

2017-2022年中国电子商务市场需求调研及十三五 发展策略分析报告

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《2017-2022年中国电子商务市场需求调研及十三五发展策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/273451273451.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

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

中国线上零售渗透率在2014年创下历史新高，达到11%，总价值约2.9万亿人民币，预计这一数字在2020年将分别达到22%及10万亿人民币。预计在2020年达到80%。而日益丰富的移动电商生态体系也满足了消费者对更加碎片化、应景化、线上线下整合化的消费体验需求。

2011-2020年中国线上零售市场交易额预测

2015年，中国互联网产业继续蓬勃发展。至2015年末，我国网民规模为6.88亿，同比增长6.1%，互联网渗透率已达50%，网民数量稳居全球第一。互联网发展的主要推动力正逐渐从PC端向手机端转移。根据数据显示，2015年，我国新增手机端网民6303万，总人数达6.2亿。而放弃PC端，仅通过手机等移动端上网的网民人数已达1.27亿，占中国全部互联网用户的18.5%。随着移动互联网功能和应用的不断完备和智能手机的进一步普及，仅使用手机互联网用户占比有望快速攀登。

2014-2016年中国网民数量及互联网渗透率

2015年，我国网民使用网络购物的比例从55.7%提升至60.0%。网络购物用户规模达到4.13亿，较2013年底增加5200万人，增长率为14.4%，增速较2014年的19.7%下降了5个百分点。与此同时，2015年中国手机网购网民数量增长速度也迎来放缓。2015年我国手机网络购物用户规模达到3.40亿，较2014年2.36亿增长44.1%，增长率较2014年的63.5%下降了19个百分点，移动端人口红利的迅速挖掘殆尽，移动网购人群整体规模增速也区域平稳。

2014-2016年中国网购网民与网购渗透率

2011-2015年中国手机网民数量及占总网民数量比率

网络购物行业发展日益成熟，各家电商企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村电商。在综合电商格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直电商领域深耕，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。2015年，中国网络购物市场交易规模达到39900亿，增长43.10%，依然维持在较高的增长水平。随着移动购物市场的飞速发展、典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩

张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持30%左右的复合增长。

2011-2018年中国网络购物市场交易规模及预测

2018年中国电子商务B2B市场交易规模为15.3万亿元，环比增长率为12.01%；2018年中国电子商务B2B市场收入规模位402.9亿元，环比增长率为19.45%。

2016-2018年中国电子商务B2B市场交易规模预测

2016-2018年中国电子商务B2B市场收入规模预测

中国报告网发布的《2017-2022年中国电子商务市场需求调研及十三五发展策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章电子商务行业概论

