2018-2023年中国电商产业市场竞争现状调研与投资前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国电商产业市场竞争现状调研与投资前景趋势研究报告》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/301686301686.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

从 1998 年开始，以阿里巴巴 B2B、中国制造网等为代表的早一批跨境电商 B2B 网站诞生，这批网站主要为中小企业提供信息发布和撮合交易服务，建立买卖双方之间的桥梁，然而物流、支付等交易环节仍然在线下沟通解决。随后，以敦煌网、大龙网为代表的交易服务 B2B 企业诞生，以收取交易佣金作为主要的盈利模式。2013 年开始，B2B 企业所提供的服务向交易中后环节拓展，服务更加综合化、深入化，开始设计物流仓储、融资等多方面环节，根据阿里研究院的数据和我们的测算，2016 年出口 B2B 交易额达 4.59 万亿元，2013-2016 年 CAGR 为 22.85%，预计 2020 年出口 B2B 交易额将达到 6.84 万亿元，2017-2020 年的 CAGR 达 14.04%。

出口跨境电商主要模式

资料来源:观研天下数据中心整理

加快发展农村电子商务的对策

(一) 提高对农村电商的重视并加大政策扶持力度 农村电商这一商业模式，不仅改变了农民购物和销售的外在形式，更是对农村、农民几千年思想观念的革新。在加快城乡融合、农民增收、农村经济发展上都有着十分重要的推动作用。应提高重视，加大扶持力度。一方面，完善法律法规和相关政策，营造更有利于农村电商发展的外部环境。另一方面，地方政府要切实支持农村电商发展。各地方政府尤其是县级以下政府，要鼓励农民发展电商，为各大电商进村提供便利。加大对基层干部的培训，使其具备指导农村电商的能力，为农村电商保驾护航。

(二) 加强农村电商基础设施建设 电商平台要想得到快速发展，必须有相对完整的配套网络设施和足以支撑的物流配送网络。从目前来看，我国农村开展电子商务所需的基础设施建设欠账很多，必须加速推进农村电商基础设施建设。一方面，要大力推进农村的电话、互联网、有线电视的普及，并根据农村消费水平，制定符合农民消费能力的费用标准，降低农村电商成本。另一方面，要建立健全农村物流配送体系。同时，不断优化农村资源配置，进一步降低农村物流成本，探索适宜农村市场的第三方物流。通过物流配送体系建设，使农民不仅能够构想电子商务，也能够真正开展电子商务。

(三) 加强农民电商的教育培训 农村电商发展中农民素质达不到要求已成为突出的短板，不仅思想观念与发展农村电商不相符，真正懂技术、懂营销、会用网络平台的农民也不多，这也使得农民不会用、不敢用、不愿用电商平台。因此，要加强农民电商的教育培训。政府应组织技术人员下乡进行现场培训，使更多的农民认识网络、认识电商，知道

网络与电商可以给他们带来什么好处，从而让农民真正接受电商的理念。这种培训应该是免费的，而且要经常性开展。同时，政府与各大电商共同合作，对有意开网店、从事电子商务的农民进行免费的、有针对性的培训，重点是通过培训让他们成为合格的电商从业人员。比如要掌握网上信息搜索、网上交易、网上结算等知识。如此一来，让那些想从事电商的农民能够成为一名产业从业人员，并通过他们的带动，让越来越多的农民加入进来，逐步营造浓厚的农村电商发展氛围。

（四）大力推进农业产品标准化与品牌化 在当前我国农业生产分散种植、小批量生产现状难以改变的情况下，应重点发挥农业生产合作社和各类公司+农户组织的作用，推进农产品的标准化。这需要政府与市场共同合力解决，比如，在农村电商相对发达的地区，在政府的引导下，由当地技术部门和市场上比较有实力的电商共同制定产品的生产、加工、包装等标准，形成同一产地较为相同的上市交易标准，方便消费者识别。同时，要大力引导农村电商推行品牌化营销，避免同质化价格战。比如，推广网上销售农产品质量追溯制度、农村电商诚信制度，加强对一地电商平台销售产品的监管，逐步打造具有竞争力、知名度的电商品牌，为农村电商的健康可持续发展奠定基础。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国电商产业市场竞争现状调研与投资前景趋势研究报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 电商行业相关概况

