

2020-2026年中国电子商务 行业发展态势与投资策略报告

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年中国电子商务行业发展态势与投资策略报告》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/202007/178053.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

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）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。

电子商务发展模式 主要模式 模式分析 B2C 企业与消费者之间的电子商务（Business to Customer，即B2C）。这是消费者利用因特网直接参与经济活动的形式，类同于商业电子化的零售商务。随着因特网的出现，网上销售迅速地发展起来。B2C就是企业通过网络销售产品或服务给个人消费者。企业厂商直接将产品或服务推上网络，并提供充足资讯与便利的接口吸引消费者选购，这也是目前一般最常见的作业方式，例如网络购物、证券公司网络下单作业、一般网站的资料查询作业等等，都是属于企业直接接触顾客的作业方式。 B2B 企业与企业之间的电子商务（Business to Business，即B2B）。B2B方式是电子商务应用最多和最受企业重视的形式，企业可以使用Internet或其他网络对每笔交易寻找最佳合作伙伴，完成从定购到结算的全部交易行为。其代表是马云的阿里巴巴电子商务模式B2B电子商务是指以企业为主体，在企业之间进行的电子商务活动。B2B电子商务是电子商务的主流，也是企业面临激烈的市场竞争、改善竞争条件、建立竞争优势的主要方法。开展电子商务，将使企业拥有一个商机无限的发展空间，这也是企业谋生存、求发展的必由之路，它可以使企业在竞争中处于更加有利的地位。B2B电子商务将会为企业带来更低的价格、更高的生产率和更低的劳动成本以及更多的商业机会。 C2C 消费者与消费者之间的电子商务（Consumer to Consumer，即C2C）。C2C商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。其代表是eBay、taobao电子商务模式C2C是指消费者与消费者之间的互动交易行为，这种交易方式是多变的。例如消费者可同在某一竞标网站或拍卖网站中，共同在线上出价而由价高者得标。或由消费者自行在网络新闻论坛或BBS上张贴布告以出售二手货品，甚至是新品，诸如此类因消费者间的互动而完成的交易，就是C2C的交易。 C2B 消费者与企业之间的电子商务（Consumer to Business，即C2B）。通常情况为消费者根据自身需求定制产品价格，或主动参与产品设计、生产和定价，产品、价格等彰显消费者的个性化需求，生产企业进行定制化生产。 O2O 线上与线下相结合的电子商务（Online to Offline，即O2O）。O2O通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地。让消费者在享受线上优惠价格的同时，又可享受线下贴心的服务。中国较早转型O2O并成熟运营的企业代表为家具网购市场领先的美乐乐，其O2O模式具体表现为线上家具网与线下体验馆的双平台运营。 BoB 供应方（Business）与采购方（Business）之间通过运营者（Operator）达成产品或服务交易的一种电子商务模式。核心目的是帮助那些

有品牌意识的中小企业或者渠道商们能够有机会打造自己的品牌，实现自身的转型和升级。BOB模式是由品众网络科技推行的一种全新的电商模式，它打破过往电子商务固有模式，提倡将电子商务平台化向电子商务运营化转型。B2Q B2Q（企业网购引入质量控制）,英文:Enterprise online shopping introduce quality control,交易双方网上先签意向交易合同,签单后根据买方需要可引进公正的第三方（验货、验厂、设备调试工程师）进行商品品质检验及售后服务。资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电子商务行业发展态势与投资策略报告》共十三章。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：

