2021年中国电商行业分析报告-
市场现状与未来前景研究

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《2021年中国电商行业分析报告-市场现状与未来前景研究》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/qitadianzi/553834553834.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

日前，中国电子商务大会在北京国家会议中心召开，会上，，商务部副部长任鸿斌表示，去年以来我国电子商务逆势而上取得了骄人成绩。今年1-7月全国网上零售额同比增长21.9%，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的23.6%，占比稳步提升，电子商务成为拉动消费的‘助推器’和‘加速器’。 近年来我国电子商务持续快速发展，各种新业态不断涌现，在增强经济发展活力、提高资源配置效率、推动传统产业转型升级、开辟就业创业渠道等发面发挥了重要作用。

今年7月，国务院办公厅出台《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，再次释放跨境电商领域重大政策利好。近年来，我国电子商务行业政策持续加码，助力行业加速发展。

电子商务行业相关政策

时间

发布单位

政策名称

主要内容

2021年7月

国务院办公厅

《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》

《意见》指出，新业态新模式是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。加快发展外贸新业态新模式，有利于推动贸易高质量发展，培育参与国际经济合作和竞争新优势，对于服务构建新发展格局具有重要作用。

2020年2月

中共中央国务院

《关于抓好“三农”领城重点工作确保如期实现全面小康的意见》

有效开发农村市场，扩大电子商务进农村覆盖面，支持供销合作社、邮政快递企业等延伸乡村物流服务网络，加强村级电商服务站点建设，推动农产品进城、工业品下乡双向流通。

2020年1月

银保监会、商务部、外汇局

《关于完善外贸金融服务的指导意见》

银行保险机构应认真贯彻落实国家外贸发展政策，继续做好大宗商品、机电设备、劳动密集型产品、加工贸易等传统优势领城金融服务，持续加大对服务贸易、跨境电子商务、制造业转型升级和梯度转移、国际产能和装备制造合作、国际营销和售后服务体系建设、企业产业链全球布局、外贸品牌建设、中欧班列发展和铁路运单(提单)应用、通关便利化、市场采购贸易方式、国家进口贸易促进创新示范区建设等新业态、新领域的服务力度，培育外贸竞争新优势。

2019年12月
商务部
《关于增补国家电子商务示范基地的通知》
增补徐州软件园电商基地等13家优秀电商园区为国家电子商务示范基地。
2019年11月
中共中央国务院
《关于推进贸易高质量发展的指导意见》
促进贸易新业态发展，推进跨境电子商务综合试验区建设，复制推广成熟经验做法。完善跨境电子商务零售进出口管理模式，优化通关作业流程。建立全口径海关统计制度。
2019年11月
国务院
《关于进一步做好利用外资工作的意见(国发[2019] 23号)》
完善电子商务知识产权保护机制，完善电子商务平台专利侵权判定通知、移除规则，完善电子商务领域专利执法维权协作调度机制。积极运用标准化方法，加强知识产权保护。
2019年10月
市场监管总局
《落实电子商务平台责任专项行动的通知》
进一步加强网络市场监管，规范网络市场秩序，压实电子商务平台法定责任，促进电子商务市场健康发展，市场监管总局决定自即日起至2020年1月下旬开展落实电子商务平台责任专项行动。资料来源：观研天下整理

随着我国数字化快速发展的进程，到目前我国拥有近10亿网民，构成了全球最大网络群体。在这个全球最大的数字社会中，截止2021年6月，我国网络购物用户规模达8.12亿人，较上年同期同比增长59.78%。

2015-2021年H1我国网络购物用户规模及增速 数据来源：观研天下整理

根据数据显示，我国电子商务交易额自2011年来快速上升，近年来增速逐渐放缓。到2020年我国电子商务交易额达到37.21万亿元，同比增长4.5%；2021年1-6月我国电子商务交易额为9.61万亿元，同比增长7.85%。

2015-2021年H1我国电子商务交易额及增速 数据来源：观研天下整理

在电子商务行业市场结构中，2021年上半年B2C网络零售额占比为75.5%，同比增长20.6%；C2C占比24.5%，同比增长22%，占75.5%，2021年大量中小商家快速恢复活力，C2C零售额增长业务保持更高速的增长。

2021年H1我国电子商务各细分市场交易额分布情况 数据来源：观研天下整理

受益于2021年频繁推出的利好政策，电子商务赛道热闹非凡，吸引众多资本相继投资，多笔单轮投融资额达数亿元人民币。（TJL）

2021年5月我国电子商务行业主要投融资事件

投资方
所属行业
所在地
融资时间
融资轮次
融资金额
投资方
叮咚买菜
生鲜电商
上海市
2021年5月12日
D+轮
3.3亿美元
软银集团
运去哪
跨境物流
上海市
2021年5月25日
D轮
1亿美元
未透露
普渡科技
智能物流
广东省深圳市
2021年5月17日
C轮
5亿人民币
酷讯旅游、腾讯投资、红杉资本
建安供应链
物流网络
江苏省宿迁市
2021年5月19日
B轮
3000万美元
兰馨亚洲、达晨财智

飞榴科技
纺服B2B
上海市
2021年5月31日
A1、A2轮
2亿人民币
GGV纪源资本、高瓴创投等
领星
跨境服务商
广东省深圳市
2021年5月28日
B轮
2亿人民币
老虎基金、源码资本、钟鼎资本等
携旅
在线旅游
广东省广州市
2021年5月18日
B轮
数千万美元
寰亚资本（财务顾问）数据来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国电商行业分析报告-市场现状与未来前景研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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
四、电商行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售模式
五、电商行业需求主体分析
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、产业链运行机制
（1）沟通协调机制
（2）风险分配机制
（3）竞争协调机制
四、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 2017-2021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 欧洲电商行业地区市场分析
一、欧洲电商行业市场现状分析
二、欧洲电商行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲电商行业市场前景分析
第六节 2021-2026年世界电商行业分布走势预测
第七节 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、全社会消费品零售总额
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
1、行业技术发展现状
2、行业技术专利情况
3、技术发展趋势分析
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 我国电商行业细分市场分析
1、细分市场一
2、细分市场二
3、其它细分市场
第六节 中国电商行业供需平衡分析
第七节 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 2017-2021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影响因素分析
二、中国电商行业市场集中度分析
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 中国电商行业钻石模型分析
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 2017-2021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 电商行业成本结构分析

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 2017-2021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 2017-2021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SCP分析
一、理论介绍
二、SCP范式
三、SCP分析框架
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、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
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 企业
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 企业
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 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

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 中国电商行业市场的重点客户战略实施
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
第三节 中国电商行业价格策略
第四节 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

图表详见报告正文·····

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/553834553834.html