

2021-2027年中国电子商务行业市场深度分析及投资方向分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国电子商务行业市场深度分析及投资方向分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202108/968852.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

电子商务是以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

自2013年起，我国已连续八年成为全球最大的网络零售市场。2020年，面对疫情巨大冲击和复杂严峻的国内外环境，我国网络零售市场保持稳健增长，市场规模再创新高。国家统计局数据显示，2020年中国网上零售额达11.76万亿元，比上年增长10.9%，网上零售额占社会消费品零售总额的增长到30.0%，较2019年增长3.9个百分点；2021年上半年中国网上零售额达6.11万亿元，网上零售额占社会消费品零售总额的28.8%。

2011-2021年上半年中国网上零售额及占社会消费品零售总额的比重

资料来源：商务部、国家统计局、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国电子商务行业市场深度分析及投资方向分析报告》共十八章。首先介绍了电子商务行业市场发展环境、电子商务整体运行态势等，接着分析了电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了电子商务市场竞争格局。随后，报告对电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您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：

第一章电子商务行业发展综述

第一节电子商务行业定义及分类

一、行业定义

二、关联对象

1、交易平台

2、平台经营者

3、站内经营者

三、行业特征及功能

四、行业构成要素

五、行业特性及在国民经济中的地位

第二节电子商务对日渐崛起的农村经济的影响

一、概述

二、电子商务的时代必然性

三、电子商务对发展农村经济的作用

四、衡量我国农村实行电子商务的困难

五、我国农村运用电子商务的可行性分析

六、开展我国农村的电子商务的方式

第三节电子商务物流研究分析

一、电子商务物流概念

二、电子商务物流特点

1、信息化

2、自动化

3、网络化

4、智能化

5、柔性化

三、电子商务物流发展方向

四、电子商务物流解决方案

五、电子商务与物流行业的关系

第四节最近3-5年中国电子商务所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章电子商务行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节电子商务行业政治法律环境（P）

二、行业主要法律法规

1、《电子商务认证机构管理办法》

2、《中华人民共和国电子签名法》

3、《中华人民共和国消费者权益保护法》

三、电子商务行业标准

1、《第三方电子商务交易平台服务规范》

2、《关于网上商业数据的保护办法》

- 3、《电子商务模式规范》
- 4、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 5、《电子支付指引（第一号）》
- 6、《非金融机构支付服务管理办法》

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

- 一、电子商务产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、电子商务产业发展对社会发展的影响

第四节行业技术环境分析（T）

- 一、电子商务技术分析
- 二、电子商务技术发展水平
- 三、电子商务技术发展分析
 - 1、实用技术
 - 2、创新技术
- 四、电子商务四种主要应用技术
 - 1、电子商务的核心技术(EDI)
 - 2、Internet网络技术
 - 3、Web浏览技术
 - 4、数据库技术

五、技术环境对行业的影响

第三章国际电子商务行业发展分析及经验借鉴

第一节全球电子商务市场总体情况分析

- 一、全球电子商务行业的发展特点
- 二、全球电子商务市场结构
- 三、全球电子商务行业发展分析
- 四、全球电子商务市场区域分布
- 五、国际重点电子商务企业运营分析
 - 1、亚马逊电子商务运营分析
 - 2、ebay电子商务运营分析
 - 3、环球资源电子商务运营分析

4、谷歌电子商务运营分析

第二节全球主要国家电子商务市场分析

一、美国

- 1、美国电子商务行业发展概况
- 2、美国电子商务发展模式
- 3、美国电子商务市场结构及规模
- 4、2021-2027年美国电子商务行业发展前景预测

二、英国

- 1、英国电子商务行业发展概况
- 2、英国电子商务发展困境
- 3、英国电子商务市场结构及规模
- 4、2021-2027年英国电子商务行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本电子商务行业发展概况
- 2、日本电子商务发展模式
- 3、日本电子商务市场结构及规模
- 4、2021-2027年日本电子商务行业发展前景预测

第四章我国电子商务运行现状及所属行业整体指标分析

第一节我国电子商务行业发展状况分析

- 一、我国电子商务行业发展阶段
- 二、我国电子商务行业发展总体概况
- 三、我国电子商务行业发展特点分析

第二节电子商务行业发展现状

2020年，中国电子商务交易额达37.21万亿元(人民币，下同)，同比增长4.5%；2021年上半年中国电子商务交易额达9.61万亿元(人民币，下同)，其中，商品类电商交易额27.95万亿元，占75.11%；服务业电商交易额8.08万亿元，占21.71%；合约类电商交易额1.18万亿元，占3.17%。