第一部分 行业发展现状

第一章 电子商务行业概论

第一节 电子商务概述

一、电子商务定义

二、电子商务起源及发展

三、电子商务基本特征

第二节 电子商务基本模式

一、电子商务分类

二、电子商务功能

三、电子商务运营模式

第二章 全球电子商务产业运行状况分析

第一节 全球电子商务发展概况

一、全球电子商务发展概述

二、全球电子商务的新特点分析

第二节 全球电子商务产业运行环境

- 一、全球电子商务运营环境
- 二、美国及欧盟电子商务立法现状分析
- 三、电子商务的新拐点分析

第三章 全球电子商务产业发展方式透析

第一节 美国电子商务发展概况

- 一、美国电子商务概况
- 二、美国电子商务产业分析

第二节 欧洲电子商务发展概况

- 一、西欧消费者网上购物现状
- 二、欧洲电子商务的专业化与产业化

第三节 全球电子商务发展前景

- 一、2019年全球电子商务热潮再度来袭
- 二、电子商务服务业将成为全球领先的战略性新兴产业

第四章 中国电子商务产业运行状况分析

第一节 中国电子商务发展概况

2019年中国电子商务交易额26.1万亿元，2019年中国电子商务交易金额为29.16万亿元。
。2011-2019年中国电子商务交易额走势图数据来源：公开资料整理

