

中国电子商务行业发展现状及发展战略分析报告 (2013-2017)

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《中国电子商务行业发展现状及发展战略分析报告（2013-2017）》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/156172156172.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

人类进入知识经济时代，以计算机网络技术为核心的信息技术的广泛运用，加速了经济全球化的步伐，为经济发展提供了强大的动力。在这种形势下，以信息技术为手段的电子商务的发展，整合了企业经营发展的各种资源，对企业的发展起到了重大的推进作用，使之成为提升现代企业核心竞争力的要素。 电子商务在迅速发展的同时，自身也要清楚的认识 到：电子商务的建设在企业内涉及面广，涉及环节和部门多，遇到的困难和阻力大。而当前在全球经济一体化、信息化的进程中，企业无论面向国内市场还是国际市场，要想在竞争中取胜，必须重视自身电子商务的发展，应对信息化技术的挑战，以积极的心态应对加入世贸组织、适应经济全球化，以增强企业国际竞争力、更好参与国际经济技术合作与竞争。

《中国电子商务行业发展现状及发展战略分析报告（2013-2017）》系统全面的调研了电子商务的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对电子商务产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销策略等方面进行深入的调研分析。

第一章 电子商务概述

第一节 电子商务相关介绍

- 一、电子商务的概念
- 二、电子商务的分类
- 三、电子商务的作用
- 四、电子商务主要应用系统

第二节 电子商务的发展

- 一、电子商务的三大阶段
- 二、中国电子商务的发展
- 三、电子商务发展的支撑环境

第二章 世界电子商务概况

第一节 世界电子商务发展状况

第二节 世界电子商务立法

- 一、《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》
- 二、《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》
- 三、《国际海事委员会电子提单规则》
- 四、《跟单信用证统一惯例关于电子交单的附则》