2011-2021年上半年中国电子商务交易额

资料来源：商务部、智研咨询整理

- 一、我国电子商务行业市场规模
- 二、我国电子商务行业发展分析
- 三、中国电子商务企业发展分析

第三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

第四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

第五节中国电子商务行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业交易规模分析

1、电子商务整体数据

2、B2B行业数据

3、网络零售行业数据

4、网络团购行业数据

5、网购投诉数据

6、电商融资数据

第五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、电子商务安全协议分析与比较

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

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

第六章中国电子商务行业主要运营模式分析

第一节B2B电子商务模式

一、B2B电子商务模式概述

二、中国B2B电子商务市场分析

三、中国B2B电子商务盈利模式

四、中国B2B电子商务目标客户

五、中国B2B电子商务采购特征

六、中国B2B电子商务物流特征

七、中国B2B电子商务成本分析

八、中国B2B电子商务存在的问题及对策

第二节B2C电子商务模式

一、B2C电子商务模式概述

二、中国B2C电子商务市场分析

三、中国B2C电子商务盈利模式

四、中国B2C电子商务目标市场

五、中国B2C电子商务采购特征

六、中国B2C电子商务物流特征

七、中国B2C电子商务成本分析

八、中国B2C电子商务存在的问题及对策

第三节C2C电子商务模式

一、C2C电子商务模式概述

二、中国C2C电子商务市场分析

三、中国C2C电子商务盈利模式

四、中国C2C电子商务目标客户

五、中国C2C电子商务购物流程

六、中国C2C电子商务物流特征

七、中国C2C电子商务成本分析

八、中国C2C电子商务存在的问题及对策

第四节其他电子商务模式

- 一、B2G电子商务模式
- 二、C2G电子商务模式
- 三、B2M电子商务模式
- 四、M2C电子商务模式
- 五、O2O电子商务模式
- 六、社交电子商务模式

第七章中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

第一节网络购物发展现状与趋势分析

- 一、网络购物行业发展概况
- 二、网络购物行业市场分析
- 三、网络购物运营模式分析
- 四、网络购物营销模式分析
- 五、网络购物行业发展趋势

第二节网络团购发展现状与趋势分析

- 一、网络团购行业发展概况
- 二、网络团购市场现状分析
 - 1、网络团购市场企业规模
 - 2、网络团购市场用户规模
 - 3、网络团购市场交易规模
 - 4、网络团购市场份额
- 三、网络团购市场调查情况
- 四、网络团购行业关注度分析
- 五、网络团购市场存在问题及解决对策
- 六、网络团购行业发展趋势分析

第三节网上支付发展现状与趋势分析

- 一、网上支付行业发展概况
- 二、网上支付交易市场现状分析
- 三、网上支付平台支付模式
 - 1、网关型支付模式
 - 2、信用担保型支付模式
 - 3、支付模式对比
 - 4、第三方支付企业与银行的利益冲突
- 四、网上支付主要认证体系发展现状与趋势
 - 1、网上银行