第一节电子商务概述

- 一、电子商务的概念
- 二、电子商务发展阶段
- 三、电子商务基本特征
- 四、电子商务支撑环境

第二节电子商务基本模式

- 一、电子商务的分类
- 二、电子商务的功能
- 三、电子商务运营模式

第三节中国网民规模和结构特征

- 一、网民规模
 - （一）总体网民规模
 - （二）网购网民规模

(三) 手机网民规模

(四) 分省网民规模

二、网民结构特征

(一) 性别结构

(二) 年龄结构

(三) 学历结构

(四) 职业结构

(五) 收入结构

(六) 城乡结构

第四节电子商务市场消费心理分析

一、电子商务消费心理的变化趋势和特征

二、制约电子商务发展的心理因素分析

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、全球电子商务发展历程

二、全球电子商务特点分析

三、全球电子商务发展特点

第二节全球电子商务产业运行情况

一、全球电子商务发展现状

二、欧美电子商务立法现状分析

三、欧美国家电子商务飞速发展动因

四、欧洲电子商务的专业化与产业化

五、拉美地区电子商务发展迅猛

第三节全球电子商务发展趋势分析

第三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

一、中国电子商务发展阶段

二、中国电子商务发展概况

三、电子商务市场交易规模

四、中国网络购物市场规模

五、中国电子商务区域分布

第二节中国电子商务行业政策环境分析

一、国务院关于加快电子商务发展的意见

二、商务部促进电子商务规范发展

三、创建国家电子商务示范城市

四、电子商务“十三五”发展规划

第三节中国企业应用电子商务情况分析

- 一、电子商务提升企业竞争力
- 二、企业应用电子商务的竞争优势
- 三、中国企业电子商务发展措施
- 四、企业开展电子商务营销之主流模式

第四节中国电子商务行业盈利分析

- 一、中国电子商务的盈利方式
- 二、电子商务盈利模式存在的原因
- 三、影响电子商务盈利模式因素
- 四、中国电子商务的基本盈利模式

第五节中国电子商务行业存在的问题及策略

- 一、中国电子商务存在的不足
- 二、企业间电子商务存在的问题
- 三、电子商务面临物流和售后服务制约
- 四、中国开展电子商务的主要障碍与对策
- 五、我国发展电子商务的原则与模式选择
- 六、中国电子商务行业风险防范措施

第六节中国主要地区电子商务发展概况

- 一、浙江电子商务领跑全国
- 二、江苏积极推进电子商务发展
- 三、上海电子商务产业持续快速发展
- 四、深圳多项举措促电子商务发展

第四章2016年中国B2B电子商务模式分析

第一节中国B2B电子商务发展概况

- 一、B2B电子商务模式的定义
- 二、B2B电子商务模式的分类
- 三、B2B电子商务产业链结构

第二节中国B2B电子商务发展分析

- 一、中国B2B电子商务的发展阶段
- 二、中国B2B电子商务的商业模式
- 三、2016年B2B电子商务市场规模
- 四、2016年中国B2B行业大事盘点
- 五、2016年中国B2B电子商务发展趋势

第三节B2B电子商务市场竞争分析

- 一、B2B行业主要竞争手段分析
- 二、B2B电子商务竞争阶段分析
- 三、2016年B2B市场竞争格局分析
- 四、B2B电子商务竞争新模式分析
- 第四节B2B电子商务的问题及解决策略
 - 一、中国B2B电子商务存在的问题
 - 二、B2B电子商务网站建设问题分析
 - 三、B2B电子商务平台成功策略及建议
 - 四、B2B电子商务搜索引擎的优化策略
 - 五、第三方B2B电子商务服务发展策略
- 第五章2016年中国B2C电子商务模式分析
 - 第一节B2C电子商务模式概述
 - 一、B2C电子商务模式的定义
 - 二、B2C电子商务的具体分类
 - 三、B2C电子商务产业链结构
 - 第二节中国B2C电子商务发展分析
 - 一、中国B2C电子商务发展周期
 - 二、中国B2C市场发展特点分析
 - 三、2016年B2C电子商务市场规模
 - 四、2016年中国B2C行业发展大事
 - 五、中国B2C电子商务模式发展趋势
 - 第三节B2C电子商务市场竞争分析
 - 一、B2C电子商务总体竞争格局
 - 二、2016年中国B2C市场格局分析
 - 三、2016年B2C市场价格竞争惨烈
 - 四、B2C市场正进入平台竞争时代
 - 五、中国B2C电子商务竞争趋势预测
 - 第四节B2C电子商务发展问题及策略分析
 - 一、B2C电子商务模式存在的问题
 - 二、B2C电子商务发展瓶颈及其突破点
 - 三、B2C电子商务市场问题及解决方案
 - 四、B2C电子商务有形商品定价策略
- 第六章2016年中国其他电子商务经营模式分析
 - 第一节中国C2C电子商务模式分析
 - 一、C2C电子商务的概念及特点