第一节 电商行业概念

一、电商行业定义

1、狭义电商定义

2、广义电商定义

二、电商盈利模式分析

- 1、网上目录盈利模式
- 2、数字内容盈利模式
- 3、广告支持盈利模式
- 4、广告—订阅混合盈利模式
- 5、交易费用盈利模式
- 6、服务费用盈利模式

三、电商行业应用模式

- 1、企业——企业应用系统(B to B)
- 2、企业——消费者的应用系统(B to C)
- 3、企业——政府的应用系统(B to G)
- 4、消费者——消费者的应用系统(C to C)
- 5、商家——职业经理人的应用系统 (B to M)

第二节 电商行业发展周期分析

- 一、电商行业周期理论
- 二、电商行业周期分析

第三节 电商行业产业链分析

- 一、电商行业产业链总体分析
- 二、上游原料供应市场分析
- 三、下游产品需求市场分析

第二章 2015-2017年中国电商行业背景分析

第一节 2015-2017年中国宏观经济背景

- 一、2015-2017年中国国民生产总值
- 二、2015-2017年中国工业发展形势
- 三、2015-2017年中国固定资产投资
- 四、2015-2017年中国消费价格指数
- 五、2015-2017年中国居民收入情况
- 六、2015-2017年中国进出口贸易情况

第二节 2015-2017年中国政策环境背景

- 一、2015-2017年中国电商行业监管部门
- 二、2015-2017年中国电商行业监管体制
- 三、2015-2017年中国电商行业主要法律法规及相关产业政策

第三节 2015-2017年中国社会环境背景

- 一、2015-2017年中国人口环境

- 二、2015-2017年中国教育环境
- 三、2015-2017年中国文化环境
- 四、2015-2017年中国生态环境

第三章 2015-2017年国外电商行业发展现状分析

第一节 2015-2017年国外电商行业市场运行综述

- 一、2015-2017年国外电商行业市场规模分析
- 二、2015-2017年国外电商行业优劣势分析

第二节 2015-2017年国外电商行业主要国家市场分析

- 一、美国市场
- 二、英国市场
- 三、日本市场

第三节 2017年值得突击的七大海外市场

- 一、中东和北非市场（MENA）：正在崛起的游戏黑马
- 二、俄罗斯市场：最值得去开拓电商疆土
- 三、巴西（南美）市场：超高的付费转换率
- 四、非洲市场：下个最大手机市场，规模将会超过印度和中国
- 五、印尼市场：足够的先发优势，即将赶超日本
- 六、泰国越南市场：特色经济需要社交产品去创造新天地
- 七、印度市场：选对产品，你就是BAT

第四章 2015-2017年中国电商行业市场发展分析

第一节 2015-2017年中国市场发展现状

- 一、2015-2017年中国市场发展概况
- 二、2015-2017年中国电商行业发展历程
- 三、2015-2017年中国电商行业特点
 - 1、交易电子化
 - 2、贸易全球化
 - 3、运作高效化
 - 4、交易透明化
 - 5、操作方便化

四、中国最成功的八大电商发展模式

- 1、遂昌模式
- 2、通榆模式”
- 3、“货通天下农商产业联盟”模式

- 4、沙集模式
- 5、清河模式
- 6、武功模式
- 7、成县模式
- 8、“赶街”模式

第二节 2015-2017年中国电商行业市场规模发展分析

- 一、2015-2017年中国电商行业市场规模分析
- 二、2015-2017年中国电商行业市场规模增速分析
- 三、2015-2017年中国电商行业包裹数量分析

