

2018-2024年中国商务交易行业市场运营现状调查 及投资商机分析预测报告

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《2018-2024年中国商务交易行业市场运营现状调查及投资商机分析预测报告》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/jinrongyinhang/311749311749.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

受全球经济增长迟缓的影响,2012年中国电子商务市场整体增速有所回落,2012年中国电子商务市场交易规模达8.1万亿元,增长26.6%,与2011年33.3%的增速相比,下降了6.7个百分点,见图10。2013年第二季度中国电子商务市场交易规模达2.5万亿元,增速稳定。中国电商整体步入成熟发展期,未来发展速度波动较小。

从市场结构来看,网络购物突破万亿元大关,2013年第二季度占比为17.7%,较2012年的16%上升了1.7个百分点。在线旅游份额保持稳定,而B2B占比从2012年的28.3%下降到2013年第二季度的27.2%,下降1.1个百分点。

图：2008~2016年中国电子商务市场交易规模 资料来源：观研天下整理
图：2012年第一季度至2013年第二季度中国电子商务市场交易规模 资料来源：观研天下整理

1、网络购物

13年6月底,我国网络购物网民规模约达到2.71亿人,网络购物使用率提升至45.9%。2012年12月,我国网络购物用户规模达到2.42亿人。

图：2013年第二季度年中国电子商务市场交易规模细分行业构成
资料来源:公开资料整理

网络购物使用率为42.9%。与2012年12月底相比,2013年上半年网民增长2889万人,半年增长率为11.9%。手机网络购物成为拉动网络购物用户增长的重要力量,2012年手机网购用户年增长136.5%,达到5550万人。

图：2012.12~2013.6中国网络购物网民数及网民使用率
资料来源:公开资料整理

2012年中国网络购物交易规模突破10000亿元大关,达到13040.0亿元,较上年增长66.2%,在社会消费品零售总额中的占比达到6.2%。2013年第二季度网络购物交易规模将突破4300亿元,增速回升,见图15。从网购结构来看,B2C占比达到29.7%,呈持续增长趋势;竞争态势方面,含平台式B2C市场中天猫保持领先,以自主销售为主的B2C市场中京东优势明显。

图：2008~2016中国网络购物市场交易规模 注:网络购物市场交易规模是以实物产品销售为主营业务的平台电商与自主销售式电商GMV之和,包括实际成交的实物和虚拟产品GMV、营业税(或增值税)及未支付和退货等未成交订单GMV。

资料来源：观研天下整理

2、团购

截至2013年6月底,我国团购网民数约为1.01亿人,使用率提升至17.1%,较2012年底提升2.3个百分点。与2012年12月底相比,团购网民规模增长了21.2%,依然保持着相对较高的增长率,见图16。团购行业从2011年的掠夺式扩张,到2012年的大范围洗牌,再到现在的低调渗透,逐渐调整着自己的商业模式,并向产品端回归。

3、网上支付

截至2013年6月底,我国使用网上支付的网民规模约达2.44亿人,使用率提升至41.4%。与2012年12月底相比,网民规模增长2373万,增长率为10.8%,见图17。

图：2012年第一季度至2013年第二季度中国网络购物市场交易规模

注:网络购物市场交易规模是以实物产品销售为主营业务的平台电商与自主销售式电商GMV之和,包括实际成交的实物和虚拟产品GMV、营业税(或增值税)及未支付和退货等未成交订单GMV。

资料来源:公开资料整理

图：2012.12~2013.6中国团购网民数及网民使用率

图：2012.12~2013.6中国网上支付网民数及网民使用率 资料来源:公开资料整理

2012年,中国第三方支付市场交易规模高达12.9万亿元,同比增长53.6%。预计到2016年,整体市场交易规模将突破50万亿元,见图18。2013上半年,我国第三方支付企业交易规模(线上、线下交易规模总和)达到6.91万亿元。

图：2009~2016中国第三方支付市场交易规模 注:(1)中国第三方支付市场交易规模统计了非金融支付机构规模以上企业互联网支付业务、银行卡收单、移动支付、电话支付、预付卡发行与受理等业务的交易规模的总和。

(2)根据最新掌握的市场情况,对历史数据进行修正。

资料来源：观研天下整理

2012年,整体支付市场中,银联商务以60%的市场份额领先于各支付企业,行业综合排名第一;支付宝以其互联网领域的绝对优势紧随其后,以14.4%的市场份额位居第二;杉德支付、财会通、通联支付分别占据行业综合排名第三至第五位。

图：2012年中国第三方支付核心企业交易规模

注:(1)中国第三方支付市场交易规模统计了非金融支付机构规模以上企业互联网支付业务、银行卡收单、移动支付、电话支付、预付卡发行与受理等业务的交易规模的总和;