- 三、中国C2C电子商务发展概况
- 四、2016年C2C电子商务市场规模
- 五、2016年主要C2C平台竞争格局
- 六、C2C电子商务的用户特点分析
- 七、中国C2C电子商务存在的问题
- 八、中国C2C电子商务市场发展策略
- 第二节中国C2B电子商务模式分析
 - 一、C2B电子商务的概念及特征
 - 二、C2B电子商务应用模式分析
 - 三、中国C2B电子商务发展历程
 - 四、2016年中国团购市场发展规模
 - 五、2016年团购市场竞争格局分析
 - 六、C2B电子商务发展面临的挑战
 - 七、企业C2B电子商务营销策略分析
 - 八、中国C2B电子商务模式发展展望
- 第三节中国O2O电子商务模式
 - 一、O2O电子商务的概念及特点
 - 二、O2O电子商务商业价值分析
 - 三、O2O模式的优势及应用领域
 - 四、中国成功O2O模式案例分析
 - 五、中国O2O电子商务市场规模
 - 六、O2O模式发展面临问题分析
 - 七、中国O2O模式未来发展趋势
 - 八、中国O2O模式发展机会分析
- 第七章2016年移动电子商务发展分析
 - 第一节移动电子商务概述
 - 一、移动电子商务的含义
 - 二、移动电子商务的优点
 - 三、移动电子商务的应用
 - 四、移动电子商务主要技术
 - 五、移动电子商务价值链构成
 - 第二节中国移动电子商务市场发展分析
 - 一、中国移动电子商务市场行业特征
 - 二、中国移动电子商务市场发展现状
 - 三、中国移动电子商务市场交易规模

