市长走进直播间为当地产品“代言”。家居用品、厨具、健身器材等受到消费者青睐，销量同比增长超过40%。

2019年，全国电子商务交易额达34.81万亿元，比上年增长6.7%。同时，数据显示，2019年全国网上零售额达10.63万亿元，比上年增长16.5%。其中，实物商品网上零售额8.52万亿元，增长19.5%，占社会消费品零售总额的比重上升到20.7%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达45.6%。

截至2019年12月31日，我国电子商务已上市的企业共66家。其中，零售电商28家、生活服务电商21家、产业电商10家、跨境电商7家。

电商对中国经济的‘消费支撑力’是非常大的。疫情防控的客观要求，无疑加速了线上商品和服务的发展。同时，电商注重下沉市场、商品便利性、商业信用评价等特点，也有助于消费体验的提升。可以说，电商在稳住消费基本盘的同时，也使相关企业保持了旺盛生命力。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国国际电子商务中心、中国物流行业协会、中国电子商务协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国电子商务及细分模式的发展状况、上下游行业发展状况、发展趋势、服务与技术等进行了分析，并重点分析了中国电子商务行业发展状况和特点，以及中国电子商务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球电子商务行业发展态势作了详细分析，并对电子商务行业进行了趋向研判，是电子商务经营、开发企业，平台服务、投资机构等单位准确了解目前电子商务行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

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 电子商务术语介绍

一、电商定义

二、构成要素

三、关联对象

四、存在价值

五、移动电商

第二节 电子商务范围类型与功能特征

一、范围与类型

1、涵盖范围

2、类型划分

二、特征与功能

1、基本特征

2、各项功能

三、运营与盈利

1、运营模式

2、盈利模式

第三节 “互联网+”视角下的电子商务价值经济探究

一、互联网的商业模式发展过程

1、流量引导阶段

2、用户黏性导向阶段

3、用户价值导向阶段

二、电子商务的价值经济

1、电子商务正在向价值导向阶段发展

2、价值经济概念的提出

3、电子商务的价值经济

三、电子商务价值经济的服务表达

1、电子商务的消费性服务

2、电子商务的生产性服务

四、电子商务的生产服务价值表现

1、网络购置

2、工业设计的电商化

3、erp管理体系

4、客户服务质量提升

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、电子商务技术发展分析

1、实用技术

2、创新技术

3、综合技术水平进展分析

三、电子商务四种主要应用技术

1、电子商务的核心技术(edi)

2、internet网络技术

3、web浏览技术

4、数据库技术

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、全球电子商务行业发展特征

三、全球电子商务行业市场结构

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

1、亚马逊

2、ebay

3、环球资源

4、谷歌

第二节 全球主要国家电子商务市场分析

一、美国

1、美国电子商务行业发展概况

- 2、美国电子商务行业发展模式
- 3、美国电子商务市场结构及规模
- 4、2024-2029年美国电子商务行业发展前景预测

二、英国

- 1、英国电子商务行业发展概况
- 2、英国电子商务行业发展模式
- 3、英国电子商务市场结构及规模
- 4、2024-2029年英国电子商务行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本电子商务行业发展概况
- 2、日本电子商务行业发展模式
- 3、日本电子商务市场结构及规模
- 4、2024-2029年日本电子商务行业发展前景预测

第二部分 行业深度分析

第四章 中国电子商务运行分析

第一节 中国电子商务行业发展状况

- 一、中国电子商务行业发展阶段
- 二、中国电子商务行业发展现状
 - 1、电子商务整体发展现状
 - 2、农村电子商务发展现状
- 三、中国电子商务行业发展特点

第二节 中国电子商务行业总体规模

- 一、企业数量结构
- 二、人员规模状况

三、行业交易规模

- 1、电子商务交易量
- 2、电子商务购物消费者规模
- 3、电子商务网站数
- 4、电子商务网站访问量
- 5、b2b运营商营业额
- 6、消费者在电商网站购买各类产品平均用时
- 7、农村电子商务成长规模

第三节 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

第四节 电子商务环境下的消费者行为研究

一、电子商务环境下影响消费者行为的主要因素

- 1、消费者个人因素
- 2、消费环境因素

二、电子商务环境下消费者行为特点分析

- 1、消费市场更加细分化
- 2、服务需求更加主流化
- 3、消费者行为趋于感性化
- 4、消费者购买成本逐渐降低
- 5、消费者更加直接的参与到商品的生产 and 物流环节

第五节 电子商务物流研究分析

一、电子商务与物流行业的关系

二、电子商务物流概念与特点

三、电子商务物流发展现状

四、电子商务物流发展存在的主要瓶颈

五、解决物流发展瓶颈问题的对策措施

六、电子商务物流发展方向

七、电子商务物流解决方案

第五章 中国跨境电子商务发展分析

第一节 中国跨境电子商务税收制度的演进与实践

二、跨境电子商务发展的税收制度需求

1、中小微企业及个人跨境电子商务出口退税

2、海淘海代类进口商品监管

3、跨境电子商务进口税收的征管

4、数字化商品是否征税

三、中国跨境电子商务税收制度及其演进

1、跨境电子商务出口税收政策

2、跨境电子商务零售进口税收政策

3、跨境电子商务的其他税收制度

第二节 中国跨境电子商务发展分析

一、中国跨境电子商务发展概述

二、中国跨境电子商务发展现状

三、中国跨境电子商务发展规模

四、中国跨境电子商务存在的问题

五、中国跨境电子商务发展对策

第三节 浅析跨境电子商务企业的互联网品牌战略

一、跨境电商企业执行互联网品牌战略的必要性与可能性

1. 跨境电子商务对互联网品牌的要求
2. 大数据为互联网品牌战略提供支持
3. 互联网品牌战略的执行成本不断降低

二、跨境电子商务企业互联网品牌战略的现状

三、跨境电子商务企业执行互联网品牌战略的建议

第六章 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、中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

