

2018年中国电子商务市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国电子商务市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/352674352674.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

电子商务的快速发展源于 20 世纪 90 年代，经过二十多年的快速发展，电子商务行业走过了从电子商务技术、电子商务服务到电子商务经济的发展道路，经历了从具体的技术应用发展到相关产业的形成，并通过创新与协同发展融入国民经济的各个组成部分的发展历程。当前，电子商务经济已经形成了从商品交易、资金传输、商务活动、供应链体系建设，到商业发展、产业链体系和产业集群形成的发展模式。

在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流。近年来，在国家相关政策的有利推动下，《互联网行业“十二五”发展规划》、《电子商务“十三五”发展规划》相继发布、“宽带中国”战略深入贯彻落实，“互联网+”行动积极推进。随着法律制度体系的日益健全、行业利好政策的颁布实施和网络通信设施的大力投入，我国电子商务领域迎来了有史以来快速发展的最佳时机。

2017年，中国电子商务持续快速发展，呈现出融合化、全球化、数字化及智能化的融合发展态势。中国稳居全球规模最大、最具活力的电子商务市场地位。2017年，以无人门店、社区超市、生鲜超市等为代表线下零售迅速成为重要的零售新业态。在市场需求不断转变、科技创新突破的背景下，零售业线上线下进一步融合交叉，大数据推动零售业务发展。

2013-2017年中国电子商务交易总额（单位：万亿元）资料来源：公开资料整理

随着互联网与电子商务技术的快速发展，网购已成为人们日常生活的重要部分。不同国家和地区在网购消费意愿、在线购物品类、网购行为特点等方面都与其文化、风俗习惯、消费习惯、收入等密切相关。

不同地区的在线购物意愿冷热不均，韩国在线消费意愿最强，其次是英国、丹麦和中国。跨境购物在部分地区成为流行趋势，新加坡(89%)、澳大利亚(86%)和香港(85%)是跨境网购消费者占比最多的国家和地区，尤其是韩国、中国和印度跨境网购市场潜力巨大。

人们在线购买的商品种类因地区不同而有所差异，但排名靠前的几项基本相同。从网购品类看，电子产品、时装、服务类产品、书籍和票务是最受网购消费者喜爱的商品，而购买方便的家庭用品和日用百货则网购率较低。

另外，消费者使用移动设备网购的比率越来越高。33%的消费者使用移动设备作为完成交易的首选。网购产生忠诚度，品牌一旦进入在线购物清单，消费者多半会再次选择。消费者在电商渠道的单次花费通常比线下多。

观研天下发布的《2018年中国电子商务市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。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。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。（LP）

