

# 2020年中国电子商务行业市场现状分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电子商务行业市场现状分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/502532502532.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 【报告大纲】

#### 第一章：中国电子商务行业发展综述

##### 1.1 电子商务行业定义与分类

###### 1.1.1 电子商务行业定义

###### 1.1.2 电子商务行业分类

###### 1.1.3 电子商务报告的界定

##### 1.2 电子商务行业发展政策动力

##### 1.3 电子商务行业经营现状分析

###### 1.3.1 电子商务上市公司领域分布情况

###### 1.3.2 中国电子商务区域分布

###### 1.3.3 中国电子商务交易规模

###### 1.3.4 中国电子商务细分市场结构

#### 第二章：传统企业切入电子商务主流路径分析

##### 2.1 路径一——借助第三方平台

###### 2.1.1 借助第三方平台模式切入成本分析

###### 2.1.2 国内第三方电商平台选择分析

###### (1) 国内第三方平台市场格局分析

###### (2) 国内主要B2B电商开放平台对比分析

###### (3) 国内四大B2C电商开放平台入驻政策对比

###### 2.1.3 借助第三方平台模式发展优劣势分析

###### (1) 借助第三方平台模式发展优势分析

###### (2) 借助第三方平台模式发展劣势分析

##### 2.2 路径二——自建电商平台

###### 2.2.1 自主品牌电商建设步骤分析

###### (1) 营造良好外部环境

###### (2) 加强企业内部管理

###### 2.2.2 自主品牌电商建设瓶颈分析

###### (1) 自建官网电商成趋势

###### (2) 品牌商与电商平台矛盾升级

###### (3) 自建电商渠道的三大瓶颈

###### 2.2.3 自主品牌电商系统建立分析

###### 2.2.4 自主品牌电商化的推广模式分析

###### (1) 交叉式推广模式分析

- (2) 移动端推广模式分析
  - (3) 服务主导推广模式分析
  - (4) 产品、消费者差异推广分析
- ## 2.2.5 自主品牌电商化的优劣势分析

- (1) 自主品牌电商化的优势分析
- (2) 自主品牌电商化的劣势分析

## 第三章：中国电子商务行业盈利模式分析与建议

### 3.1 电子商务盈利模式理论研究

#### 3.1.1 电子商务行业产业链分析

#### 3.1.2 电子商务盈利模式的构成要素分析

#### 3.1.3 影响电子商务盈利模式成功的因素分析

- (1) 盈利逻辑的可行性
- (2) 成本效益分析的正确性
- (3) 盈利模式的可复制性
- (4) 盈利模式的持久性
- (5) 盈利模式的可拓展性

### 3.2 推荐B2B盈利模式——阿里巴巴

#### 3.2.1 阿里巴巴盈利模式的构成要素分析

#### 3.2.2 阿里巴巴现有成功盈利模式分析

- (1) 会员制收费模式的开创与完善
- (2) 广告和佣金成为阿里零售市场的主要盈利模式
- (3) 淘宝免费策略击败eBay，抢占C2C市场
- (4) 支付环节收费的探索与发展