第三节 美国

- 一、美国电子商务领域十年成果综述
- 二、2011年美国零售业电子商务概况

三、2012年美国零售业电子商务概况

四、美国电子商务迅速发展的原因

五、2012年底美国电子商务海外销售预测

六、2016年美国移动电子商务市场规模预测

第四节 英国

一、2011年英国电子商务销售额

二、英国电子商务的政策体系解析

三、2012年英国电子商务销售额涨势强劲

四、2012年英国电子商务全球领先

第三章 中国电子商务行业

第一节 中国电子商务发展综述

一、中国电子商务的发展阶段

二、中国电子商务税收政策

三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节 中国电子商务行业发展现状

第三节 企业应用电子商务分析

第四章 中国电子商务市场分析

第一节 2009-2012年中国电子商务市场概况

一、2009年电子商务市场发展分析

二、2010年中国电子商务市场综述

三、2011年中国电子商务市场发展综述

四、2012年中国电子商务市场数据监测

第二节 电子商务市场目标客户群体分析

一、目标明确客户

二、目标不是很明确

三、无目标的游客

第三节 电子商务市场消费心理分析

一、电子商务中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

三、电子商务中现代企业的应对策略

第四节 电子商务市场竞争状况

第五章 B2B电子商务模式

第一节 中国B2B电子商务发展概况

第二节 国内外B2B电子商务比较

一、基础设施

二、文化和社会差异

三、企业政策

第三节 B2B电子商务竞争分析

一、B2B行业主要竞争手段分析

二、B2B电子商务渠道竞争分析

三、中国B2B市场主要企业竞争状况

四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

第四节 B2B电子商务的问题及解决策略

一、综合类B2B企业所存在的问题

二、B2B电子商务网站优化中存在的问题

三、B2B电子商务网站的优化策略

四、第三方B2B电子商务平台发展策略

第六章 电子商务其他经营模式

第一节 B2C（企业对消费者）

一、B2C模式概述

二、B2C电子商务模式具体分类

三、2011年中国网络零售发展现状及产业规模

四、2012年Q2中国B2C市场交易规模

五、2012年B2C领域平台竞争情况分析

六、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 C2C（消费者对消费者）

一、C2C的概念

二、2012Q2中国C2C网络购物市场

三、2012年盛大高调进军C2C市场

第三节 C2B（消费者对企业）

一、C2B电子商务模式的概念

二、C2B电子商务模式产生的基础

三、C2B电子商务模式的应用

四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务C2B营销新模式发展探析

六、C2B电子商务模式发展展望

七、未来3-5年中国C2B将是电子商务引爆点

第三节 网络团购

一、网络团购市场行业特征

二、网络团购企业规模

三、网络团购企业市场占有率

第七章 移动电子商务发展分析

第一节 移动电子商务概述

第二节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

一、实施直面客户模式的基础分析

二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析

三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第三节 中国移动电子商务市场发展分析

一、移动电子商务市场行业特征

二、B2B移动电子商务市场交易规模

三、B2B类移动电子商务企业市场占有率

四、2012年我国手机电子商务市场规模

第八章 电子商务对企业的影响

第一节 电子商务对会计的影响

第二节 电子商务对企业成本的影响

一、企业应用电子商务所需要的各项成本透析

二、电子商务在企业成本节约中的作用

三、电子商务环境下的战略成本管理

第三节 电子商务对企业现金管理的影响

一、企业现金构成项目的变化

二、对企业最佳现金持有量确定的影响

三、使企业现金收支管理策略改变

第九章 电子商务在不同行业的应用

第一节 农业电子商务

第二节 零售业电子商务

第三节 医药电子商务

第四节 汽车零部件业电子商务

第五节 旅游业的电子商务

第六节 物流业电子商务

第十章 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、电子商务安全保障存在的问题

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、电子商务信息安全协议
- 四、电子商务中的信息安全对策

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隐患
- 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 网上支付市场分析

第一节 中国网上支付发展概述

- 一、网上支付发展历史
- 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 2011-2012年中国网上支付用户行为研究

- 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特征分析
- 四、中国网上支付用户行为分析
- 五、中国网上支付用户对第三方支付平台的偏好分析

第三节 中国网络购物市场网上支付分析

- 一、2011年中国第三方支付发展现状及产业规模
- 二、2012年中国网络购物市场交易规模
- 三、2012年中国支付行业网上支付业务交易规模
- 四、2012年中国网络购物用户规模预测
- 第四节 中国航空客票市场网上支付分析
 - 一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式
 - 二、电子客票的网上支付存在的隐患
 - 三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍
- 第五节 中国网上银行分析
 - 一、中国网上银行产业链结构
 - 二、中国网上银行的发展阶段
 - 三、中国网上银行的特点
 - 四、2011年中国网上银行市场交易额
 - 五、中国网上银行存在的问题及发展策略
- 第十二章 中国电子商务行业的政策环境
 - 第一节 电子商务立法的核心部分
 - 一、中国电子商务立法总则
 - 二、数字化信息的法律效力
 - 三、电子合同的法律效力
 - 四、网络服务提供者的法律责任
 - 第二节 2012我国电子商务政策解读与预测
 - 一、2012年多部门支持创建电子商务示范城市
 - 二、商务部发布《第三方电子商务交易平台服务规范》
 - 三、2012年商务部推四大电子商务平台
 - 四、2012年商务部正研究制订《关于网上商业数据的保护办法》
 - 五、2012年商务部加速电子商务行业“正规化”
 - 六、2012年《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》发布
 - 七、“十二五”期间政策助力电子商务发展
 - 第三节 中国电子商务立法研究
 - 一、中国电子商务立法的思路选择
 - 二、中国电子商务法律体系的立法原则和核心内容
 - 三、中国电子商务规范发展面临的法律问题
 - 四、对中国电子商务的立法建议
 - 五、改革中国电子商务政策法律环境的策略
 - 第四节 电子商务行业的具体政策法规

一、《中华人民共和国电子签名法》

二、《北京市信息化促进条例》

三、《上海市数字认证管理办法》

四、《广东省电子商务交易条例》

第十三章 重点电子商务企业分析

第一节 环球资源

一、公司简介

二、2010年环球资源经营状况

三、2011年环球资源经营状况

四、2012年环球资源经营状况

第二节 亚马逊公司

一、公司简介

二、2010年亚马逊公司经营状况分析

三、2011年亚马逊公司经营状况分析

四、2012年亚马逊公司经营状况分析

第三节 阿里巴巴

一、公司简介

二、2010年阿里巴巴经营状况分析

三、2011年阿里巴巴经营状况分析

四、2012年阿里巴巴经营状况分析

第四节 焦点科技股份有限公司

一、公司简介

二、2011年焦点科技经营状况分析

三、2012年焦点科技经营状况分析

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、公司简介

二、2010年生意宝经营状况分析

三、2011年生意宝发展战略计划

四、2012年生意宝发展战略计划

第六节 慧聪国际

一、公司简介

二、2010年慧聪网络经营状况分析

三、2011年慧聪网络经营状况分析

四、2012年慧聪网络经营状况分析

第七节 淘宝网

- 一、公司简介
- 二、淘宝网的产品与服务
- 三、2011年淘宝网运营情况
- 四、2012年阿里巴巴向淘宝商城追加18亿投资
- 五、2012年淘宝交易额预测
- 六、2012年淘宝商城交易额预计

第八节 EBAY易趣

- 一、公司简介
- 二、2010年eBay经营状况
- 三、2011年eBay经营状况
- 四、2012年eBay经营状况
- 五、2012年eBay转型发布新网络购物平台
- 六、2012年eBay移动平台交易总额将达40亿美元