2、支付宝

3、财付通

4、快钱

5、CHINAPAY

五、网上支付行业发展趋势分析

第四节信息服务发展现状与趋势分析

一、信息服务业发展概述

二、信息服务业市场规模分析

三、信息服务企业发展现状分析

四、电子商务信息服务业主要应用市场分析

五、电子商务信息服务业运营模式分析

六、电子商务信息服务业存在问题及解决对策

七、电子商务信息服务业发展趋势分析

第八章中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

第一节中国移动电子商务发展现状与趋势

一、中国移动电子商务发展概述

1、移动电子商务概念

2、移动电子商务发展阶段

3、移动电子商务产业链分析

二、中国移动电子商务行业发展规模

1、中国移动电子商务用户规模

2、中国移动电子商务实物交易用户规模

3、中国移动电子商务交易金额规模

4、中国移动电子商务发展动因分析

三、中国移动电子商务市场竞争状况分析

四、中国移动电子商务运营模式分析

五、中国移动电子商务存在问题及解决对策

六、中国移动电子商务发展趋势分析

第二节中国移动电子商务发展现状分析

一、移动支付业发展环境

1、近端支付标准确立

2、移动互联网经济发展迅猛

3、智能终端快速普及

4、技术发展推动支付终端向移动端转移

二、移动支付市场发展规模

三、中国移动支付市场结构

四、中国移动支付核心企业竞争格局

1、中国移动支付核心企业交易规模市场份额

2、中国移动支付核心企业移动支付用户规模

3、中国移动支付核心企业细分业务结构

五、中国移动支付业发展前景分析

1、移动支付业发展趋势分析

2、移动支付业市场规模预测

第三节中国移动电子商务应用市场需求分析

一、移动电子商务在企业应用中市场需求分析

二、移动电子商务在个人应用中市场需求分析

第九章中国电子商务行业营销模式与案例分析

第一节搜索引擎营销模式与案例分析

一、搜索引擎营销结构分析

二、搜索引擎营销现状分析

三、搜索引擎营销成本收益分析

四、搜索引擎营销案例分析

第二节论坛营销模式与案例分析

一、论坛营销结构分析

二、论坛营销现状分析

三、论坛营销成本收益分析

四、论坛营销案例分析

第三节博客营销模式与案例分析

一、博客营销结构分析

二、博客营销现状分析

三、博客营销成本收益分析

四、博客营销案例分析

第四节微博营销模式与案例分析

一、微博营销结构分析

二、微博营销现状分析

三、微博营销成本收益分析

四、微博营销案例分析

第五节视频营销模式与案例分析

第六节问答营销模式与案例分析

第七节权威百科营销模式与案例分析

第八节企业新闻营销模式与案例分析

第十章电子商务行业（产业集群）及区域市场分析

第一节上海电子商务产业集群发展模式分析

一、电子商务产业集群的涵义

二、上海电子商务产业集群发展现状

1、产业规模持续快速发展

2、各类相关电子商务产业园区基本形成布局

三、推进上海电子商务产业集群发展的策略

1、培育良好的电子商务行业发展环境

2、加强第三方机构建设

3、加快产业载体建设

4、充分发挥龙头企业带动作用

第二节城市化发展与产业集群关联性

一、城市化带动电子商务产业集群扩大

二、电子商务产业集群借助城市高速发展的交通

第三节中国电子商务重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、电子商务区域市场分析

三、电子商务区域市场前景及趋势

第十一章2021-2027年电子商务行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、电子商务行业竞争结构分析

二、电子商务行业企业间竞争格局分析

三、电子商务行业集中度分析

四、电子商务行业SWOT分析

第二节中国电子商务行业竞争格局综述

一、电子商务行业竞争概况

二、中国电子商务行业竞争力分析

第三节电子商务市场创新竞争策略分析

一、企业信息化建设的创新

二、政府的宏观调控作用的全面发挥

三、开发自主知识产权的安全产品

第十二章电子商务行业领先企业经营形势分析

第一节中国电子商务企业总体发展状况分析

一、电子商务企业主要类型

二、电子商务企业资本运作分析

三、电子商务企业创新及品牌建设

四、电子商务企业国际竞争力分析

第二节中国领先电子商务企业经营形势分析

一、北京京东世纪贸易有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

二、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

三、浙江淘宝网络有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

四、北京世纪卓越信息技术有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

五、北京当当网信息技术有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

六、凡客诚品（北京）科技有限公司

1、企业概况

2、企业主营业务及收入

3、企业财务分析

4、企业发展战略及动态

七、新蛋信息技术（中国）有限公司

八、广州唯品会信息科技有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

九、麦网电子商务（上海）有限公司

十、江苏苏宁易购电子商务有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业主营业务及收入
- 3、企业财务分析
- 4、企业发展战略及动态

第十三章电子商务行业“十四五”规划研究

第一节发展现状与面临的形势

- 一、发展现状
- 二、面临的形势

第二节指导思想、基本原则与发展目标

- 一、指导思想
- 二、基本原则
- 三、发展目标

第三节重点任务

- 一、提高大型企业电子商务水平
- 二、推动中小企业普及电子商务
- 三、促进重点行业电子商务发展
- 四、推动网络零售规模化发展
- 五、提高政府采购电子商务水平
- 六、促进跨境电子商务协同发展
- 七、持续推进移动电子商务发展
- 八、促进电子商务支撑体系协调发展
- 九、提高电子商务的安全保障和技术支撑能力