#### 3.2.3 针对阿里巴巴盈利模式的建议

- (1) 升级会员收费模式
- (2) 全面展开网络广告业务
- (3) 改善搜索竞价服务
- (4) 有序推进淘宝、支付宝收费
- (5) 开展其他模式收费

### 3.3 推荐B2C盈利模式——亚马逊

#### 3.3.1 亚马逊盈利模式的构成要素分析

- (1) 亚马逊利对象
- (2) 亚马逊利润点
- (3) 亚马逊利润杠杆
- (4) 亚马逊利润来源

(5) 亚马逊利润屏障

3.3.2 关于亚马逊盈利模式的建议

3.4 推荐C2C盈利模式——淘宝网

3.4.1 淘宝网盈利模式的构成要素分析

(1) 淘宝网价值创造结构

(2) 淘宝网利润点

(3) 淘宝网利润对象

(4) 淘宝网利润来源

(5) 淘宝网利润杠杆

(6) 淘宝网利润屏障

3.4.2 关于淘宝网盈利模式的评价分析

(1) 成功之处

(2) 存在的问题

3.4.3 关于完善淘宝网盈利模式方面的建议

(1) 集团资源整合互补

(2) 注重用户体验

(3) 进一步提升物流效率

(4) 改进平台信用机制

(5) 细分用户群体

第四章：中国电子商务行业物流模式分析与建议

4.1 中国电子商务行业物流配送问题分析

4.1.1 中国电子商务行业物流瓶颈分析

(1) 互联网无法解决物流问题

(2) 物流专业化水平低

(3) 物流配送体系较差

4.1.2 中国电子商务行业物流趋势分析

(1) 信息化

(2) 自动化

(3) 网络化

(4) 智能化

(5) 无人物流

4.1.3 中国电子商务行业物流瓶颈的解决路径分析

(1) 充分借鉴国外电子商务物流的成功解决方案

(2) 积极创新电子商务物流新模式

(3) 自建物流体系

## 4.2 国外先进的电子商务物流模式分析

### 4.2.1 美国的物流中央化模式分析

- (1) 模式构建方面的借鉴
- (2) 模式实施方面的借鉴
- (3) 模式流程方面的借鉴

### 4.2.2 日本的离散配送中心模式借鉴

- (1) 模式构建方面的借鉴
- (2) 模式实施方面的借鉴

## 4.3 推荐的电子商务物流新模式——第四方物流

### 4.3.1 第四方物流的界定

- (1) 概念
- (2) 服务内容
- (3) 发展模式

### 4.3.2 电子商务行业引入第四方物流的必要性分析

- (1) 电子商务行业引入第四方物流的需求分析
- (2) 电子商务物流领域引入第四方物流的共赢分析

### 4.3.3 关于第四方物流在电子商务领域的实施策略及建议

- (1) 介入条件分析
- (2) 推荐第四方物流在电子商务行业的实现方式

### 4.3.4 关于第四方物流在电子商务领域运行的对策建议

- (1) 建设会员注册及退出机制
- (2) 完善交易方式
- (3) 加强信用监督管理

## 第五章：中国电子商务行业发展新动力与新模式

### 5.1 中国电子商务行业发展新动力——移动电商

#### 5.1.1 中国移动电子商务市场交易规模及预测

- (1) 近5年中国移动电子商务市场分析
- (2) 2020-2025年中国移动网购市场交易规模预测

#### 5.1.2 中国移动电子商务应用市场需求分析

- (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析
- (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析

