

2019年中国电子商务市场分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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《2019年中国电子商务市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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/414669414669.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

电子商务经过二十多年的快速发展，逐渐形成了从商品交易、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。根据CNNIC数据显示，截至2019年6月，我国网购用户规模达6.39亿人，渗透率达74.8%，预计全年网购用户规模将达到6.49亿人，同比增长6.39%，网络零售交易规模达到了10.63万亿元，同比增长18.1%，社会消费零售总额的25.8%。

2014-2019年中国网购用户规模及网络零售交易规模增长率 数据来源：CNNIC

从电子商务企业上市类型分布来看，根据数据显示，2019年，我国电子商务已上市的企业共66家。其中，零售电商28家、生活服务电商21家、产业电商10家、跨境电商7家。

2019年我国电子商务上市公领域是分布情况 数据来源：CNNIC

随着《电子商务“十三五”发展规划》、《网络交易管理办法》、《关于加快电子商务发展的若干意见》等政策出台，进一步明确了电子商务行业的战略新兴产业地位，激发电子商务行业的发展潜力，未来前景可期。根据数据显示，2019年我国电子商务的交易规模36.8万亿元，同比增长13.1%，预计到2024年，我国电子商务的成交规模将超过55万亿元。

2019-2024年中国电子商务行业交易规模预测情况 数据来源：公开资料整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国电子商务市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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。

【报告大纲】第一章：中国电子商务企业竞争背景分析1.1中国电子商务行业发展综述1.1.1 电子商务定义与分类1.1.2 电子商务主要模式分析1.1.3 电子商务企业投诉问题分析（1）行业整体投诉问题分析（2）网络零售投诉问题分析（3）支付快递投诉问题分析（4）传统品牌投诉问题分析（5）网络团购投诉问题分析1.2 中国电子商务企业竞争政策环境1.2.1 电子商务行业管理体制（1）主管部门（2）监管体制1.2.2 电子商务行业相关政策（1）电子商务行业相关政策汇总与解读（2）电子商务行业支付与快递行业政策分析（3）中国电子商务行业“十三五”规划解读1.3 中国电子商务企业竞争技术环境1.3.1 国家层面上电子商务技术创新环境分析（1）我国对电子商务行业技术开发扶持分析（2）我国专利数量及总体技术发展水平分析1.3.2 行业层面上电子商务技术环境分析（1）电子商务行业技术发展动态（2）电子商务行业专利技术数量及变化趋势（3）电子商务新、热技术分析1.4 中国电子商务企业消费环境分析1.4.1 居民收入水平及其影响1.4.2 城镇化进程及其影响1.4.3 零售业发展及其影响第二章：中国电子商务行业及细分市场竞争分析2.1 中国电子商务行业市场规模与竞争格局2.1.1 中国电子商务市场规模分析（1）中国电子商务市场交易规模（2）中国电子商务从业人员规模2.1.2 中国电子商务竞争现状分析（1）中国电子商务行业区域竞争格局（2）中国电子商务行业行业竞争格局（3）中国电子商务行业竞争层次分析2.2 中国移动电子商务市场规模与竞争格局2.2.1中国移动电子商务市场规模分析（1）中国智能手机保有量规模（2）中国移动电子商务用户规模（3）中国移动电子商务市场规模2.2.2 中国移动电子商务竞争分析2.3 中国电子商务行业细分市场竞争格局分析2.3.1 B2B市场竞争格局分析（1）B2B市场规模分析1）B2B交易规模2）B2B企业规模3）B2B市场营收规模4）B2B用户规模（2）B2B市场盈利模式分析（3）B2B市场企业竞争格局（4）B2B市场区域竞争格局（5）B2B企业竞争地位分析（6）B2B发展趋势分析2.3.2B2C市场竞争格局分析（1）B2C市场规模分析1）B2C交易规模2）B2C企业规模（2）B2C市场盈利模式分析（3）B2C市场企业竞争格局（4）B2C市场区域竞争格局（5）B2C企业竞争地位分析（6）B2C企业物流竞争分析1）B2C企业物流主要模式分析2）B2C领先企业物流运营分析（7）B2C发展趋势分析2.3.3 C2C市场竞争格局分析（1）C2C市场规模分析1）C2C交易规模2）C2C网店规模（2）C2C市场盈利模式分析（3）C2C市场企业竞争格局（4）C2C市场区域竞争格局（5）C2C发展趋势分析2.4 中国第三方支付市场竞争格局分析2.4.1 第三方支付市场交易规模分析2.4.2 第三方支付市场交易规模竞争结构2.4.3 第三方支付市场竞争集中度分析第三章：中国电子商务主要运营模式及创新模式分析3.1 B2B电子商务模式3.1.1 B2B电子商务模式概述3.1.2 B2B电子商务客户定位分析3.1.3 B2B电子商务物流选择策略3.1.4 B2B电子商务成本结构分析3.1.5 B2B电子商务存在的问题及对策（1）存在的问题（2）对策分析3.2 B2C电子商务模式3.2.1 B2C电子商务模式概述3.2.2 B2C电子商务客户定位分析3.2.3 B2C电子商务物流选择策略3.2.4 B2C电子商务成本结构分析3.2.5 B2C电子商务存在的问题及对策（1）存在的问题（2）对策分析3.3 C2C电子商务模式3.3.1 C2C电子商务模式概述3.3.2 C2C电子商务客户定位分析3.3.3 C2C电子商务物流选取策略3.3.4 C2C电子商务成本结构分析3.3.5 C2C电

