

2018-2023年中国电商产业市场发展现状调查与投资方向评估分析报告

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《2018-2023年中国电商产业市场发展现状调查与投资方向评估分析报告》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/301688301688.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

2017年“双十一” 蓝U 鹌 虾 噎 噪 罍 埭 頰 悒 璵 綉

物节被提出以来，电商行业发展也伴随着消费狂欢一路高歌猛进。然而看似震撼的电商数字背后，却潜藏着互联网与实体商业之间越发激烈的矛盾。

阿里巴巴董事会主席马云在2016年提出“新零售”概念，认为线上线下融合是未来商业发展的核心方向。一方面，阿里巴巴积极布局智能实体产业，如盒马鲜生、淘咖啡等无人值守店铺，旨在以互联网的方式，解决实体商业低效率的问题。另一方面，电商企业围绕2017双十一，无论从营销主题上，还是互动玩法上，都在谋求与线下融合，通过新技术的应用，如AR，人工智能等，带着实体商业“一起玩”，这让被冲击多年的线下实体商业看到了曙光。

国美在双十一前发布了其零售新概念，提出聚焦家生活、线上线下融合的新零售战略，主打线上线下同品牌、同质、同价、同服务。天猫、京东、苏宁在双十一前也纷纷亮相自家的双十一计划。从之前公布的玩法来看，天猫共整合国内外超过百万家线下商家与线上进行打通，银泰购物中心成为其实体主会场。京东也在线下布局160家京东之家和京东专卖店、超过5000家京东家电专卖店和母婴体验店，以及与京东合作的数十万家便利店。

新零售的特征

资料来源：观研天下数据中心整理

除开今年的“双十一” 璿 公 鯢 鯿 猓 袍 愠 輶 崇 膏 揆 業 稭

配一体化的比例提升,电商的物流体验效果提升;2、品牌化消费趋势较为显著,品牌消费占据主流,淘品牌暂落下风;3、线上线下融合趋势加速,苏宁易购、优衣库、茵曼等开启双线促销模式等,且带动线下门店大幅增长。

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发展现状调查与投资方向评估分析报告》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 2015-2017年电商行业相关概况

第一节 电商行业概念

一、电商的定义及优势

1、电商的定义

2、电商的特征

(1) 全球性

(2) 无形性

(3) 匿名性

(4) 即时性

(5) 无纸化

2、电商的优势

(1) 广泛的产品和服务

(2) 便捷化

(3) 成本低

(4) 效率高

(5) 信息充足

二、电商行业的分类

1、渠道电商分类

2、品牌电商分类

3、服务电商分类

4、个体户电商分类

第二节 电商行业发展周期

一、电商行业周期理论

二、电商行业周期分析

第三节 电商产业链分析

一、B2C产业链

二、C2C产业链

三、B2B2C产业链

第二章2015-2017年电商行业发展背景

第一节 2017宏观经济背景

- 一、国民生产总值
- 二、工业发展形势
- 三、固定资产投资
- 四、消费价格指数
- 五、居民收入情况
- 六、进出口贸易情况

第二节 电商行业政策环境分析

- 一、行业监管部门
- 二、行业监管体制
- 三、行业主要法律法规及相关产业政策

第三节 电商行业社会环境分析

- 一、人口环境
- 二、教育环境
- 三、文化环境
- 四、消费者习惯

第四节 电商行业技术环境分析

- 一、网络技术
- 二、Web浏览技术
- 三、安全技术
- 四、数据库技术
- 五、电子支付技术

第三章2015-2017年国外行业发展现状

第一节 全球电商市场运行综述

- 一、全球电子商务发展特点
 - 1、市场规模不断扩大
 - 2、地区差距逐渐缩小
 - 3、企业并购趋于频繁
- 二、全球电商制度建设情况
 - 1、加强规划引导，保障各方权益
 - 2、统筹线上线下，维护公平竞争
 - 3、构建国际规则，争取本国权益