四、2016年移动电子商务市场份额

五、移动电子商务市场发展重点因素

六、移动电子商务时代新引擎

第三节中国主要地区移动电子商务发展状况

一、成都移动电子商务产业聚集

二、湖南移动电子商务业务发展迅速

三、广东移动电子商务商城发展情况

四、深圳移动电子商务渐现规模

五、四川成华打造移动电子商务示范城区

第四节中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

一、中国移动电子商务发展亟需完善

二、中国移动电子商务发展存在的问题

三、中国移动电子商务配套体系待发展

四、中国移动电子商务发展策略分析

五、中国移动电子商务营销策略分析

六、中国移动电子商务发展建议

第五节移动电子商务的市场前景及发展趋势

一、中国移动电子商务市场化前景广阔

二、中国移动电子商务的发展趋势

第八章2016年中国网上支付产业市场运行透析

第一节中国网上支付发展概述

一、网上支付定义

二、网上支付系统的结构

三、实现网上支付的必要条件

四、网上支付系统典型流程

第二节中国网上支付用户的调研情况

一、中国网上支付用户属性分析

二、中国网上支付用户支付需求分析

三、中国网上支付用户支付频次分析

四、网上支付用户支付平台偏好分析

五、网上支付用户使用安全感分析

第三节2016年中国网上支付市场发展现状

一、2016年中国网上支付市场规模

二、2016年网上支付细分规模结构

三、2016年网上支付市场发展格局

四、2016年网上支付企业发展情况

第四节中国网上支付市场前景分析

一、中国网上支付行业发展对策

二、网上支付行业未来发展趋势

三、中国网络支付发展机会分析

第九章中国电子商务在不同行业的应用分析

第一节服装电子商务

一、中国服装电子商务发展概况

二、中国服装电子商务发展阶段

三、服装B2C电子商务运营模式

四、2016年服装网络购物市场规模

五、2016年服装网购市场竞争格局

六、中国服装网购行业PEST分析

七、中国服装电子商务市场展望

第二节化妆品电子商务

一、中国化妆品电子商务发展概况

二、中国化妆品网购市场特点分析

三、中国化妆品电子商务产业链分析

四、2016年化妆品电子商务市场规模

五、中国化妆品B2C市场竞争力分析

六、化妆品垂直B2C两强格局形成

七、中国化妆品电子商务前景及问题

第三节食品业电子商务

一、食品电子商务及发展必要性

二、中国食品电商市场发展现状

三、中国食品电商市场发展特征

四、食品电商市场竞争现状分析

五、2016年食品电商市场交易情况

六、食品电子商务的安全运营分析

七、食品电商发展困境及前景分析

第四节家电行业电子商务

一、中国家电电子商务发展现状

二、家电网络消费者行为特征分析

三、家电业电子商务市场规模分析

四、家电业电子商务市场竞争态势

五、家电电子商务发展存在的问题

六、家电行业的网络营销策略分析

七、中国家电行业电子商务前景

第五节 保险电子商务

一、保险电子商务定义及优势

二、发展保险电子商务的必要性

三、保险电子商务应用模式分析

四、保险电商产品分类及体系构建

五、2016年中国保险行业运营情况

六、2016年保险电子商务市场规模

七、保险电商化的产业链机遇分析

第六节 农业电子商务

一、农业电子商务模式概述

二、农业电子商务主要运行模式分析

三、中国农业电子商务的应用与发展分析

四、农业电子商务期待建立第三方平台

五、中国农业电子商务平台的构建方案研究

六、中国农业电子商务发展潜力巨大

第七节 医药电子商务

一、中国医药行业电子商务应用状况

二、中国医药电子商务发展现状分析

三、中国医药电子商务设高门槛

四、中国医药电子商务的政府监管

五、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势

六、中国B2B医药电子商务发展战略研究

七、电子商务与医药物流整合分销成趋势

八、中国医药行业引入电子商务是必然趋势

第八节 汽车零部件业电子商务

一、汽车零部件业发展电子商务的好处

二、中国汽车零部件业电子商务发展分析

三、电子商务下的汽车零部件物流模式分析

四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展

五、汽车零部件企业发展电子商务的建议

第九节 旅游业电子商务

一、旅游电子商务概念及特性

二、旅游行业电子商务的类型

三、中国旅游电子商务发展概况

四、中国旅游业电子商务发展现状

五、中国旅游业开展电子商务的优势

六、中国旅游电子商务的发展问题

七、中国旅游业电子商务发展对策

第十节电子商务物流业

一、电子商务物流概述

二、电子商务对现代物流的影响

三、电子商务与物流的关系分析

四、中国电子商务物流业发展现状

五、中国电子商务物流业存在的问题

六、中国电子商务物流业的发展对策

七、电子商务物流业的发展趋势

第十一节外贸电子商务

一、外贸电子商务概念及意义

二、外贸电子商务的开展阶段

三、外贸电子商务的发展模式

四、外贸电子商务市场规模分析

五、B2B外贸电子商务市场格局

六、外贸电子商务现存问题分析

七、外贸电子商务市场发展前景

第十章中国电子商务安全及诚信体系

第一节电子商务安全概述

一、电子商务应具备的安全要素

二、电子商务安全协议分析与比较

三、电子商务存在的安全问题

四、保障电子商务安全的措施

五、电子商务安全解决方案的探讨

第二节电子商务网络信息安全

一、电子商务主要信息安全技术

二、电子商务数字认证及授权机构

三、电子商务中的网络信息安全对策

第三节企业电子商务网站的安全

一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义

- 二、电子商务网站的系统安全控制
- 三、电子商务网站的数据安全控制
- 四、电子商务网络交易平台的安全控制

第四节移动电子商务安全

- 一、移动电子商务信息系统安全概述
- 二、移动电子商务安全支付方案
- 三、移动电子商务信息系统安全的趋势
- 四、移动电子商务中的安全威胁
- 五、移动电子商务安全技术解决方案

第五节电子商务的诚信体系

- 一、电子商务信用的建设的重要性
- 二、中国四种电子商务信用模式
- 三、我国电子商务信用中存在的问题
- 四、加强中国电子商务信用建设的措施

第十一章2016年重点领域电子商务企业发展分析

第一节服装电子商务企业发展分析

一、凡客诚品

- (一) 凡客诚品简介
- (二) 凡客诚品商业模式分析
- (三) 凡客诚品SWOT分析
- (四) 凡客诚品经营策略分析

二、梦芭莎

- (一) 梦芭莎简介
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业旗下品牌分析
- (四) 企业发展目标分析

三、麦考林

- (一) 麦考林简介
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业旗下品牌分析
- (四) 企业竞争优势分析

