

# 2021年中国电子商务市场调研报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国电子商务市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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/533010533010.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

电子商务是一种以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也是在互联网（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。

### 1、产业链

电子商务按照交易对象，可分为B2B、B2C、B2G、C2C以及C2B等多种模式。在我国电子商务市场中主要以B2B和B2C为主。在行业产业链中，上游主要计算机软、硬件以及商品供应商等；行业中游包括综合、垂直及二手买卖平台等；下游用户通过第三方支付软件进行付款，由物流行业将商品运送到消费者手中。

电子商务行业产业链

数据来源：公开资料整理

### 2、政策环境

我国对于电子商务行业的发展高度重视并予以大力支持，近年来，政府部门陆续出台一系列鼓励与支持的相关政策。2020年6月，财政部等政府部门发布了《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》，表示要大力发展农村电子商务，促进形成农产品进城和工业品下乡畅通、线上线下融合的农产品流通体系和现代农村市场体系,培育一批各具特色、经验可复制推广的示范县。

我国电子商务相关法律法规

政策名称

发布时间

发布单位

主要内容

《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》

2020年6月

财政部等

要大力发展农村电子商务，促进形成农产品进城和工业品下乡畅通、线上线下融合的农产品流通体系和现代农村市场体系,培育一批各具特色、经验可复制推广的示范县。

《关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》

2019年2月

商务部、财政部等

提出“按照国家战略布局要求,结合区位优势、资源禀赋和产业特色，力争到2020年，培育一批发展平台经济成效较好的千亿级商品市场，推动上下游产业和内外贸融合，形成适应现代化经济体系要求的商品流通体系，更好服务供给侧结构性改革”

### 《国务院关税税则委员会关于试行开展对美加征关税商品排除工作的公告》

2019年

国务院

国务院关税税则委员会公布第一批对美加征关税商品第一次排除清单，对第一批对美加征关税商品，第一次排除部分商品，自2019年9月17日起实施。其中，清单一所列商品，自2019年9月17日至2020年9月16日，不再加征我为反制美301措施所加征的关税。对已加征的关税税款予以退还，相关进口企业应自排除清单公布之日起6个月内按规定向海关申请办理。

### 《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》

2019年

交通运输部、国家税务总局

从事网络货运经营的，应该具备几大核心能力：一是借助互联网开展网络化平台经营的能力，比如上传运单数据、交易过程动态管理、建立服务评价体系等；二是信息安全保障能力，这需要企业获得公安部门颁发的、登记保护级别认证。

### 《电子商务法》

2018年

全国人大常委会

电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其推销商品或者服务，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。电子商务经营者收集、使用其用户的个人信息，应当遵守有关法律、行政法规规定的个人信息保护规则。对此，在分组审议中，不少委员建议应进一步完善对个人信息保护的相关规定。

### 《关于加快发展流通促进商业消费的意见》

2019年

国务院

顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式。引导电商平台以数据赋能生产企业，促进个性化设计和柔性化生产，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等商业新模式。鼓励发展“互联网+旧货”、“互联网+资源循环”，促进循环消费。实施包容审慎监管，推动流通新业态新模式健康有序发展。

### 《关于6个新设自由贸易试验区总体方案的通知》

2019年

国务院

在山东、江苏、广西、河北、云南、黑龙江等6省区设立自由贸易试验区，是党中央、国务院作出的重大决策，是新时代推进改革开放的战略举措。要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，坚持新发展理念，坚持高质量发展，主动服务和融入国家重大战略，更好服务对外开放总体战略布局，把自贸试验

区建设成为新时代改革开放的新高地。

《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》

2019年

国务院

要维护公平竞争市场秩序，制定出台网络交易监督管理有关规定，依法查处互联网领域滥用市场支配地位限制交易、不正当竞争等违法行为，严禁平台单边签订排他性服务提供合同，保障平台经济相关市场主体公平参与市场竞争。

《严重违法失信名单管理办法（修订草案征求意见稿）》

2019年

国家市场监管总局

以下将列入名单：网络交易经营者通过虚构交易、删除不利评价、授意他人发布不真实的利己评价等方式，为自己和他人提升商业信誉和商品声誉，或者通过将自己的商品与其他经营者的商品作不真实的对比、对其他经营者作不真实的不利评价等捏造、散布虚假事实的方式损害他人商业信誉和商品声誉，造成严重后果，社会影响恶劣，被市场监督管理部门行政处罚的。数据来源：公开资料整理

### 3、市场分析

根据数据显示，我国电子商务交易额自2011年来快速上升，近年来增速逐渐放缓。到2018年中国电子商务交易额达到31.63万亿元，同比增长8.47%；2019年中国电子商务交易额为36.8万亿元，同比增长16.35%。

2011-2019年中国电子商务交易额

数据来源：公开资料整理

在电子商务行业市场结构中，B2B电商交易规模所占份额最大，2019年交易额达到24.56万亿元，占比整体的66.74%；其次是B2C电商，市场交易额为6.06万亿元，占比16.47%；然后是C2C电商，占比为12.34%。

2019年我国电子商务各细分市场交易额占比

数据来源：公开资料整理

### 4、需求分析

随着我国网络信息的迅速发展，由于网络购物的全面、方便、快捷等特性，深受当代年轻人的喜爱，我国网络购物用户规模快速增长，到2019年6月份达到6.39亿人，较2018年增加0.29亿人；2020年6月中国网络购物用户规模达到7.49亿人，较上年同期增加1.1亿人，占网民整体的79.7%

2015-2019年6月我国网络购物用户规模及使用率

数据来源：公开资料整理

### 5、技术分析

在行业投融资方面，2019年中国电子商务行业投融资事件为665起，较2018年减少23

起；行业投融资金额为1933.81亿元，较上年同比下降11.98%。

## 2018-2019年中国电子商务行业投融资情况

数据来源：公开资料整理（LJ）

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。《2021年中国电子商务市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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、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。