(2)根据最新掌握的市场情况,对历史数据进行修正。

(3)2012年中国第三方支付市场整体交易规模为12.9万亿元。

资料来源：观研天下整理

4、旅行预订

截至2013年6月底,在网上预订过机票、酒店、火车票和旅行行程的网民规模约达1.33亿人,占网民比例为22.4%,见图20。其中,16.8%的中国网民在网上预订火车票,与2012年12月底相比,使用率增长2.8个百分点;9.1%的网民在网上预订机票,7.6%的网民在网上预订酒店,5.3%的网民在网上预订旅行行程,这三者与2012年底的统计数据基本持平。

2012年中国在线旅游市场交易规模为1729.7亿元,较2011年的1313.9亿元增长31.6%,见图21。从季度数据来看,2013年第二季度在线旅游交易规模为509亿元,同比增长29%,环比增长4.1%。

图：2012.12~2013.6中国网络旅行预订网民数及使用率

图：2009~2016中国在线旅游市场交易规模

注:在线旅游市场交易规模指在线旅游服务提供商通过在线或者CallCenter预订并交易的机票、酒店、度假等旅行产品的价值总额。包括供应商的网络直销和第三方在线代理商的网络分销。

资料来源：观研天下整理

截至2013年第二季度,中国在线旅游市场营业收入份额显示,携程以48%的占比位于绝对领先地位,艺龙、同程网、号码百事通分别以9.1%、6.5%和3.7%的市场份额处于第二阵营,腾邦国际、芒果网等位于其后。

图：2012年第一季度至2013年第二季度中国在线旅游市场交易规模

注:在线旅游市场

交易规模指在线旅游服务提供商通过在线或者CallCenter预订并交易的机票、酒店、度假等旅行产品的价值总额。包括供应商的网络直销和第三方在线代理商的网络分销。

资料来源：观研天下整理图：2013年第二季度中国旅行预订市场第三方在线代理商营收份

额 注:营收规模指第三方在线代理商佣金营收规模总和;考虑到目前用户电话预订比例较高,故营收规模包括电话预订的营收,并包含号码百事通、12580等电信旗下企业相应的营收。

资料来源：观研天下整理

观研天下发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 B2B电子商务相关概述

第一节 B2B电子商务介绍

一、B2B电子商务的定义

二、B2B的发展阶段

节 B2B的意义

第三节 B2B的两种模式

一、行业B2B

二、区域B2B

第二章 2017年世界B2B电子商务产业运行状况分析

第一节 2017年世界B2B电子商务产业发展综述

一、世界B2B电子商务产业运行特点分析

二、世界B2B电子商务平台分析

三、世界B2B电子商务竞争格局分析

四、国内外B2B电子商务现状与差异

第二节 2017年世界主要国家B2B电子商务产业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、加拿大

第三节 2018-2024年世界B2B电子商务产业发展趋势分析

第三章 2017年我国B2B电子商务产业运行环境分析

第一节 2017年我国宏观经济环境分析

- 一、我国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017年我国B2B电子商务产业政策环境分析

- 一、电子商务立法的核心部分
- 二、我国电子商务立法的问题及策略
- 三、电子商务行业的具体政策法规

第三节 2017年我国B2B电子商务产业社会环境分析

- 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

第四章 2017年我国B2B电子商务产业运行形势分析

第一节 2017年国内外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

第二节 2017年我国B2B电子商务主要营销策略分析

第三节 亚洲流派的B2B平台比较

第四节 2017年我国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、我国B2B电子商务模式发展策略分析
- 四、B2B电子商务网站的优化策略
- 五、B2B企业成功运营的准则
- 六、我国B2B电子商务深陷诚信困扰