第二节化妆品电子商务企业发展分析

一、聚美优品

- (一) 聚美优品简介
- (二) 聚美优品发展历程

(三) 聚美优品经营模式

(四) 聚美优品网站特色

(五) 聚美优品融资情况

二、乐蜂网

(一) 乐蜂网简介

(二) 乐蜂网企业文化

(三) 乐蜂网达人经济模式

(四) 乐蜂网经营情况分析

第三节食品电子商务企业发展分析

一、1号店

(一) 1号店简介

(二) 1号店商业模式分析

(三) 1号店服务范围分析

(四) 1号店经营情况分析

二、中粮我买网

(一) 我买网简介

(二) 我买网经营策略分析

(三) 我买网营销模式分析

(四) 中粮我买网发展规划

第四节家电电子商务企业发展分析

一、京东商城

(一) 京东商城简介

(二) 京东商业模式分析

(三) 京东商城业务布局

(四) 京东商城经营情况

二、苏宁易购

(一) 苏宁易购简介

(二) 苏宁易购业务模式

(三) 苏宁易购经营情况

(四) 苏宁易购竞争优势

三、国美在线

(一) 国美在线简介

(二) 国美在线形成背景

(三) 国美在线经营情况

第五节综合性电子商务企业发展分析

一、淘宝网

- (一) 淘宝网简介
- (二) 淘宝网商业模式分析
- (三) 淘宝网运营状况分析
- (四) 淘宝网SWOT分析

二、当当网

- (一) 当当网简介
- (二) 当当网商业模式分析
- (三) 当当网SWOT分析
- (四) 当当网营销战略分析
- (五) 当当网经营情况分析

三、EBAY易趣

- (一) eBay易趣简介
- (二) eBay易趣商业模式分析
- (三) eBay易趣SWOT分析
- (四) eBay易趣经营战略分析

第十二章2017-2022年中国电子商务产业前景预测与趋势展望

第一节2017-2022年影响电子商务行业发展的主要因素

- 一、影响电子商务行业发展有利因素分析
- 二、影响电子商务行业发展稳定因素分析
- 三、影响电子商务行业发展不利因素分析

第二节2017-2022年电子商务行业发展预测

- 一、电子商务产业政策趋向
- 二、电子商务未来市场走势
- 三、中国电子商务发展趋势
- 四、电子商务市场将逐步细分
- 五、电子商务市场格局发展趋势
- 六、中国将成全球第一大电子商务经济体

第三节2017-2022年中国电子商务市场规模预测分析

- 一、电子商务市场交易规模预测分析
- 二、B2B电子商务交易规模预测分析
- 三、B2C电子商务市场交易规模预测分析
- 四、C2C电子商务市场交易规模预测分析

第十三章2017-2022年中国电子商务投资机会战略研究

第一节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2017-2022年中国电子商务产业投资机会分析

一、电子商务产业投资机会分析

二、电子商务竞争优势与投资机会

三、跨国电子商务存在的投资机会

四、电子商务垂直细分投资机会

五、电子商务衍生业投资机会

第三节2017-2022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、电子商务网络金融风险的防范

五、软件电子商务质量风险的规制

第四节2017-2022年中国电子商务产业投资策略建议

一、电子商务投资风险分析

（一）产业链风险

（二）物流外包风险

（三）市场竞争风险

（四）市场供需风险

（五）市场价格风险

（六）电商信用风险

二、电子商务投资策略分析

图表目录：

图表12014-2016年中国网民规模与普及率统计

图表22012-2013中国各年龄段互联网普及率统计

图表32014-2016年互联网普及率学历结构表

图表42014-2016年中国网购网民规模与普及率统计

图表52014-2016年中国手机上网网民规模统计

图表62016年中国各省网民规模及增速统计

图表72014-2016年网民性别结构变化趋势图

图表82014-2016年网民年龄结构变化趋势图

图表92014-2016年网民学历结构变化趋势图

图表102016年网民职业结构分布图

图表112014-2016年网民个人月收入结构变化趋势图

图表122014-2016年网民城乡结构变化趋势图

图表13法国NETEVEN公司的运营模式

图表14德国的EMONS集团的电子商务物流工作流程

图表152014-2016年中国电子商务市场交易规模及其增长趋势图

图表162006-2016年中国网络购物市场交易规模及其增长趋势图

图表172014-2016年网络购物市场交易额占社会消费品零售额比重变化趋势图

图表182016年中国电子商务企业区域分布

图表19B2B电子商务产业链示意图

图表20B2B电子商务服务商类型

图表21中国B2B电子商务发展阶段模型

图表22线上B2B电子商务付费服务和免费服务对比

图表242014-2016年中国B2B市场交易规模及其增长趋势图

图表252014-2016年中国B2B电子商务服务商营收规模增长趋势图

图表26中小企业线上B2B电子商务的发展阶段

图表272016年主要B2B电子商务运营商总营收市场份额

图表282016年主要B2B电子商务运营商平台服务收入市场份额
(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/273451273451.html>