

2020年中国电商市场前景研究报告- 市场运营态势与发展战略评估

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年中国电商市场前景研究报告-市场运营态势与发展战略评估》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/498684498684.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

既要多实惠，也要多乐趣。根据报道消息，在邀著名主持人周涛助阵618后，拼多多在6月9日宣布又表示，即日起至6月20日，平台将再度加码百亿补贴的力度，联合平台上众多品牌与商家派发大额现金红包和消费券，继续用“不搞预售、不付定金、无须凑单”的简单无套路玩法。与此同时还表示，将联合湖南卫视在6月17日晚黄金档推出“618超拼夜”晚会；在晚会上，除了邀请众多明星现场带货，还有现金红包、9块9秒杀iPhone 11等福利活动。此外限时红包雨、6.18元秒杀、品类日抽免单等活动也将在拼多多618年中大促中陆续亮相。在平台的助力和推动下，预计消费者和品牌商将迎来一个又一个购物高峰。

据了解，2020年，拼多多618年中大促将由一个主会场和数十个品类分会场构成，每个会场都有秒杀、免单等活动。主要水果生鲜、数码家电、美妆个护、服装箱包等等生活所需用品。对此，拼多多联合创始人达达表示，今年618将在此前“五五购物节”的基础上，再度创新技术手段、加大补贴力度，不断提振后疫情时期的消费市场，继续助力线下实体的繁荣发展。

由于覆盖范围广、让利幅度大，拼多多百亿补贴受到了消费者热烈追捧，到目前现已成为各大电商平台竞相学习的对象。但与其他平台限时限量的补贴做法相比，拼多多是真金白银的真正补贴。根据拼多多2020年一季报显示，平台的销售与市场推广费用达72.97亿元，可见“百亿补贴”持续在线。

自进入2020年以来，受疫情影响，包括电商在内的各行各业都造成了严重影响。而作为史上参与平台最多、活动力度最大的年中购物节，今年的618从一开始就备受瞩目。这次618不仅是后疫情时代电商平台的“回血之战”，对于消费者来说，被压抑半年之久的消费意愿也将在这次618得到释放。到目前来看，几乎所有电商平台都发布了618专属活动，但活动玩法、优惠力度也各有不同。作为国内电商平台三大巨头，京东、天猫、苏宁在“618”的活动力度要领先于其他平台。

例如，在618期间，京东将提供超过2亿件五折商品，还有超千套房源低至5折起拍。天猫跨店每满300减40元不封顶，每天定时抢618超级红包可直接抵扣现金。苏宁则直接发起“J-10%”，部分品类商品价格比京东百亿补贴商品到手价至少再低10%。拼多多打出百亿补贴、十亿现金红包的口号，同时还将联合湖南卫视打造618晚会“超级惊喜夜”。小象优品618专场不仅设置了百亿补贴活动，还有满499减200大额优惠、888元嗨购金、12期免息分期等具有分期电商特色的福利活动。此外还有奢侈品电商寺库也推出了大力618返券活动；新人大礼包2000元，再加上满2000返300，满3000返600返券可叠加实用等福利活动。

“618”期间各电商活动、优惠情况

电商平台

补贴金额

主题活动

活动特点

活动时间

京东

百亿补贴

百亿补贴、千亿优惠、百项服务

提供超过2亿件的五折商品，还有超千套房源低至5折起拍、高管直播

5月21日-6月20日

天猫

140亿补贴

跨点每满300减40不封顶、超级红包、结算时间自动扣减

预售优惠模式、超级红包、明星带货、携手江苏卫视“618超级晚”晚会

5月25日-6月18日

苏宁

部分品类比京东百亿补贴商品到手价，至少再低10%

"J-10%"省钱计划、“千百万”爆款计划、“1V1”服务

-

-

拼多多

百亿补贴

十亿红包、20元无门槛券

联合湖南卫视打造618晚会“超级惊喜夜”、拼团特色的万人团

5月22日-6月20日

国美

-

限时5折、拼购DAY、套购满额返、红包雨

-

-

小象优品

百亿补贴

满499-200大额优惠、888嗨购金、半价秒杀

1000款尖货半价秒杀、大转盘iPhone11、12期免息分期购

6月8日-19日

寺库

-

618返券活动、新人大礼包2000元、满额优惠

折上折、在线鉴定、在线保养、免费2小时送达

6月1日-21日

网易严选

-

预付定金享预售折扣价、省钱卡、爆款3折

-

-资料来源：公开资料整理

对此，有业内人士分析认为，随着经济社会在后疫情时期快速复苏，消费需求的回升，各电商平台优惠力度的加大，一季度沉寂的电商竞争即将在此次618年中大促之际集中暴发。（WW）