第五章 2017年我国B2B电子商务行业市场运行态势分析

第一节 2017年我国B2B电子商务市场的发展

- 一、我国B2B电子商务市场回顾

二、2017年首季我国B2B电子商务市场发展概况

三、2017年传统企业纷纷涉水B2B电子商务市场

第二节 2017年我国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电子商务渠道竞争分析

三、我国B2B市场主要企业竞争状况

四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

五、2017年国内B2B电子商务市场竞争升级

第六章 2017年我国网上支付市场运行动态分析

第一节 2017年我国网上支付发展概述

一、网上支付需满足的需求

二、实现网上支付的必要条件

三、网上支付系统典型流程

第二节 2017年我国网上支付用户的调研情况

一、网民在网络支付中的态度及分布

二、网民了解网上支付的渠道及方式

三、网民未来网上支付计划

第三节 2017年我国网络购物市场网上支付分析

一、2017年我国网络购物市场分析

二、电子支付是网络购物的主要支付方式

第四节 2017年我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 2017年我国网上银行分析

一、我国网上银行产业链结构

二、我国网上银行的发展现状

三、我国网上银行的特点

四、我国网上银行存在的问题及发展策略

五、未来我国网上银行用户规模预测

第七章 2017年我国电子商务其他经营模式运行态势分析

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、B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 四、我国B2C电子商务迎来快速发展期
- 五、2017年我国电子商务B2C市场发展分析
- 六、B2C电子商务经营状况分析
- 七、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、C2C电子商务模式发展环境及特征解析
- 三、我国C2C电子商务发展概况
- 四、2017年我国电子商务C2C市场发展状况
- 五、我国主要C2C企业经营状况分析
- 六、我国C2C电子商务存在的问题
- 七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力
- 八、我国C2C电子商务市场发展趋势解析

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延伸内涵逐渐在我国兴起
- 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

第八章 2017年我国重点电子商务企业竞争力分析

第一节 环球资源

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

第二节 亚马逊公司

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

第三节 阿里巴巴

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节我国制造网

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九章 2017年我国电子商务在不同行业的应用走势分析

第一节农业电子商务

- 一、农业电子商务主要运行模式分析
- 二、我国农业电子商务的应用与发展分析
- 三、农业电子商务期待建立第三方平台
- 四、发展农业电子商务的举措
- 五、我国农业电子商务发展潜力巨大

第二节零售业电子商务

- 一、电子商务给零售业带来的影响
- 二、零售行业涉足B2C电子商务的机遇和挑战
- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐
- 五、我国零售业应用电子商务的主要障碍
- 六、我国零售业电子商务发展的策略

第三节医药电子商务

- 一、我国医药行业电子商务应用状况
- 二、我国主要医药电子商务企业收入来源分析
- 三、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势
- 四、我国医药电子商务发展落后
- 五、医药电子商务发展面临的问题
- 六、实施医药电子商务的注意事项
- 七、医药行业发展电子商务机遇良好
- 八、我国医药行业引入电子商务是必然趋势

第四节汽车零部件业电子商务

- 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处

- 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析
- 三、我国汽车零部件电子商务应用状况
- 四、我国汽车零部件业需要发展电子商务
- 五、国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策
- 六、汽车零部件企业发展电子商务的策略

第五节 旅游业的电子商务

- 一、电子商务渐成熟旅游业需创新争夺市场
- 二、我国旅游业电子商务存在的问题
- 三、推动我国旅游业电子商务发展的策略

第六节 物流业电子商务

- 一、电子商务与现代物流的关系
- 二、我国电子商务物流业总体概况
- 三、电子商务企业物流管理中的技术应用
- 四、我国电子商务物流业发展中的问题
- 五、电子商务时代对现代物流的要求及解决策略
- 六、电子商务物流业的发展趋势

第十章 2018-2024年我国B2B电子商务市场投资机会与风险分析

第一节 2018-2024年我国B2B电子商务市场投资环境分析

第二节 2018-2024年我国B2B电子商务市场投资机会分析

- 一、投资吸引力分析
- 二、投资潜力分析

第三节 2018-2024年我国B2B电子商务市场投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策风险
- 三、进入退出风险
- 四、技术风险

第四节 专家

第十一章 2018-2024年我国B2B电子商务产业发展趋势预测分析

第一节 2018-2024年我国电子商务产业运行分析

- 一、我国电子商务总体发展趋势解析
- 二、我国专业电子商务网站的发展趋势
- 三、电子商务+SaaS的发展空间广阔

第二节 2018-2024年我国B2B电子商务市场前景预测分析

一、B2B电子商务市场规模预测

二、B2B电子商务市场竞争格局预测分析

第三节 2018-2024年我国B2B电子商务市场盈利预测分析

图表：2015-2017年我国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年我国三产业增加值结构图

图表：2015-2017年我国CPI、PPI月度走势图

图表：2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2017年我国城乡居民人均收入增长对比图

图表：2015-2017年我国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2015-2017年我国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015-2017年我国工业增加值增长趋势图

图表：2015-2017年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2015-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2015-2017年我国财政收入支出走势图

图表：2015-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表：2017年人民币汇率中间价对照表

图表：2015-2017年我国货币供应量统计表单位：亿元

图表：2015-2017年我国货币供应量的增速走势图

图表：2015-2017年我国外汇储备走势图

图表：2015-2017年我国外汇储备及增速变化图

图表：2017年我国人民币利率调整表

图表：2015-2017年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

更多图表详见正文（GYGSLJP）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/311749311749.html>