

2016-2022年中国电子商务行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国电子商务行业市场运营态势及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/281337.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

2015年中国电子商务市场交易规模16.4万亿元，增长22.7%。其中网络购物增长36.2%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。另外，在线旅游39.9%、本地生活服务O2O38.3%的增长共同拉动电商增长。

2011-2018年中国电子商务市场交易规模

2015年电子商务市场细分行业结构中，B2B电子商务合计占比超过七成，B2B电子商务仍然是电子商务的主体；网络购物交易规模、在线旅游交易规模与本地生活服务O2O市场占比与2014年相比均有小幅提升。

2015年中国电子商务市场细分行业构成

2015年中国中小企业B2B运营商平台营收规模为215.9亿元，增长率为14.6%。艾瑞预测未来几年中国中小企业B2B运营平台营收增速仍保持10%以上，预计2018年营收规模将超过300亿元。

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：

第一章 电子商务行业概述 14

第一节 电子商务行业定义 14

第二节 电子商务行业发展历程 14

第三节 电子商务分类情况 23

第二章 中国电子商务行业发展环境分析 27

第一节 中国经济环境分析 27

一、GDP运行状况 27

二、工业生产形势 27

三、固定资产投资 28

四、进出口形势 29

第二节 电子商务行业相关政策 29

一、我国电子商务行业的政策法规体系 29

二、2015年商务部制定政策支持电子商务发展 37

三、2015年国家发文促进电子商务健康发展 37

四、我国电子商务税收立法进展情况 40

五、 电子商务“十三五”发展规划	40
第三节 中国电子商务行业发展社会环境分析	46
一、 居民消费情况	46
二、 居民收入情况	48
第三章 2015年中国电子商务行业发展状况综合分析	50
第一节 电子商务整体监测数据	50
一、 交易规模	50
二、 细分领域	50
三、 区域分布	51
四、 从业人员	52
五、 产业融合	54
第二节 中国主要地区电子商务发展概况与数据	55
一、 总体概况	55
二、 广东省	56
三、 江苏省	57
四、 浙江省	58
五、 上海市	59
六、 北京市	61
七、 山东省	62
第三节 2015年中国电子商务十强城市	64
第四节 电子商务融资分析	65
一、 市场概况	65
二、 市场特点	65
三、 行业分布	66
四、 地域分布	67
五、 融资监测表	68
第五节 2015年电子商务行业发展动态	72
一、 2015年度中国网络零售行业大事件	72
二、 2015年倒闭的电商网站	73
三、 2015年团购行业十大事件盘点	73
第四章 2015年中国电子商务细分行业发展分析	76
第一节 B2B电子商务现状与数据	76
一、 市场规模	76
二、 企业规模	76
三、 市场营收	77

2011-2018年中国中小企业B2B运营商台营收规模

四、市场份额 78

2012-2015年中国主要中小企业B2B电子商运营商平台营收市场份额

五、用户规模 80

六、发展趋势 81

第二节 网络零售市场现状与数据 81

一、交易规模 81

2011-2018年中国网络购物市场交易规模及增长率

二、零售占比 82

三、企业规模 83

四、市场份额 84

五、用户规模 85

六、网店规模 86

七、移动电商 86

八、移动购物 88

九、海外代购 88

第三节 网络团购市场现状与数据 89

一、交易规模 89

二、开团数量 91

三、折扣走势 92

四、市场份额 92

2011-2018年中国网络购物市场交易规模结构

五、城市分布 94

第五章 2015年下半年中国电子商务行业分析 96

第一节 电子商务整体监测数据 96

一、交易规模 96

二、细分领域 96

三、人员规模 97

第二节 B2B电子商务监测数据 99

一、交易规模 99

二、企业规模 99

- 三、 市场营收 100
- 四、 市场份额 102
- 五、 用户规模 103
- 第三节 网络零售监测数据 103
 - 一、 交易规模 103
 - 二、 占社会消费品零售总额比例 104
 - 三、 市场份额 105
 - 四、 用户规模 106
 - 五、 移动电商 107
- 第四节 电商投诉监测数据 109
 - 一、 投诉领域 109
 - 二、 投诉金额 110
 - 三、 投诉地区 111
 - 四、 投诉性别 112
 - 五、 十大网络购物被投诉网站 113
 - 六、 十大网购购物热点投诉问题 114
 - 七、 十大网络团购被投诉网站 116
 - 八、 十大网络团购热点投诉问题 117
- 第五节 网络理财监测数据 117
 - 一、 日年化收益率 117
 - 二、 理财产品明细 119
- 第六节 2015年下半年中国电子商务市场运行动态 120
 - 一、 2015年下半年B2B行业大事件 120
 - 二、 2015年下半年网络零售行业大事件 123
- 第六章 中国电子商务市场竞争分析 126
 - 第一节 电子商务对五力模型的影响 126
 - 一、 潜在的进入者 126
 - 二、 替代产品压力 127
 - 三、 现有竞争对手的激烈程度 127
 - 四、 供应者的竞价能力 128
 - 五、 购买者的竞价能力 128
 - 第二节 中国电子商务竞争要素分析 129
 - 一、 价格竞争 129
 - 二、 产品竞争 129
 - 三、 服务竞争 132