第二节 国外主要地区和国家市场分析

- 一、美国
 - 1、美国电商行业发展概况

2、美国电商行业市场规模

3、美国电商行业前景分析

二、英国

1、欧洲电商行业发展概况

2、欧洲电商行业市场规模

3、欧洲电商行业前景分析

三、新加坡

1、新加坡电商行业发展概况

2、新加坡电商行业市场规模

3、新加坡电商行业前景分析

四、日本

1、新加坡电商行业发展概况

2、新加坡电商行业市场规模

3、新加坡电商行业前景分析

第四章2015-2017年我国电商行业市场发展分析

第一节 我国电商行业市场发展现状

一、电商行业发展历程

1、萌芽期

2、雏形期

3、回暖期

4、稳定期

5、群雄期

6、鼎盛期

二、电商行业市场发展现状

1、电商的规模不断扩大

2、产业支撑不断改进

3、服务业电商快速发

4、线上线下融合步伐加快

5、新业态新模式层出不穷

6、农村电商蒸蒸日上

7、跨境电商如火如荼

8、B2B电商迎来新机遇

三、我国电商“新零售”模式的应用

1、“新零售”的内涵本质及其必要性意义

- 2、“新零售”的多方面发展成因分析
- 3、电商与“新零售”结合的必要性及现状问题
- 4、“新零售”与电商未来关系展望与策略

四、电商行业发展中存在的问题及策略分析

- 1、电商行业存在的问题
 - (1) 区域发展不平衡
 - (2) 中小企业电子商务发展仍显滞后
 - (3) 信用体系建设不完善
 - (4) 虚拟市场监管不力
- 2、电商行业策略分析
 - (1) 完善电子商务法律体系
 - (2) 提高电子商务的网络安全性
 - (3) 大力培养电子商务专业人才

第二节 我国跨境电商行业发展综述

一、跨境电子商务发展历程

- 1、电商1.0阶段（1999-2003年）
- 2、电商2.0阶段（2004-2013年）
- 3、电商3.0阶段（2015年至今）

二、跨境电商的发展现状

- 1、跨境电商的市场规模变化
- 2、政策的支持
- 3、国内自贸区的平台优势
- 4、跨境电商试点城市的开展

三、跨境电商面临的瓶颈

- 1、跨境电子商务法律体系不健全
- 2、在线支付和结汇问题
- 3、物流是制约外贸发展的重要短板
- 4、缺乏与之相适应的国际营销

四、跨境电商的发展措施

- 1、建立本地物流
- 2、完善支付系统
- 3、优化服务平台
- 4、增加专业工作人员

第三节 我国生鲜电商发展综述

一、我国生鲜电商的发展现状

1、生鲜电商参与者类型和平台类型

2、生鲜电商市场规模

二、生鲜电商特点

1、产品方面

2、用户方面

3、物流方面

三、生鲜电商存在的问题

1、客户体验程度较低

2、客单成本过高

3、客户群体不足

四、生鲜电商发展措施

1、提高冷链质量,保证客户体验度

2、转变运营模式,重新定位客户

3、提高产品吸引力,增加客户群体

4、开展共同配送

5、发展线上线下结合的模式

6、通过价格策略引导物流走向

第五章2015-2017年电商行业竞争格局分析

第一节 电商行业五力模型分析

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 电商行业竞争格局分析

一、市场集中度分析

二、市场结构格局分析

三、四大电商平台比较

1、淘宝系

2、京东商城

3、苏宁易购

4、腾讯系

第六章2015-2017年电商行业内主要企业分析

第一节 阿里巴巴（中国）有限公司

- 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 北京京东世纪贸易有限公司

- 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 北京三快在线科技有限公司

- 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 上海携程商务有限公司

- 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 江苏苏宁易购电子商务有限公司

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

第六节 唯品会（中国）有限公司

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

第七章2017-2022年电商行业发展预测分析

第一节 电商行业业市场规模预测

1、行业整体市场规模预测

2、跨境电商市场规模预测

3、生鲜电商市场规模预测

第二节 电商行业发展趋势分析

1、线上线下深度融合，电子商务转变为新型服务资源

2、网络零售提质升级，电子商务发展呈现多元化趋势

3、“丝路电商”蓄势待发，电子商务加快国际化步伐

4、治理环境不断优化，电子商务加快规范化发展。

第三节 我国电商物流趋势分析

1、信息化

2、自动化

3、网络化

4、智能化

第八章2017-2022年电商行业投资策略分析

第一节 电商行业发展战略研究

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

第二节 电商行业风险分析

一、政策风险

二、市场风险

三、管理风险

四、其他风险

第九章2017-2022年电商行业投资建议

第一节 区域投资建议

一、跨境电商

二、生鲜电商

三、其他电商

第二节 总体投资分析与建议

- 一、电商行业进入壁垒情况
- 二、电商交易平台模式的选择

图表详见正文（LPYC）

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/301688301688.html>