第一部分 行业发展分析

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

一、世界电子商务的发展历程

二、欧美国家电子商务飞速发展的动因

三、欧盟地区电子商务发展分析

四、拉美欧盟地区电子商务发展迅猛

五、2018年全球电子商务发展分析

第二节 美国

一、美国零售电子商务总额

二、美国旅行电子商务支出

三、美国移动电子商务零售总额增长分析

四、美国电子商务竞争程度分析

第三节 英国

一、英国电子商务全球领先

二、英国人网购开支为全球最高

三、网购热带动英国零售业增长

四、英国移动电子商务发展迅速

第四节 其他国家

一、新加坡政府力促电子商务发展

二、法国电子商务发展迅猛

三、韩国电子商务的发展回顾

四、日本电子商务市场分析

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、我国电子商务发展现状

三、我国电子商务发展存在的问题

四、我国电子商务未来发展走向

第二节 中国电子商务行业发展现状

一、中国电子商务发展分析

二、电子商务步入标准化时代

三、电子商务发展趋势前瞻

第三节 企业应用电子商务分析

一、电子商务提升企业竞争力

二、国内企业电子商务发展战略

三、传统企业开展电子商务前景分析

第四节 中小企业电子商务的应用

一、电子商务给中小企业带来的收益

二、中小企业电子商务服务模式的构建

三、国内中小企业电子商务应用分析

第五节 电子商务行业的盈利分析

一、中国电子商务的基本盈利模式

二、影响电子商务盈利模式成功的因素

三、中国电子商务盈利难题

四、电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势

第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略

一、中国电子商务行业发展隐忧

二、电子商务线上线下的渠道融合策略

三、“十三五”期间制约我国电子商务发展的关键因素

四、“十三五”期间我国电子商务发展方向与策略

第四章 中国电子商务市场分析

第一节 中国电子商务市场概况

一、中国电子商务市场数据监测

二、中国网络购物市场数据监测

(一) 市场规模

(二) 网购结构

(三) 市场格局

(四) 竞争态势

(五) 品类分布

三、电子商务行业发展预测

四、电子商务行业投资决策研究观点

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 中国网民电子商务用户研究

一、中国网民总体规模

二、中国手机网民规模

三、中国分省网民规模

四、中国农村网民规模

五、网络购物用户消费调查

第五节 电子商务市场竞争状况

一、电子商务竞争特征

二、电子商务竞争市场格局

三、电商争当优质品牌孵化器

四、我国电子商务巨头发展情况分析

五、电商大战升级在所难免

六、电子商务新一轮洗牌或将开始

七、垂直电商的战国争霸

八、电商已从价格竞争转向产业链竞争

第六节 中国主要地区电子商务发展概况

一、浙江省电子商务产业十三五发展规划

二、上海市电子商务交易额

三、重庆电子商务产业分析

四、杭州市电子商务产业增加值

五、河北省电子商务交易额

六、青岛市电子商务交易额

七、深圳市电子商务交易额

八、北京起草电子商务发展意见

九、广州通过《关于加快电子商务发展的实施方案》

十、广东放宽电子商务企业市场准入

十一、河北省电子商务“十百千”助推产业升级

第七节 中国农村地区电子商务发展分析

一、潜在机会

二、市场增量巨大

三、积极布局

四、广铺物流以点带面发展

五、政策刺激

六、困难待解

第二部分 细分市场分析

第五章 B2B电子商务模式

第一节 中国B2B电子商务发展概况

一、B2B电子商务的定义及分类

二、B2B的发展阶段分析

- 三、中小企业B2B企业营收规模
- 四、中小企业B2B电子商务行业分析
- 五、B2B网站排行榜
- 六、中国B2B市场发展前景展望
- 七、电商投资转向B2B
- 八、B2B市场3大爆发点
- 九、传统B2B平台发展趋势
- 十、B2B将由“信息平台”转型为“交易平台”
- 十一、中国B2B电子商务未来发展趋势

第二节 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

第三节 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、中国B2C市场交易额
- 四、B2C行业格局数据：平台与自营
- 五、国内B2C网站访问量排名
- 六、中国电商市场将成全球第二
- 七、B2C电商有望盈利
- 八、我国B2C行业将面临大洗牌

第二节 C2C（消费者对消费者）

- 一、C2C的概念
- 二、C2C企业交易数据变化对比
- 三、2017年淘宝去C2C化步伐加快

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、“80、90后”热衷C2B定制家电
- 八、海尔借道天猫试水C2B
- 九、企业转型青睐C2B模式
- 十、C2B模式渐成趋势，消费者越加拥有话语权

第四节 网络团购

- 一、我国团购用户特征
- 二、我国团购行业市场状况与营销新特征解析
- 三、团购行业发展展望
- 四、手机团购市场展望

第七章 移动电子商务发展分析

第一节 移动电子商务概述

- 一、移动电子商务的含义及服务内容
- 二、移动电子商务的优点
- 三、移动电子商务的应用
- 四、移动电子商务主要技术分析

第二节 中国移动电子商务市场发展分析

- 一、移动电商市场增长迅猛
- 二、中国移动购物交易规模
- 三、中国移动支付交易规模
- 四、移动终端团购交易暴增
- 五、移动互联投资情况分析
- 六、全球移动支付市场、技术竞争分析
- 七、移动电子商务发展展望
- 八、移动电子商务企业发展展望

第三节 中国主要地区移动电子商务发展状况

- 一、成都全市移动电子商务交易额
- 二、湖南移动电子商务实现跨越发展
- 三、广东移动推“移付易”布局电子商务

第四节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策
- 三、创新移动电子商务模式发展策略探析

第五节 移动电子商务的市场前景及发展趋势

- 一、中国移动电子商务市场化前景广阔
- 二、移动电子商务发展趋势
- 三、移动电商竞争趋势

第三部分 影响及应用

第八章 电子商务对企业的影响

第一节 电子商务对企业的影响

- 一、电子商务威胁到传统经销商
- 二、我国电子商务营销超越传统营销

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
- 四、优化企业短期融投资
- 五、实施零现金余额管理
- 六、从整体上提高现金流转效率