第三节 产品应用市场 134

- 一、 外贸企业电子商务的应用状况 134
- 二、 工业品领域企业电子商务应用 136
- 三、 大型企业电子商务的应用 141
- 四、 中小企业电子商务的应用 144

第七章 电子商务消费者研究 148

第一节 电子商务市场目标客户群体分析 148

- 一、 目标明确客户 148
- 二、 目标不是很明确 149
- 三、 无目标的游客 149

第二节 电子商务市场消费心理分析 150

- 一、 电子商务中消费心理的变化趋势 150
- 二、 制约电子商务发展的心理因素分析 151
- 三、 电子商务中现代企业的应对策略 152

第八章 电子商务国内重点生产厂家分析 154

第一节 亚马逊公司 (Amazon) 154

- 一、 2013年亚马逊经营状况 154
- 二、 2015年亚马逊经营状况分析 156
- 三、 2015年亚马逊经营状况分析 158

第二节 广州唯品会信息科技有限公司 (Vipshop Holdings Limited) 159

- 一、 2014年唯品会经营状况分析 159
- 二、 2015年唯品会经营状况分析 161
- 三、 2015年第三季度唯品会经营状况分析 163

第三节 环球资源 (Global Sources) 165

- 一、 2013年环球资源经营状况 165
- 二、 2015年环球资源经营状况 167
- 三、 2015年环球资源经营状况 169

第四节 焦点科技股份有限公司 171

- 一、 经营效益分析 171
- 二、 业务经营分析 174
- 三、 财务状况分析 175
- 四、 未来前景展望 181

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 181

- 一、 经营效益分析 181
- 二、 业务经营分析 185

三、	财务状况分析	185
四、	未来前景展望	191
第六节	慧聪网有限公司	192
五、	2014年慧聪网经营状况分析	192
六、	2015年慧聪网经营状况分析	194
七、	2015年慧聪网经营状况分析	196
第九章	2016-2022年电子商务行业发展趋势及投资风险分析	199
第一节	当前电子商务市场存在的问题	199
一、	中国电子商务存在的主要不足	199
二、	制约电子商务行业发展的瓶颈	201
三、	中小企业发展电子商务的隐忧	202
四、	西部地区发展电子商务的挑战及对策	203
第二节	中国电子商务行业前景展望	206
一、	电子商务面临的机遇与挑战	206
二、	中国电子商务产业发展前景乐观	207
三、	2016-2022年中国电子商务市场规模预测	209
第三节	中国电子商务发展趋势	210
一、	中国电子商务行业的发展方向	210
二、	我国电子商务行业发展走势分析	212
三、	中国电子商务未来发展的重点	214
第十章	浅议电子商务的投资价值与风险	217
第一节	电子商务的投资建议	217
一、	垂直行业B2B平台成为市场焦点	217
二、	B2C成为网购未来发展趋势	217
三、	跨国电子商务拓展企业发展空间	218
第二节	电子商务的投资风险	218
一、	政策风险	218
二、	信用风险	218
三、	安全风险	219
四、	市场风险	219
五、	技术风险	219
第三节	投资展望	219
图表目录：		
图表 1	2013-2015年10月国内生产总值增长速度（累计同比）	27
图表 2	2013-2015年10月规模以上工业增加值增速（月度同比）	28

- 图表 3 2013-2015年10月固定资产投资（不含农户）增速（累计同比） 29
- 图表 4 2013-2015年10月居民消费价格上涨情况（月度同比） 47
- 图表 5 2013-2015年10月工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 47
- 图表 6 2013-2015年10月农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 48
- 图表 7 2013-2015年10月城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比） 49
- 图表 8 2009-2015年中国电子商务市场交易规模 50
- 图表 9 2015年中国电子商务市场细分行业构成 51
- 图表 10 2015年中国电子商务服务企业区域分布图 52
- 图表 11 2009-2015年中国电子商务服务企业直接从业人员规模 53
- 图表 12 2009-2015年中国电子商务服务企业带动从业人员规模 53
- 图表 13 电子商务与国民经济深度融合产业图 54
- 图表 14 2015年中国电子商务城市十强榜单 64
- 图表 15 2015年中国电子商务投融资事件细分行业分布图 66
- 图表 16 2015年中国电子商务投融资事件地域分布图 67
- 图表 17 2015年Q1电子商务企业融资案例监测表 68
- 图表 18 2015年Q2电子商务企业融资案例监测表 69
- 图表 19 2015年Q3电子商务企业融资案例监测表 70
- 图表 20 2015年Q4电子商务企业融资案例监测表 71
- 图表 21 2009-2015年中国b2b市场交易规模 76
- 图表 22 2009-2015年中国b2b电子商务企业规模 77
- 图表 23 2009-2015年中国B2B电子商务营收规模 77
- 图表 24 2015年中国B2B服务商市场份额占比图 79
- 图表 25 2009-2015年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模 80
- 图表 26 2009-2015中国网络零售市场交易规模 82
- 图表 27 2009-2015年网购规模占社会消费品零售总额比例 83
- 图表 28 2009-2015年中国B2B、C2C电子商务企业数量增长图 83
- 图表 29 2015年中国B2C网络购物交易市场份额占比图 84
- 图表 30 2015年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图 85

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281337.html>