- 一、中国电子商务发展史
- 二、中国电子商务发展概况
- 三、中国电子商务发展趋势

第二节 中国电子商务发展的存在问题分析

- 一、中国电子商务发展存在的问题
- 二、中国电子商务b2c与c2c平台发展严重不平衡

第五章 中国电子商务产业发展方式透析

第一节 中国电子商务发展及模式分析

- 一、电子商务模式分析
- 二、我国电子商务中的诚信问题及对策
- 三、我国电子商务税收问题研究

四、电子商务网络信息安全问题研究

第二节 中国电子商务的发展模式

一、我国电子商务发展对策

二、电子商务代运营模式崛起

三、创新能力成为衡量中国社会化电子商务平台发展重要指标

第二部分 经营状况分析

第六章 2016-2019年中国网上支付产业市场运行透析

第一节 2016-2019年我国网上支付现状

一、网购用户每天浏览购物网站分析

二、2019年全国网上支付额

三、我国网络支付新时代分析

第二节 我国网上支付分析与对策

一、2016-2019年我国网上支付发展分析

二、我国网上支付对策

第三节 2019年中国网上银行分析

一、中国网上银行产业链结构

二、中国网上银行的发展现状

三、中国网上银行的特点

四、中国网上银行存在的问题及发展策略

五、未来中国网上银行发展预测

第七章 2016-2019年中国电子商务发展状况分析

第一节 2019年中国电子商务行业发展状况

一、2019年中国电子商务交易总额

二、2019年度中国b2c电子商务市场特征

第二节 2019年中国电子商务行业发展状况分析

一、2019年中国电子商务融资监测

二、2019年中国电子商务领域将迎来一轮上市潮

第三节 2019年中国电子商务行业发展现状

一、2019年中国电子商务从业人员趋势

二、2019年全球电子商务市场潜力排名

三、电商与实体经济结合会愈加紧密

第三部分 经营模式分析

第八章 2016-2019年中国b2b和b2c电子商务模式探讨

第一节 b2b电子商务相关概述

一、b2b模式概述和流程

二、b2b网站的盈利方式

三、中国b2b电子商务模式发展策略分析

四、b2b电子商务网站的优化策略

第二节 2019年中国b2b电子商务模式阐述

一、b2b电子商务模式对交易成本的影响

二、b2b平台盈利模式探讨

三、2019年b2b日用奢侈品电子商务成交额

四、2019年b2b电子商务模式仍有巨大的市场发展空间

第三节 b2c电子商务相关概述

一、b2c模式概述

二、b2c模式分类

三、中国b2c网站面临困难及对策

第四节 2019年中国b2c电子商务模式阐述

一、中国电子商务b2c市场发展趋势

二、中国b2c企业电子商务格局优劣势分析

三、2019年b2c成为中国主流

四、2019年电子商务将面临巨大挑战

第九章 中国电子商务其他经营模式运行分析

第一节 中国c2c运行分析

一、c2c的概念

二、c2c电子商务模式发展环境及特征解析

三、中国c2c电子商务发展概况

四、中国c2c市场规模分析

五、中国c2c电子商务存在的问题

六、盈利模式模糊给c2c产业发展带来压力

七、中国c2c电子商务市场发展趋势解析

第二节 中国c2b运行分析

一、c2b电子商务模式的概念

二、c2b电子商务模式发展的背景

三、c2b电子商务模式的应用

四、电子商务c2b营销新模式发展探析

五、c2b电子商务模式发展展望

第十章 2019年中国重点电子商务经营模式运行分析与企业财务分析

第一节 阿里巴巴

一、阿里巴巴简介和经营范围

二、阿里巴巴运营模式和盈利模式分析

三、阿里巴巴经营状况

四、2019年阿里巴巴销售额预测

第二节 环球资源

一、公司简介

二、公司核心业务

三、环球资源经营状况

四、环球资源用品牌制胜未来

第三节 京东商城

一、京东商城简介

二、京东商城经营模式和服务体系

三、京东商城财务分析

四、2019年京东商城将超越天猫

第四节 亚马逊中国

一、亚马逊中国简介

二、亚马逊经营模式

三、亚马逊经营销售

四、亚马逊建立中国最大物流中心

第五节 苏宁易购

一、苏宁易购简介

二、苏宁易购经营模式

三、苏宁易购发展前景

第六节 qq商城

一、qq商城简介

二、qq商城经营模式

三、qq商城发展前景

第七节 当当网

一、当当网简介

二、当当网经营模式

三、当当网经营状况

四、当当网月销售额破千万

第八节 凡客诚品

一、凡客诚品简介

二、凡客诚品经营模式

三、凡客诚品发展前景

第九节 1号店

一、1号店简介

二、1号店经营模式

三、1号店经营状况

四、1号店营业额

第十节 其他电子商务企业

一、红孩子

二、买卖网

三、亲民商城

第十一章 2016-2019年中国中小型企业电子商务运营分析

第一节 中国中小型企业发展电子商务分析

一、2019年电子商务影响着中小型企业

二、2019年中国中小企业b2b电子商务交易额

三、我国中小企业电子商务模式分析

第二节 中国中小型企业发展电子商务存在问题及对策

一、我国中小企业发展电子商务存在的主要问题

二、中小型企业运用电子商务是发展趋势

三、2019年电子商务提升企业核心竞争力措施分析

第三节 中国中小企业发展电子商务方向

一、我国中小企业发展电子商务的必要性

二、中国中小企业电子商务发展战略

三、中小企业电子商务发展对策

四、十三五中国将推动中小企业普及电子商务

第四部分 行业趋势及投资分析

第十二章 2020-2026年中国电子商务产业前景预测与趋势展望

第一节 中国电子商务发展方向

一、中国电子商务的十大发展趋势

二、中国将创造出新一代的信息科技产业

第二节 2020-2026年中国电子商务发展前景

一、济研：中国电子商务飞速发展将全球领先

二、2019年中国电子商务零售市场预测

三、2019年中国电子商务市场将成为世界第一

第十三章 2020-2026年中国电子商务投资机会战略研究（）

第一节 2019年中国电子商务产业投资概况

一、中国电子商务投资状况分析

二、中国电子商务投资政策导向

三、电子商务行业投资价值分析

第二节 2020-2026年中国电子商务产业投资机会分析

一、电子商务竞争优势与投资机会

二、跨国电子商务存在的投资机会

三、电子商务垂直细分投资机会

四、2019年电子商务投资机会

五、电子商务衍生业投资机会

第三节 2020-2026年中国电子商务产业投资风险分析

一、电子商务信息安全风险与防范

二、电子商务第三方支付风险控制

三、电子商务金融服务与风险防范

四、电子商务诚信问题分析

五、软件电子商务质量风险的规制

第四节建议

一、电子商务风险分析

二、电子商务交易运行的风险与对策（）

图表目录：

图表 全球电子商务运营环境

图表 2019年美国电子零售商营销预算分配情况

图表 西欧消费者网上购物现状

图表 西欧网上购物集中国家

图表 英国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例

图表 德国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例

图表 法国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例

图表 法国neteVEn公司运营模式

图表 德国的emons集团电子商务物流工作流程

图表 中央及浙江省有关政策

图表 中国社会化电子商务行业厂商发展潜力评价标准

图表 中国社会化电子商务行业实力矩阵

图表 用户浏览网购网站的频率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/178053.html>