第九章 电子商务在不同行业的应用

第一节 农业电子商务

- 一、农业电子商务模式概述
- 二、农业电子商务主要运行模式分析
- 三、中国农业电子商务的应用与发展分析
- 四、我国涉农电子商务快速增长
- 五、农产品企业投身电子商务分析
- 六、中国农业电子商务发展潜力巨大

第二节 零售业电子商务

- 一、国内传统零售业纷纷触网

二、国际零售业巨头布局中国电子商务市场

三、B2C零售业的行业特点

四、电商背景下传统零售商的出路

五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮

六、彩电成为网上渠道的新宠

七、快速消费品企业将重点深耕电子商务渠道

八、中国零售业电子商务发展中存在的问题

八、零售业电子商务未来发展趋势良好

第三节 医药电子商务

一、我国医药电子商务规模分析

二、重庆获批国家医药流通电子商务试点

三、医药电商与大型医药网站合作拓宽电子商务渠道

四、电子商务与医药物流整合分销成趋势

五、中国医药电子商务发展前景预测

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、中国汽车零部件电子商务应用状况

四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展

五、我国汽车零部件企业发展电子商务的建议

第五节 旅游业的电子商务

一、旅游电子商务概念及特性

二、旅游业开展电子商务的优势

三、中国在线旅游市场交易规模

四、在线旅游市场竞争格局及趋势

五、中国旅游电子商务发展前景预测

六、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题

七、发展我国旅游业电子商务的对策

第六节 物流业电子商务

一、电子商务物流概述

二、电子商务进入物流竞争时代

三、电子商务升级物流战略

四、我国电子商务物流业的发展对策

五、电子商务物流业的发展趋势

第四部分 诚信及支付市场

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、“支付安全”成网民最关心网络安全话题
- 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 中国网上支付用户行为研究

第三节 中国网络购物市场网上支付分析

一、我国使用网上支付的用户规模

二、中国互联网支付交易规模

三、中国第三方支付市场整体交易规模

第四节 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、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

第五部分 政策环境及企业分析

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、我国电子商务立法进程

三、电子商务监管立法全面启动

四、加强电子商务法律体系的建设措施

五、国内首份电子商务法律报告发布

第二节 我国电子商务政策解读与预测

一、我网络零售市场的政策环境

二、国务院出台政策保护电子商务个人信息

三、商务部关于《电子商务企业资质认定标准》（征求意见稿）

四、商务部：进一步完善电子商务法规和政策环境

五、电子商务监管体系亟待完善

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、环球资源经营状况
- 三、环球资源经营状况

第二节 亚马逊公司

- 一、公司简介
- 二、亚马逊公司经营状况分析
- 三、亚马逊公司经营状况分析

第三节 阿里巴巴

- 一、公司简介
- 二、阿里巴巴经营状况分析
- 三、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、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、公司发展展望及策略

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析

第六节 慧聪国际

- 一、公司简介
- 二、慧聪网络经营状况分析
- 三、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、淘宝交易额
- 四、淘宝商城交易额预计
- 五、淘宝网欲扶持超10万淘宝店铺

第八节 EBAY易趣

- 一、公司简介
- 二、eBay经营状况
- 三、eBay经营状况
- 四、公司发展战略

第九节 其他电子商务企业

- 一、京东商城
- 二、苏宁易购
- 三、国美在线
- 四、当当网
- 五、易迅网

第六部分 行业发展趋势

第十四章 中国电子商务“十三五”规划及2018-2024年发展趋势

第一节 “十三五”中国电子商务发展规划

- 一、发展现状与面临的形势
- 二、指导思想、基本原则与发展目标
- 三、重点任务
- 四、政策措施

第二节 2018-2024年中国电子商务发展趋势

- 一、2018-2023是电子商务企业发展趋势
- 二、2018-2024年中国电子商务市场前景预测
- 三、2018-2024年中国移动电子商务市场规模
- 四、2020年中国将成为全球第一大电子商

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/352674352674.html>