

2020年中国移动电商行业分析报告- 行业运营态势与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国移动电商行业分析报告-行业运营态势与未来趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401052401052.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

移动电子商务(M-Commerce)，它由电子商务(E-Commerce)的概念衍生出来，电子商务以PC机为主要界面，是有线的电子商务;而移动电子商务，则是通过手机、PDA(个人数字助理)这些可以装在口袋里的终端与我们谋面，无论何时、何地都可以开始。有人预言，移动商务将决定21世纪新企业的风貌，也将改变生活与旧商业的地形地貌。移动电子商务就是利用手机、PDA及掌上电脑等无线终端进行的B2B、B2C、C2C或O2O的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

流量、速度比拼转为用户精细化运作

2013-2014年，随着移动互联网的发展和智能手机的普及，移动电商进入风口期，新一轮移动端网民红利带动许多新兴移动电商发展。2015年移动交易规模占比超过PC端标志移动电商时代正式到来。移动购物行业渗透率在过去一年内快速增长，渗透率增长超过10个百分点，已超过7成。

移动购物行业用户规模及渗透率

数据来源：工信部

2017年网络零售市场交易额达65500亿元，移动端交易额达46370亿元，占比70.8%。预计2018年网络零售市场交易额达76900亿元，移动端交易额为57370亿元，占比74.6%。

2013-2018年中国移动购物市场规模

数据来源：工信部

2017年移动电商用户规模达4.73亿人，增长13.2%，2018年预计能增长至5.12亿人。

2013-2018年中国移动电商用户规模

数据来源：工信部

移动电商发展趋势

品质把控——企业布局商品品控

随着电商逐步成熟，人们对于电商购物的定位从原先的新事物猎奇逐步向融入日常生

活方式转变，随之改变的是从一味追求价格优势到购买真正实用的商品的消费态度。而大部分电商用户已经逐渐意识到商品品质及省心服务相对于价格的重要性，未来品控这一趋势还会进一步蔓延。

新零售——用户对新零售业发展的期待

对于新零售行业，分别有53.7%和52.7%的受访网民表示希望新零售业能够优化售后服务并且重视用户反馈和交流的环节，除此之外也有较多用户希望提高线下使用体验，提供更多优惠活动。

拼购电商模式发展迅速

“拼购”已经成为广受剁手族所青睐的网购模式，而主打社交拼购电商的拼多多成立后发展迅猛，对淘宝和京东等头部电商平台造成一定冲击，拼购模式也越来越受到传统电商巨头的重视。2017年7月，淘宝上线了拼团这一新功能，卖家可以通过分享邀请好友组团，成团后可享受卖家商品的让利。2018年3月，淘宝再次出手，上线淘宝特价版APP，主要走的是低价的路线，主要提供小件低价的商品购买服务。2018年3月，“京东拼购”独立小程序上线，启动1%佣金招商，吸引商家入驻。

农村电商多元化发展格局初步显现

各类企业加速进入农村电商领域，涉农上市企业纷纷涉足农资电商，区域性农村电商平台积极拓展农村服务新空间。农村电商的活跃跟整个县域经济发展保持同步，县域经济不断发展支撑了农村电商的产业机制，为农村电商的发展提供了上升的动力。（JPTC）

观研报告网发布的《2021年中国移动电商行业分析报告-行业运营态势与未来趋势预测》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信

息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国移动电商行业发展概述

第一节 移动电商行业发展情况概述

- 一、移动电商行业相关定义
- 二、移动电商行业基本情况介绍
- 三、移动电商行业发展特点分析
- 四、移动电商行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、移动电商行业需求主体分析

第二节 中国移动电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、移动电商行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国移动电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国移动电商行业生命周期分析

- 一、移动电商行业生命周期理论概述
- 二、移动电商行业所属的生命周期分析
- 第四节 移动电商行业经济指标分析
 - 一、移动电商行业的赢利性分析
 - 二、移动电商行业的经济周期分析
 - 三、移动电商行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国移动电商行业进入壁垒分析
 - 一、移动电商行业资金壁垒分析
 - 二、移动电商行业技术壁垒分析
 - 三、移动电商行业人才壁垒分析
 - 四、移动电商行业品牌壁垒分析
 - 五、移动电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球移动电商行业市场发展现状分析