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年中国电商市场前景研究报告-市场运营态势与发展战略评估》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年中国电商行业发展概述

第一节 电商行业发展情况概述

- 一、电商行业相关定义
- 二、电商行业基本情况介绍
- 三、电商行业发展特点分析

第二节 中国电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电商行业产业链条分析
- 三、中国电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电商行业生命周期分析

- 一、电商行业生命周期理论概述
- 二、电商行业所属的生命周期分析

第四节 电商行业经济指标分析

- 一、电商行业的赢利性分析
- 二、电商行业的经济周期分析
- 三、电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电商行业进入壁垒分析

- 一、电商行业资金壁垒分析
- 二、电商行业技术壁垒分析
- 三、电商行业人才壁垒分析
- 四、电商行业品牌壁垒分析
- 五、电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电商行业市场发展现状分析

第一节 全球电商行业发展历程回顾

第二节 全球电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电商行业地区市场分析

- 一、亚洲电商行业市场现状分析
- 二、亚洲电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电商行业市场前景分析

第四节 北美电商行业地区市场分析

- 一、北美电商行业市场现状分析
- 二、北美电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美电商行业市场前景分析

第五节 欧盟电商行业地区市场分析

一、欧盟电商行业市场现状分析

二、欧盟电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电商行业市场前景分析

第六节 全球电商行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界电商行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球电商行业市场规模预测

第三章 中国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 中国电商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 中国电商行业运行情况

第一节 中国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

三、行业发展特点分析

第二节 中国电商行业市场规模分析

第三节 中国电商行业供应情况分析

第四节 中国电商行业需求情况分析

第五节 中国电商行业供需平衡分析

第六节 中国电商行业发展趋势分析

第五章 中国电商所属行业运行数据监测

第一节 中国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 2017-2020年中国电商市场格局分析

第一节 中国电商行业竞争现状分析

一、中国电商行业竞争情况分析

二、中国电商行业主要品牌分析

第二节 中国电商行业集中度分析

一、中国电商行业市场集中度分析

二、中国电商行业企业集中度分析

第三节 中国电商行业存在的问题

第四节 中国电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国电商行业竞争力分析

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年中国电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国电商行业消费市场动态情况

第二节 中国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 电商行业成本分析

第四节 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 中国电商行业价格现状分析

第六节 中国电商行业平均价格走势预测

一、中国电商行业价格影响因素

二、中国电商行业平均价格走势预测

三、中国电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电商行业区域市场现状分析

第一节 中国电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电商市场规模分析
- 四、华东地区电商市场规模预测
- 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、华中地区电商市场规模分析
 - 四、华中地区电商市场规模预测
- 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、华南地区电商市场规模分析
 - 四、华南地区电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电商行业竞争情况

第一节 中国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 中国电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国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 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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国电商行业未来发展前景分析

一、电商行业国内投资环境分析

二、中国电商行业市场机会分析

三、中国电商行业投资增速预测

第二节 中国电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国电商行业市场发展预测

一、中国电商行业市场规模预测

二、中国电商行业市场规模增速预测

三、中国电商行业产值规模预测

四、中国电商行业产值增速预测

五、中国电商行业供需情况预测

第四节 中国电商行业盈利走势预测

一、中国电商行业毛利润同比增速预测

二、中国电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电商行业投资风险与营销分析

第一节 电商行业投资风险分析

一、电商行业政策风险分析

二、电商行业技术风险分析

三、电商行业竞争风险分析

四、电商行业其他风险分析

第二节 电商行业企业经营发展分析及建议

一、电商行业经营模式

二、电商行业销售模式

三、电商行业创新方向

第三节 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年中国电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国电商行业品牌战略分析

一、电商企业品牌的重要性

二、电商企业实施品牌战略的意义

三、电商企业品牌的现状分析

四、电商企业的品牌战略

五、电商品牌战略管理的策略

第二节 中国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年中国电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国电商行业定价策略分析

第三节 中国电商行业营销渠道策略

- 一、电商行业渠道选择策略
- 二、电商行业营销策略

第四节 中国电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电商行业重点投资区域分析
- 二、中国电商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/498684498684.html>