#### 5.1.3 未来可能介入移动电子商务领域的主体、方式及优劣势分析

- (1) 传统电子商务企业介入移动电子商务领域分析
- (2) 运营商介入移动电子商务领域分析
- (3) 金融机构介入移动电子商务领域分析

(4) 设备及软件提供商介入移动电子商务领域分析

(5) 新兴移动电子商务提供商

5.2 中国电子商务行业发展新模式——社交电子商务

5.2.1 社交电子商务的概述

(1) 定义

(2) 特征

5.2.2 中国社交电子商务市场规模及预测

(1) 中国社交电子商务市场规模情况

(2) 2020-2025年中国社交电子商务市场规模预测

5.2.3 推荐未来介入社交电子商务的模式分析

(1) 推荐模式一：会员分销模式

(2) 推荐模式二：拼团模式

(3) 推荐模式三：网红直播模式

(4) 推荐模式四：内容引流模式

(5) 推荐模式五：社区团购模式

5.2.4 案例分析——拼多多

(1) 平台简介

(2) 拼多多商业模式分析

(3) 拼多多商业模式存在问题分析

第六章：中国电子商务行业市场竞争现状与预测

6.1 中国电子商务行业市场竞争特性分析

6.1.1 B2B为行业主要类型

6.1.2 行业开启上市潮

6.1.3 “智能化”、“无人化”零售、物流成为电商巨头竞争焦点

6.2 中国电子商务行业市场占有率预测

6.2.1 B2B市场占有率预测

6.2.2 B2C市场占有率预测

6.2.3 C2C市场占有率预测

6.2.4 电子商务细分市场的竞争趋势

(1) B2C与B2B的融合

(2) B2C对C2C的替代

6.3 中国电子商务行业整合并购方式预测

6.3.1 未来中国电子商务行业主要并购方式

6.3.2 未来电子商务纵向并购分析

(1) 线下零售企业并购电商企业

- (2) 互联网企业并购电商企业
- (3) 电商企业并购相关服务支持企业
- 6.3.3 未来电子商务行业横向并购分析
  - (1) 进入新产品市场
  - (2) 进入新地域市场
- 6.4 中国电子商务行业用户体验提升建议
  - 6.4.1 用户体验的重要性分析
  - 6.4.2 关于提高用户体验的方案建议
    - (1) 关键——改善电子商务网站用户体验
    - (2) 主要内容——监测与管理电子商务网站的用户体验
    - (3) 重点——电子商务网站用户体验的监测
- 第七章：中国电子商务行业发展趋势与规模预测
  - 7.1 中国电子商务行业发展趋势分析
    - 7.1.1 电子商务行业整体发展趋势
      - (1) 线上流量见顶，电子商务行业整体规模增速放缓
      - (2) 多维度融合全面展开
      - (3) 产业数字化加速推进
      - (4) 国际合作日益密切
    - 7.1.2 美妆行业电子商务发展趋势
      - (1) 美妆行业电子商务价值链分析
      - (2) 美妆电子商务发展趋势分析
    - 7.1.3 母婴电子商务发展趋势
      - (1) 母婴电商行业发展现状分析
      - (2) 母婴电子商务发展趋势分析
  - 7.2 电子商务行业市场规模预测
    - 7.2.1 未来电子商务行业市场影响因子分析
    - 7.2.2 中国电子商务行业的市场规模预测
      - (1) 中国用户网上支付规模及预测
      - (2) 中国电子商务行业市场规模预测
  - 7.3 电子商务行业细分市场市场容量预测
    - 7.3.1 主要细分市场市场容量结构预测
    - 7.3.2 中国B2B市场容量预测
    - 7.3.3 中国B2C市场容量预测
    - 7.3.4 中国C2C市场容量预测
- 第八章：中国电子商务行业投资机会与融资策略