第五章 2015-2017年中国跨境电商分析

第一节 跨境电商概述

- 一、跨境电商概念描述
- 二、2013年是跨境电商元年

第二节 2015-2017年中国跨境电商的特征

- 一、多边化
- 二、直接化
- 三、小批量
- 四、高频次

第三节 2015-2017年中国跨境电商物流概述

- 一、中国跨境电商物流发展历程
- 二、跨境电商为中国贸易增长增加了新的增长点。
- 三、中国跨境电商的物流困境
 - 1、物流成本高
 - 2、运输及配送周期长
 - 3、政治、文化、法律、海关等风险
 - 4、汇率风险
 - 5、退换货物流难以实现
- 四、中国跨境电商的物流对策及建议
 - 1、海外仓可以大幅降低物流成本
 - 2、海外仓利于缩短运输及配送周期
 - 3、海外仓能够规避汇率、政治、文化等风险
 - 4、海外仓可以实现退换货

第六章 2015-2017年中国农村电商发展困境及对策分析

第一节 2015-2017年中国农村电商的发展现状

- 一、农村电商具有广阔的发展前景
- 二、各大电商高调布局
- 三、农村电商推进程度还十分有限

第二节 当前我国农村电商的有益尝试

- 一、邮掌柜模式
- 二、淘宝村模式
- 三、其他模式

第三节 当前农村电子商务发展面临的问题

- 一、发展农村电子商务存在观念误区
- 二、缺乏发展农村电商所需的人才
- 三、现有的物流体系不足以支撑农村电商
- 四、农产品品牌化程度低

第四节 加快发展农村电子商务的对策

- 一、提高对农村电商的重视并加大政策扶持力度
- 二、加强农村电商基础设施建设
- 三、加强农民电商的教育培训
- 四、大力推进农业产品标准化与品牌化

第七章 2015-2017年电商行业竞争格局分析

第一节 2015-2017年电商行业竞争结构分析

- 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 2015-2017年电商行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2015-2017年电商行业国际竞争力比较

- 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

第四节 2015-2017年电商行业竞争格局分析

- 一、手机网民用户持续提升，移动端购物占比迅速增长
- 二、电商中心化明显，寡头掌控主要入口
- 三、国内主要企业动向分析
- 四、典型产品营销案例分析

第八章 电商行业内主要企业分析

第一节 阿里巴巴

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 京东

- 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 苏宁

- 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 唯品会

- 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 聚美优品

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第九章 2018-2023年电商行业发展预测分析

第一节 2018-2023年电商行业市场规模预测

一、2018-2023年中国电商行业市场规模预测

二、2018-2023年中国跨境电商市场规模预测

第二节 2018-2023年产品销售额预测

第三节 2018-2023年中国电商行业发展趋势分析

一、“新零售”会成为电商的替代词

二、网红电商洗牌，有核心竞争力的网红留下

三、跨境电商会全面开花，迎来绽放式发展

四、农村电商迎来优胜劣汰的升级

五、社群电商真正成型

第十章 2018-2023年中国电商企业的国际化发展战略

第一节 中国电商企业国际化现状与缺陷

一、缺乏统一的国际化战略

二、缺少海外业务的风险管控机制

三、缺乏海外文化融合与国际化人才略

第二节 中国电商企业国际化营销低效的成因

一、缺少国际化战略思维

二、符合多厂商古诺模型

三、缺乏社会责任感

第三节 中国电商企业未来的国际化战略与策略

一、树立国际化视野，提升全球战略布局能力

二、强化电商成本管理，促进转型升级

三、加强消费者研究，构建全产业链的产业联盟

四、规范国家行政法规，强化行业协会监督和国际市场自律

五、发展混合所有制，规范国有电商企业的公司治理

六、转变经营观念，优化海外市场的考核指导

七、强化资本运营，推动电商企业走出去

八、因势利导，建立对外产业投资基金

图表详见正文（FSWYC）

特别说明：观研天下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/301686301686.html>