

# 2020年中国电子商务市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电子商务市场分析报告-行业运营态势与发展趋势分析》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/519489519489.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

得益于互联网信息技术的进步以及计算机硬件的发展，我国电子商务行业迅速发展。随着信息服务加速创新，我国电子商务主要分为B2C、B2B、C2C、O2O四种模式。

电子商务发展模式分类

名称

定义

特点

B2C

企业与消费者之间的电子商务

消费者利用因特网直接参与经济活动的形式，类同于商业电子化的零售商务。随着因特网的出现，网上销售迅速地发展起来。

B2B

企业与企业之间的电子商务

主要针对企业内部以及企业（B）与上下游协力厂商（B）之间的资讯整合，并在互联网上进行的企业与企业间交易。

C2C

消费者与消费者之间的电子商务

通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。

O2O

线下商务与互联网之间的电子商务

通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地。资料来源：公开资料

我国电子商务行业发展至今，主要经历了三个阶段，由起初的以价换量的价格阶段（2009-2008年），到开始建立品牌形象、注重品牌效应的品牌阶段（2008-2015年），随着更多的品牌拓展线上渠道，竞争愈加激烈，电商开始重视商品的性价比并以之吸引消费者，2015年开始进入品质阶段。

我国电子商务行业发展历程

资料来源：公开资料

近年来，随着我国电子商务行业的蓬勃发展，电子商务交易规模持续扩大，并稳居全球网络零售市场首位。2019年我国电子商务交易规模达34.81万亿元，同比增长6.94%。

2010-2019年我国电子商务交易规模 数据来源：电子商务联盟

网络零售是我国电子商务领域重要的子行业，从细分市场结构来看，2018年Q1-2020年Q1，B2C的业务模式更具优势，交易规模依然占据着大部分的份额，尤其是疫情期渗透率加速，2020年Q1占比提升至60.1%。此外，从B2C电商市场交易规模来看，已经形成天

猫、京东、拼多多三巨头既定格局，2019年三家电商平台共占近九成B2C电商市场。

2018年Q1-2020年Q1我国网络购物市场规模结构

数据来源：公开资料

2016-2019年国内网络零售B2C电商市场交易份额对比

数据来源：公开资料

截至2020年6月30日，国内共有电商上市公司达68家，其中，零售电商30家、生活服务电商21家、产业电商10家、跨境电商7家。营收方面，2020上半年国内65家电商（58同城、蛋壳公寓、摩贝暂未公布半年财报）上市公司营收总额达11335.77亿元，零售电商、生活服务电商、跨境电商及产业电商分别实现营收9586.54亿元、671.35亿元、824.2亿元、253.68亿元。

2019H1 VS 2020H1国内电子商务上市公司领域分布（家）

数据来源：公开资料

2019H1 VS 2020H1国内电商上市公司营收领域分布（亿元）

数据来源：公开资料

2020年上半年，全国各地区经济普遍承压。分七大区看，华东、华北得以于较为雄厚的经济实力，其零售电商保持平稳运行，网络零售额占比分别较去年同期提升0.59pct、0.36pct至50.36%、12.63%。

2020年上半年国内七大区域网络零售额占比及同比

数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电子商务市场分析报告-行业运营态势与发展趋势分析》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。

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 2017-2020年中国电子商务行业发展概述

#### 第一节 电子商务行业发展情况概述

- 一、电子商务行业相关定义
- 二、电子商务行业基本情况介绍
- 三、电子商务行业发展特点分析

#### 第二节 中国电子商务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电子商务行业产业链条分析
- 三、中国电子商务行业上游环节分析
- 四、中国电子商务行业下游环节分析

#### 第三节 中国电子商务行业生命周期分析

- 一、电子商务行业生命周期理论概述
- 二、电子商务行业所属的生命周期分析

#### 第四节 电子商务行业经济指标分析

- 一、电子商务行业的赢利性分析
- 二、电子商务行业的经济周期分析
- 三、电子商务行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国电子商务行业进入壁垒分析

- 一、电子商务行业资金壁垒分析
- 二、电子商务行业技术壁垒分析
- 三、电子商务行业人才壁垒分析
- 四、电子商务行业品牌壁垒分析
- 五、电子商务行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球电子商务行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球电子商务行业发展历程回顾

## 第二节 全球电子商务行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲电子商务行业地区市场分析

- 一、亚洲电子商务行业市场现状分析
- 二、亚洲电子商务行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电子商务行业市场前景分析

### 第四节 北美电子商务行业地区市场分析

- 一、北美电子商务行业市场现状分析
- 二、北美电子商务行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子商务行业市场前景分析