## 8.1 中国电子商务行业投资风险分析

### 8.1.1 政策风险

### 8.1.2 信用风险

### 8.1.3 安全风险

### 8.1.4 市场风险

#### (1) 竞争风险

#### (2) 经营风险

### 8.1.5 技术风险

## 8.2 中国电子商务行业投资机会分析

### 8.2.1 电子商务行业投资方向分析

#### (1) 垂直行业B2B平台成为关注焦点

#### (2) B2C成为网购未来发展趋势

#### (3) 跨国电子商务拓展企业空间

#### (4) 社交电商带来消费流量新入口

#### (5) 生活服务电商多领域开花

#### (6) 物流配送领域迎来投资机遇

### 8.2.2 电子商务行业投资存在的问题

#### (1) 风险较大

#### (2) 估值体系不完善

## 8.3 中国电子商务企业融资策略分析

### 8.3.1 中国电子商务整体融资情况分析

### 8.3.2 B2B电子商务领域融资情况分析

#### (1) B2B电商行业融资情况分析

#### (2) B2B电商行业融资领域分布

#### (3) B2B电商行业融资地域分布

### 8.3.3 网络零售领域融资情况分析

#### (1) 网络零售电商行业融资情况分析

#### (2) 网络零售电商行业融资领域分布

#### (3) 网络零售电商行业融资地域分布

### 8.3.4 生活服务领域融资情况分析

#### (1) 生活服务电商行业融资情况分析

#### (2) 生活服务电商行业融资领域分布

#### (3) 生活服务电商行业融资地域分布

### 8.3.5 物流科技领域融资情况分析

#### (1) 物流科技融资情况分析

(2) 物流科技融资领域分布

(3) 物流科技融资地域分布

### 8.3.6 电子商务行业融资问题分析

(1) 银行贷款障碍

(2) 债券融资障碍

(3) 上市融资障碍

### 8.3.7 电子商务行业融资对策建议

(1) 电子商务企业的基本融资策略

(2) 基于电子商务企业生命周期的融资策略

## 8.4 中国电子商务行业发展趋势

### 8.4.1 B2B电商发展趋势

(1) 行业更加垂直细分

(2) B2B平台合作共享

(3) 地方特色产业链集群

(4) B2B供应链金融成为撬动B2B交易创新支点

(5) 企业SaaS模式成焦点

(6) B2B将由交易向交付闭环转变

(7) B2B线上线下融合发展趋势明显

### 8.4.2 网络零售电商未来发展趋势

(1) 消费升级推进品质化电商模式发展

(2) 社交电商、移动网购成为新增长点

(3) 农村网络消费增速加快

(4) 网络零售为国产品牌崛起提供平台

(5) 跨境网购更加普及

### 8.4.3 生活服务电商发展趋势

(1) 运营智能化

(2) 服务品质化

(3) 盈利模式多元化

## 第九章：中国电子商务行业企业分析（随数据更新有调整）

### 9.1 中国领先B2B电子商务平台分析

#### 9.1.1 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司——1688

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

### 9.1.2 北京慧聪国际资讯有限公司——慧聪网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 9.1.3 前海科通芯城通信技术（深圳）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 9.1.4 上海钢联电子商务股份有限公司——钢银电商

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 9.1.5 焦点科技股份有限公司——中国制造网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 9.1.6 浙江网盛生意宝股份有限公司——生意宝

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

## 9.2 中国领先B2C电子商务平台分析

### 9.2.1 天猫商城

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 9.2.2 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司——京东商城

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

9.2.3 拼多多网络科技有限公司——拼多多

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

9.2.4 苏宁云商集团股份有限公司——苏宁易购

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

9.2.5 唯品会(中国)有限公司——唯品会

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

9.2.6 国美控股集团有限公司——国美零售

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

图表目录

图表1：电子商务类型分析表（按交易对象分）

图表2：2017-2020年中国电子商务政策汇总

图表3：2020年电子商务上市公司领域分布情况（单位：家）

图表4：2020年中国电子商务上市公司城市分布情况（单位：家）

图表5：2020年中国电子商务上市公司所在城市规模市值（单位：亿元）

图表6：2017-2020年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表7：2020年我国电子商务主要细分市场市场结构图（单位：%）

图表8：2020年中国B2B电商平台市场份额占比情况（单位：%）

图表9：2020年中国网络零售B2C市场交易份额（单位：%）

图表10：国内主要B2B电商开放平台服务对比

图表11：2020年国内主要B2B电商开放平台资源对比

图表12：国内四大B2C电商开放平台准入门槛对比

图表13：国内四大B2C电商开放平台规模对比

图表14：国内四大B2C电商开放平台账期对比

图表15：国内四大B2C电商开放平台资费对比

图表16：国内四大B2C电商开放平台扣点率对比

图表17：借助第三方平台模式发展优势

图表18：借助第三方平台模式发展劣势

图表19：自主品牌电商化的优势

图表20：自主品牌电商化的劣势

图表详见报告正文 . . . . . (GYCYY)

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电子商务行业市场现状分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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。

它是业内企业、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、阿里巴巴、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。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/502532502532.html>