第七章 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

第八章 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

1、网络团购市场企业规模

2、网络团购市场用户规模

3、网络团购市场交易规模

4、网络团购市场份额分析

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

1、网上支付用户调查

2、中国网上支付市场发展分析

3、中国网络购物市场网上支付分析

4、旅游电子商务网上支付分析

5、中国航空客票市场网上支付分析

6、网上银行支付分析

三、网上支付平台支付模式

1、网关型支付模式

2、信用但保型支付模式

3、支付模式对比

4、第三方支付企业与银行的利益冲突

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

1、食品行业

2、服装行业

3、化工行业

4、钢铁行业

5、餐饮行业

6、金融行业

7、旅游行业

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

第九章 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

- 1、移动电子商务概念
- 2、移动电子商务发展阶段
- 3、移动电子商务产业链分析

二、中国移动电子商务行业发展规模

- 1、中国移动电子商务用户规模
- 2、中国移动电子商务实物交易用户规模
- 3、中国移动电子商务交易金额规模
- 4、中国移动电子商务发展动因分析

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

- 1、中国移动支付核心企业交易规模市场份额
- 2、中国移动支付核心企业移动支付用户规模
- 3、中国移动支付核心企业细分业务结构

五、中国移动支付行业发展前景分析

- 1、移动支付行业发展趋势分析

2、移动支付行业市场规模预测

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

第十章 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

第四部分 竞争格局分析

第十一章 电子商务行业领先企业经营形势分析

第一节 浙江天猫网络有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第二节 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第三节 苏宁易购集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第四节 广州唯品会信息科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第五节 阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第六节 国美电器集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第七节 上海寻梦信息技术有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第八节 北京当当网信息技术有限公司

一、企业发展概况

二、企业物流网络分布

三、企业经营状况分析

四、企业运营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业产业布局分析

第九节 天津市亚马逊科技发展有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业物流网络分布
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业运营模式分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业产业布局分析

第十节 北京创锐文化传媒有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业物流网络分布
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业运营模式分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业产业布局分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2024-2029年电子商务行业前景趋势预测

第一节 2024-2029年电子商务市场发展前景

- 一、2024-2029年电子商务市场发展潜力
- 二、2024-2029年电子商务市场发展前景展望
- 三、2024-2029年电子商务细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年电子商务市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年电子商务行业发展趋势
- 二、2024-2029年电子商务市场规模预测
- 三、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国电子商务行业供需预测

一、2024-2029年中国电子商务行业供给预测

二、2024-2029年中国电子商务行业需求预测

三、2024-2029年中国电子商务行业供需平衡预测

第四节 网络经济环境下电子商务发展新方向

一、中国网络经济及电子商务发展现状

二、网络经济环境对电子商务发展的影响

三、网络经济环境下电子商务发展存在的瓶颈分析

四、网络经济环境下电子商务发展的新方向

第十三章 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

1、电子商务企业主要盈利模式

2、中国网络团购网站盈利模式分析

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

第十四章 研究结论及发展建议

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 中道泰和电子商务行业发展建议

一、平台构建方面

二、业务模式方面

三、行业分类营销

图表目录

图表：电子商务交易量

图表：电子商务网站访问量

图表：电子商务购物消费者规模

图表：消费者在电商网站购买各类产品平均用时

图表：农村电子商务成长规模

图表：中国网络购物交易额及占比

图表：中国网上零售企业市场交易规模占有率

图表：2019-2023年全球电子商务交易额占比

图表：2019-2023年中国网上零售用户规模

图表：2019-2023年中国个人网店的数量

图表：2019-2023年中国b2c市场交易规模

图表：2019-2023年中国c2c购物网站市场份额

图表：2019-2023年中国网络团购企业规模

图表：2019-2023年中国网络团购企业市场占有率

图表：2019-2023年中国网络购物用户规模

图表：2019-2023年中国网上银行交易额规模

图表：2019-2023年中国移动互联网主要细分行业构成

图表：2019-2023年中国移动支付市场交易规模结构

图表：2019-2023年中国各类移动支付用户结构

图表：2024-2029年中国移动电子商务运营份额预测

图表：2024-2029年中国移动支付市场交易规模预测

图表：2024-2029年中国移动支付市场用户规模预测

图表：2024-2029年中国移动支付核心企业市场份额

图表：2024-2029年中国第三方支付市场交易规模预测

图表：2024-2029年中国第三方支付企业市场占有率

图表：2024-2029年中国网络购物市场交易规模预测

图表：2024-2029年中国第三方网上支付交易规模预测

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/baogao/20201119/189837.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)