### 第五节 欧盟电子商务行业地区市场分析

- 一、欧盟电子商务行业市场现状分析
- 二、欧盟电子商务行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电子商务行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界电子商务行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球电子商务行业市场规模预测

## 第三章 中国电子商务产业发展环境分析

### 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、全社会消费品电子商务总额
- 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 中国电子商务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国电子商务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 中国电子商务行业运行情况

### 第一节 中国电子商务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

#### 三、行业发展特点分析

#### 四、行业发展动态

### 第二节 中国电子商务行业市场规模分析

### 第三节 中国电子商务行业供应情况分析

### 第四节 中国电子商务行业需求情况分析

### 第五节 中国电子商务行业供需平衡分析

### 第六节 中国电子商务行业发展趋势分析

## 第五章 中国电子商务所属行业运行数据监测

### 第一节 中国电子商务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 中国电子商务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 中国电子商务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 2017-2020年中国电子商务市场格局分析

### 第一节 中国电子商务行业竞争现状分析

#### 一、中国电子商务行业竞争情况分析

#### 二、中国电子商务行业主要品牌分析

### 第二节 中国电子商务行业集中度分析

#### 一、中国电子商务行业市场集中度分析

#### 二、中国电子商务行业企业集中度分析

### 第三节 中国电子商务行业存在的问题

### 第四节 中国电子商务行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国电子商务行业竞争力分析

#### 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

### 第六节 产业结构发展预测

#### 一、产业结构调整指导政策分析

#### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 三、中国电子商务行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 四、产业结构调整方向分析

## 第七章 2017-2020年中国电子商务行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国电子商务行业消费者基本情况

### 第二节 中国电子商务行业消费者属性及偏好调查

### 第三节 电子商务行业成本分析

### 第四节 电子商务行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节 中国电子商务行业价格现状分析

### 第六节 中国电子商务行业平均价格走势预测

#### 一、中国电子商务行业价格影响因素

#### 二、中国电子商务行业平均价格走势预测

#### 三、中国电子商务行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国电子商务行业区域市场现状分析

### 第一节 中国电子商务行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区电子商务市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区电子商务市场规模分析

#### 四、华东地区电子商务市场规模预测

### 第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区电子商务市场规模分析
- 四、华北地区电子商务市场规模预测

### 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、华南地区电子商务市场规模分析
- 四、华南地区电子商务市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国电子商务行业竞争情况

### 第一节 中国电子商务行业竞争结构分析（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 中国电子商务行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国电子商务行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 电子商务行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

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

## 第二节 企业

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

## 第三节 企业

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

## 第四节 企业

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

## 第五节 企业

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

## 第六节 企业

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

## 第七节 企业

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

## 第八节 企业

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

## 第九节 企业

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

## 第十节 企业

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

## 第十一章 2021-2026年中国电子商务行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国电子商务行业未来发展前景分析

- 一、电子商务行业国内投资环境分析
- 二、中国电子商务行业市场机会分析
- 三、中国电子商务行业投资增速预测

### 第二节 中国电子商务行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国电子商务行业市场发展预测

- 一、中国电子商务行业市场规模预测
- 二、中国电子商务行业市场规模增速预测
- 三、中国电子商务行业产值规模预测
- 四、中国电子商务行业产值增速预测
- 五、中国电子商务行业供需情况预测

#### 第四节 中国电子商务行业盈利走势预测

- 一、中国电子商务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电子商务行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国电子商务行业投资机遇、风险与营销分析

### 第一节 电子商务产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

### 第二节 电子商务行业投资风险分析

- 一、电子商务行业政策风险分析

二、电子商务行业技术风险分析

三、电子商务行业竞争风险分析

四、电子商务行业其他风险分析

第三节 电子商务行业企业经营发展分析及建议

一、电子商务行业经营模式

二、电子商务行业销售模式

三、电子商务行业创新方向

第四节 电子商务行业应对策略

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年中国电子商务行业发展战略及规划建议

第一节 中国电子商务行业品牌战略分析

一、电子商务企业品牌的重要性

二、电子商务企业实施品牌战略的意义

三、电子商务企业品牌的现状分析

四、电子商务企业的品牌战略

五、电子商务品牌战略管理的策略

第二节 中国电子商务行业市场重点客户战略实施

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 中国电子商务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年中国电子商务行业发展策略及投资建议

## 第一节 中国电子商务行业产品策略分析

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 中国电子商务行业定价策略分析

## 第三节 中国电子商务行业营销渠道策略

一、电子商务行业渠道选择策略

二、电子商务行业营销策略

## 第四节 中国电子商务行业价格策略

## 第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子商务行业重点投资区域分析

二、中国电子商务行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

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/519489519489.html>