- 第一节 全球移动电商行业发展历程回顾
- 第二节 全球移动电商行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲移动电商行业地区市场分析
 - 一、亚洲移动电商行业市场现状分析
 - 二、亚洲移动电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲移动电商行业市场前景分析
- 第四节 北美移动电商行业地区市场分析
 - 一、北美移动电商行业市场现状分析
 - 二、北美移动电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美移动电商行业市场前景分析
- 第五节 欧洲移动电商行业地区市场分析
 - 一、欧洲移动电商行业市场现状分析
 - 二、欧洲移动电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲移动电商行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界移动电商行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球移动电商行业市场规模预测

第三章 中国移动电商产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品移动电商总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国移动电商行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国移动电商产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、移动电商环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国移动电商行业运行情况

第一节 中国移动电商行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国移动电商行业市场规模分析

第三节 中国移动电商行业供应情况分析

第四节 中国移动电商行业需求情况分析

第五节 我国移动电商行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国移动电商行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国移动电商行业供需平衡分析

第八节 中国移动电商行业发展趋势分析

第五章 中国移动电商所属行业运行数据监测

第一节 中国移动电商所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国移动电商所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国移动电商所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国移动电商市场格局分析

第一节 中国移动电商行业竞争现状分析

一、中国移动电商行业竞争情况分析

二、中国移动电商行业主要品牌分析

第二节 中国移动电商行业集中度分析

一、中国移动电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国移动电商行业市场集中度分析

第三节 中国移动电商行业存在的问题

第四节 中国移动电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国移动电商行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国移动电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国移动电商行业消费市场动态情况

第二节 中国移动电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 移动电商行业成本结构分析

第四节 移动电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国移动电商行业价格现状分析

第六节 中国移动电商行业平均价格走势预测

一、中国移动电商行业价格影响因素

二、中国移动电商行业平均价格走势预测

三、中国移动电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国移动电商行业区域市场现状分析

第一节 中国移动电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区移动电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动电商市场规模分析

四、华东地区移动电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区移动电商市场规模分析

四、华中地区移动电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区移动电商市场规模分析

四、华南地区移动电商市场规模预测

第九章 2017-2021年中国移动电商行业竞争情况

第一节 中国移动电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国移动电商行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国移动电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 移动电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国移动电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动电商行业未来发展前景分析

- 一、移动电商行业国内投资环境分析
- 二、中国移动电商行业市场机会分析
- 三、中国移动电商行业投资增速预测

第二节 中国移动电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动电商行业市场发展预测

- 一、中国移动电商行业市场规模预测
- 二、中国移动电商行业市场规模增速预测
- 三、中国移动电商行业产值规模预测
- 四、中国移动电商行业产值增速预测
- 五、中国移动电商行业供需情况预测

第四节 中国移动电商行业盈利走势预测

- 一、中国移动电商行业毛利润同比增速预测
- 二、中国移动电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国移动电商行业投资风险与营销分析

第一节 移动电商行业投资风险分析

- 一、移动电商行业政策风险分析
- 二、移动电商行业技术风险分析

三、移动电商行业竞争风险分析

四、移动电商行业其他风险分析

第二节 移动电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国移动电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国移动电商行业品牌战略分析

一、移动电商企业品牌的重要性

二、移动电商企业实施品牌战略的意义

三、移动电商企业品牌的现状分析

四、移动电商企业的品牌战略

五、移动电商品牌战略管理的策略

第二节 中国移动电商行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国移动电商行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国移动电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动电商行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国移动电商行业营销渠道策略

一、移动电商行业渠道选择策略

二、移动电商行业营销策略

第三节 中国移动电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动电商行业重点投资区域分析

二、中国移动电商行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401052401052.html>