子商务存在的问题及对策（1）存在的问题（2）对策分析3.4 电子商务其他创新模式分析3.4.1 O2O电子商务模式（1）O2O模式发展现状（2）O2O模式主要案例（3）O2O模式发展前景3.4.2 C2G电子商务模式（1）C2G模式发展现状（2）C2G模式主要案例（3）C2G模式发展前景3.4.3 B2M电子商务模式（1）B2M模式发展现状（2）B2M模式主要案例（3）B2M模式发展前景3.4.4 M2C电子商务模式（1）M2C模式发展现状（2）M2C模式主要案例（3）M2C模式发展前景3.4.5 B2G电子商务模式（1）B2G模式发展现状（2）B2G模式主要案例（3）B2G模式发展前景3.4.6 社交电子商务模式（1）社交电子商务模式发展现状（2）社交电子商务模式主要案例（3）社交电子商务模式发展前景第四章：中国跨境电商企业发展机遇与典型案例剖析4.1 中国跨境电商企业发展机遇分析4.1.1 政策环境红利突显4.1.2 用户潜在需求巨大4.1.3 资本市场争相竞逐4.1.4 配套服务体系逐渐成熟4.1.5 跨境电商试点逐步推进4.2 中国跨境电商企业经营模式分析4.2.1 跨境电商M2C模式分析4.2.2 跨境电商B2C模式分析4.2.3 跨境电商C2C模式分析4.2.4 跨境电商BBC保税区模式分析4.2.5 跨境电商海外电商直邮模式分析4.2.6 跨境电商返利导购/代运营模式分析4.3 中国跨境电商主要竞争主体分析4.3.1 各类品牌商4.3.2 物流供应链服务商4.3.3 国内电商巨头4.3.4 创业公司4.4 中国跨境电商企业典型案例剖析第五章：中国电子商务企业物流竞争策略分析5.1 电子商务物流竞争分析5.1.1 电商物流行业发展规模分析5.1.2 电商物流行业发展特征分析（1）兼并重组常态化（2）仓储资源网络化（3）用户结构多样化（4）物流业务增值化5.1.3 电商物流行业竞争情况分析（1）物流企业与电商企业间竞争加剧（2）电商发展加速物流行业格局调整（3）各路资本争相发力电商物流市场（4）国内电商企业自建物流竞争加剧5.1.4 电商物流行业发展趋势分析（1）电子商务物流发展动态（2）电子商务物流前景预测5.2 电子商务物流主要模式选择策略5.2.1 电商物流主要模式优劣势分析（1）自建物流配送模式优劣势分析（2）第三方物流配送模式优劣势分析（3）第四方物流配送模式优劣势分析（4）物流联盟配送模式优劣势分析（5）物流一体化模式优劣势分析（6）“O-S-O”物流模式优劣势分析5.2.2 电商企业物流模式应用案例分析（1）阿里巴巴智能物流案例分析（2）京东商城自建物流案例分析（3）当当网第三方物流案例分析5.3 电子商务企业物流成本控制策略5.3.1 运输配送成本控制策略5.3.2 人力成本控制策略5.3.3 库房仓储成本控制策略5.3.4 包装耗材成本控制策略5.4 电子商务企业物流系统工程提升策略5.4.1 电子商务企业物流技术提升策略5.4.2 电子商务企业物流信息化提升策略5.4.3 电子商务企业物流智能化提升策略5.4.4 电子商务企业物流决策支持系统提升策略第六章：中国电子商务行业领先网站竞争策略分析6.1 中国领先B2B电子商务网站个案分析6.1.1 阿里巴巴竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.2 环球资源竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.3 慧聪网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.4 敦煌网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.5 中国

制造网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.6 生意宝竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.7 志趣网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.1.8 淘金地竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析6.2.1 天猫商城竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.2 京东商城竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.3 苏宁电器竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.4 亚马逊中国竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.5 唯品会竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.6 国美在线竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.7 当当网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.8 1号店竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.9 凡客诚品竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.2.10 美团网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析6.3.1 淘宝网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.3.2 拍拍网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析6.3.3 易趣网竞争策略分析（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析第七章：中国电子商务企业竞争策略与趋势前景分析7.1 中国电子商务企业营销竞争策略分析7.1.1 电子商务企业定价策略分析（1）成本差异化定价策略（2）数量差异化定价策略（3）市场差异化定价策略（4）承受上限定价策略（5）套餐定价策略（6）竞拍定价策略7.1.2 电子商务企业产品策略分析（1）专一化产品策略（2）多元化产品策略（3）产品策略发展趋势7.1.3 电子商务企业渠道策略分析7.2 中国电子商务企业融资策略分析7.2.1 电子商务行业融资情况分析（1）中国电子商务融资事件分析（2）电子商务企业融资规模分析（3）电子商务各行业融资比例分析7.2.2 电子商务行业IPO动向分析7.2.3 电子商务行业融资问题分析7.2.4 电子商务行业融资对策建议（1）电子商务企业的基本融资策略（2）基于电子商务企业生命周期的融资策略7.2.5 电子商务行业融资前景预测7.3 中国电子商务企业竞争发展趋势7.3.1 从价格竞争向品质竞争发展7.3.2 电子商务物流竞争向白日化发展7.3.3 从价格竞争向招商价格竞争发展7.4 中国电子商务行业发展前景预测图表目录图表1

：电子商务行业分类列表图表2：电子商务行业主要模式图表3：2021年中国电子商务投诉领域分布（单位：%）图表4：2021年中国电子商务投诉金额分布（单位：%）图表5：2021年中国电子商务投诉性别比例（单位：%）图表6：2021年网络购物服装与鞋类投诉标榜单（单位：%）图表7：2021年中国网络购物十大被投诉网站（单位：%）图表8：2021年中国网络购物被投诉网站榜单（单位：%）图表9：2021年网络购物支付、快递投诉标榜单（单位：%）图表10：2021年网络购物传统品牌投诉标榜单图表详见报告正文（GYCY Y）

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/414669414669.html>