第九节 其他电子商务企业

- 一、万国商业网
- 二、铭万网
- 三、当当网
- 四、京东商城
- 五、买麦网

第十四章 2013-2017年中国电子商务“十二五”规划及发展趋势

第一节 “十二五”中国电子商务发展规划

- 一、我国电子商务发展现状
- 二、我国电子商务发展中存在的主要问题
- 三、指导思想和主要目标
- 四、工作任务
- 五、重点工程
- 六、保障措施

第二节 2013-2017年中国电子商务发展趋势

- 一、2013-2017年中国电子商务市场前景预测
- 二、2012年中国电子商务规模预测
- 三、2015年电子商务进入规模扩张阶段
- 四、2013-2017年开拓海外电子商务市场策略

图表目录

图表：2012年欧洲电子商务网站排名（1-25）

图表：2012年欧洲电子商务网站排名（26-50）

- 图表：2012年欧洲电子商务网站同比盈余排名
- 图表：2012年欧洲电子商务网站同比销售增长率排名
- 图表：2011-2013年全球电子商务规模增长预测
- 图表：2011年全球电子商务交易额占比
- 图表：2010年各国网络购物渗透率
- 图表：2011-2015年美国在线零售规模预测
- 图表：2011-2015年欧盟电子商务销售规模预测
- 图表：2010-2015年美国电子商务零售交易额及增长率预测
- 图表：2011-2016年美国移动电子商务市场规模增长预测
- 图表：电子商务发展阶段示意图
- 图表：2010年传统企业电子商务营销模式选择情况
- 图表：2007-2011年度中国行业电子商务网站会员总量规模图
- 图表：2011年度中国行业电子商务网站注册会员分布图
- 图表：2011年度中国行业电子商务网站收费会员分布表
- 图表：2004-2009年中国电子商务市场交易额及增长
- 图表：2009年中国电子商务市场三种业务格局
- 图表：2009年中国B2B电子商务服务市场品牌格局
- 图表：2009年中国B2C网上销售平台品牌格局
- 图表：2009年中国C2C电子商务服务市场品牌结构
- 图表：2012年Q2中国C2C网络购物市场份额占比图
- 图表：2012年Q2中国B2C网络购物市场份额占比图
- 图表：2012年用户发生电子商务行为前10省（含直辖市）
- 图表：2012年电子商务行为前10个城市（含直辖市）
- 图表：2012年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计
- 图表：2012年用户（发生电子商务行为）部分省接入商统计
- 图表：2012年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计
- 图表：2012年用户发生电子商务行为月平均统计
- 图表：2012年用户发生电子商务行为的周平均统计
- 图表：2012年用户每天发生电子商务行为的时间分布统计
- 图表：2012年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计
- 图表：2012年用户发生电子商务行为场所统计
- 图表：2012年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计
- 图表：2012年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计
- 图表：2012年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计
- 图表：2012年中国电子商务市场交易规模统计

- 图表：2012年知名电子商务网站前三甲统计
- 图表：2012年电子商务平台合作物流公司排行榜
- 图表：2012年中国电子商务网站用户体验排行榜
- 图表：2012年Q2中国电子商务市场交易规模细分行业构成
- 图表：2007-2012年中国B2B市场交易规模
- 图表：2007-2012年中国B2B电子商务企业规模
- 图表：2011年中国B2B企业市场占有率
- 图表：2007-2011年使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模
- 图表：2010年Q1-2012年Q2中国B2B电子商务市场营收规模
- 图表：2012年Q2中国B2B电子商务运营商营收份额
- 图表：2007-2012年中国网上零售市场交易规模
- 图表：2007-2012年中国B2C、C2C电子商务企业规模
- 图表：2011年中国网上零售企业市场交易规模占有率
- 图表：2007-2012年中国网上零售用户规模
- 图表：2007-2012年中国个人网店的数量
- 图表：2010年Q1-2012年Q2中国B2C市场交易规模
- 图表：2012年Q2中国C2C购物网站市场份额
- 图表：2011年中国网络团购企业规模
- 图表：2011年中国网络团购企业市场占有率
- 图表：直面客户模式关键成功因子与核心竞争力
- 图表：企业与客户间实体流分析
- 图表：2007-2012年中国移动电子商务交易规模增长趋势图
- 图表：2011年中国移动电子商务运营商市场份额
- 图表：2012年第二季度中国移动互联网主要细分行业构成
- 图表：2007-2012年中国第三方支付市场交易规模
- 图表：2011年中国第三方支付企业市场占有率
- 图表：2011Q1-2012Q2中国网络购物市场交易规模
- 图表：2011Q1-2012Q2中国第三方网上支付交易规模
- 图表：2012Q2中国第三方网上支付核心企业交易规模市场份额
- 图表：2007-2012年中国网络购物用户规模
- 图表：中国网上银行产业链结构
- 图表：2007-2014年中国网上银行交易额规模
- 图表：2011年中国个人网上银行交易规模市场份额
- 图表：2011年中国企业网上银行交易规模市场份额
- 图表：2011-2012年焦点科技股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年浙江网盛生意宝股份有限公司主营构成表

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/156172156172.html>