### 【报告大纲】

## 第一章 2017-2020年中国电子商务行业发展概述

### 第一节 电子商务行业发展情况概述

- 一、电子商务行业相关定义
- 二、电子商务行业基本情况介绍
- 三、电子商务行业发展特点分析
- 四、电子商务行业经营模式
- 1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电子商务行业需求主体分析

第二节 中国电子商务行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子商务行业产业链条分析

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、中国电子商务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子商务行业生命周期分析

一、电子商务行业生命周期理论概述

二、电子商务行业所属的生命周期分析

第四节 电子商务行业经济指标分析

一、电子商务行业的赢利性分析

二、电子商务行业的经济周期分析

三、电子商务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子商务行业进入壁垒分析

一、电子商务行业资金壁垒分析

二、电子商务行业技术壁垒分析

三、电子商务行业人才壁垒分析

四、电子商务行业品牌壁垒分析

五、电子商务行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电子商务行业市场发展现状分析

第一节 全球电子商务行业发展历程回顾

第二节 全球电子商务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子商务行业地区市场分析

一、亚洲电子商务行业市场现状分析

二、亚洲电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子商务行业市场前景分析

第四节 北美电子商务行业地区市场分析

- 一、北美电子商务行业市场现状分析
- 二、北美电子商务行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子商务行业市场前景分析
- 第五节 欧洲电子商务行业地区市场分析
  - 一、欧洲电子商务行业市场现状分析
  - 二、欧洲电子商务行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲电子商务行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界电子商务行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球电子商务行业市场规模预测

### 第三章 中国电子商务产业发展环境分析

- 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、全社会消费品电子商务总额
  - 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 中国电子商务行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国电子商务产业社会环境发展分析
  - 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、文化环境分析
  - 四、生态环境分析
  - 五、消费观念分析

### 第四章 中国电子商务行业运行情况

- 第一节 中国电子商务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
  - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国电子商务行业市场规模分析



第三节 中国电子商务行业供应情况分析

第四节 中国电子商务行业需求情况分析

第五节 我国电子商务行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电子商务行业供需平衡分析

第七节 中国电子商务行业发展趋势分析

第五章 中国电子商务所属行业运行数据监测

第一节 中国电子商务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 中国电子商务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 中国电子商务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 2017-2020年中国电子商务市场格局分析

第一节 中国电子商务行业竞争现状分析

一、中国电子商务行业竞争情况分析

二、中国电子商务行业主要品牌分析

第二节 中国电子商务行业集中度分析

一、中国电子商务行业市场集中度影响因素分析

二、中国电子商务行业市场集中度分析

第三节 中国电子商务行业存在的问题

第四节 中国电子商务行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子商务行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国电子商务行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国电子商务行业消费市场动态情况

### 第二节 中国电子商务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 电子商务行业成本结构分析

### 第四节 电子商务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 中国电子商务行业价格现状分析

### 第六节 中国电子商务行业平均价格走势预测

- 一、中国电子商务行业价格影响因素
- 二、中国电子商务行业平均价格走势预测
- 三、中国电子商务行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国电子商务行业区域市场现状分析

### 第一节 中国电子商务行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区电子商务市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电子商务市场规模分析
- 四、华东地区电子商务市场规模预测

### 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、华中地区电子商务市场规模分析

四、华中地区电子商务市场规模预测

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、华南地区电子商务市场规模分析

四、华南地区电子商务市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电子商务行业竞争情况

第一节 中国电子商务行业竞争结构分析（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 中国电子商务行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国电子商务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电子商务行业企业分析（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年中国电子商务行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国电子商务行业未来发展前景分析

##### 一、电子商务行业国内投资环境分析

##### 二、中国电子商务行业市场机会分析

##### 三、中国电子商务行业投资增速预测

#### 第二节 中国电子商务行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国电子商务行业市场发展预测

##### 一、中国电子商务行业市场规模预测

##### 二、中国电子商务行业市场规模增速预测

##### 三、中国电子商务行业产值规模预测

##### 四、中国电子商务行业产值增速预测

##### 五、中国电子商务行业供需情况预测

#### 第四节 中国电子商务行业盈利走势预测

- 一、中国电子商务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电子商务行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国电子商务行业投资风险与营销分析

### 第一节 电子商务行业投资风险分析

- 一、电子商务行业政策风险分析
- 二、电子商务行业技术风险分析
- 三、电子商务行业竞争风险分析
- 四、电子商务行业其他风险分析

### 第二节 电子商务行业应对策略

- 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年中国电子商务行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国电子商务行业品牌战略分析

- 一、电子商务企业品牌的重要性
- 二、电子商务企业实施品牌战略的意义
- 三、电子商务企业品牌的现状分析
- 四、电子商务企业的品牌战略
- 五、电子商务品牌战略管理的策略

### 第二节 中国电子商务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 中国电子商务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

#### 第四节 电子商务行业竞争力提升策略

- 一、电子商务行业产品差异性策略
- 二、电子商务行业个性化服务策略
- 三、电子商务行业的促销宣传策略
- 四、电子商务行业信息智能化策略
- 五、电子商务行业品牌化建设策略
- 六、电子商务行业专业化治理策略

### 第十四章 2021-2026年中国电子商务行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国电子商务行业产品策略分析

- 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 中国电子商务行业营销渠道策略

- 一、电子商务行业渠道选择策略
- 二、电子商务行业营销策略

#### 第三节 中国电子商务行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电子商务行业重点投资区域分析
- 二、中国电子商务行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

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/533010533010.html>