第四节政策措施

- 一、加强组织保障
- 二、立健全电子商务诚信发展环境
- 三、提高电子商务的公共服务和市场监管水平
- 四、加大对电子商务违法行为的打击力度
- 五、完善权益保护机制

六、加强电子商务法律法规和标准规范建设

七、完善多元化的电子商务投融资机制

八、加强电子商务统计监测工作

九、加快电子商务人才培养

十、加强国际合作

第十四章2021-2027年电子商务行业前景及趋势预测

第一节2021-2027年电子商务市场发展前景

一、2021-2027年电子商务市场发展潜力

二、2021-2027年电子商务市场发展前景展望

三、2021-2027年电子商务细分行业发展前景分析

第二节2021-2027年电子商务市场发展趋势预测

一、2021-2027年电子商务行业发展趋势

1、电子商务的市场定位逐步走入细分化

2、电子商务网站将会出现兼并热潮

3、电子商务的应用深度将进一步拓展

二、2021-2027年电子商务市场规模预测

三、2021-2027年电子商务行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第十五章中国电子商务行业投融资与盈利模式分析

第一节电子商务行业投资特性分析

一、电子商务行业进入壁垒分析

二、电子商务行业盈利因素分析

三、电子商务行业盈利模式分析

第二节电子商务行业投资现状及前景

一、电子商务行业投资现状分析

二、电子商务行业投资前景预测

第三节电子商务行业融资现状及前景

一、电子商务行业融资现状分析

二、电子商务行业融资前景预测

第十六章2021-2027年电子商务行业面临的困境及对策

第一节电子商务行业面临的困境

一、中国电子商务行业发展的主要困境

二、电商行业进入淘汰赛

三、名品特卖电商迎来倒闭潮

四、价格战持续升温

第二节电子商务企业面临的困境及对策

- 一、重点电子商务企业面临的困境及对策
- 二、中小电子商务企业发展困境及策略分析
- 三、国内电子商务企业的出路分析

第三节中国电子商务行业存在的问题及对策

一、中国电子商务行业存在的问题

- 1、发展战略问题
- 2、意识和观念问题
- 3、企业信息化普及率低
- 4、金融体系支撑不足
- 5、社会化信用体系不健全
- 6、商业模式创新问题
- 7、管理体制问题

二、电子商务行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第十七章电子商务行业案例分析研究

第一节电子商务行业兼并与合作案例分析

一、电子商务行业兼并与合作成功案例分析

- 1、国外电子商务行业并购重组成功案例解析
- 2、国内电子商务行业并购重组成功案例解析

二、电子商务行业并购重组失败案例分析

- 1、国外电子商务行业并购重组失败案例解析
- 2、国内电子商务行业并购重组失败案例解析

第二节电子商务行业经营管理案例分析

一、电子商务行业经营管理成功案例分析

二、电子商务行业经营管理失败案例分析

三、经验借鉴

第三节电子商务行业营销案例分析

一、电子商务行业营销成功案例分析

二、电子商务行业营销失败案例分析

三、经验借鉴

第十八章研究结论及发展建议

第一节电子商务行业研究结论及建议

第二节电子商务子行业研究结论及建议

部分图表目录：

图表：2020年我国国内生产总值情况表

图表：2016-2020年各季度我国GDP环比增长表

图表：2020年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2020年我国发电量日均产量及同比增速

图表：2020年我国钢材日均产量及同比增速

图表：2020年我国水泥日均产量及同比增速

图表：2020年我国原油加工量日均产量及同比增速

图表：2020年我国十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2020年我国乙烯日均产量及同比增速

图表：2020年我国汽车日均产量及同比增速

图表：2020年我国轿车日均产量及同比增速

图表：2020年国内PPI指数

图表：2020年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2020年全国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2020年全国鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2016-2020年我国人口数及其增长情况

图表：全球电子商务市场区域分布

图表：电商良性生态循环圈

图表：亚马逊各项运营费用占比

图表：亚马逊及沃尔玛营收增速

图表：2020年中国电子商务服务企业区域分布图

图表：2016-2020年中国电子商务服务企业直接从业人员规模

图表：2016-2020年中国电子商务服务企业带动从业人员规模

图表：2016-2020年中国B2B市场交易规模

图表：2016-2020年中国B2B电子商务企业规模

图表：2016-2020年中国B2B电子商务营收规模

图表：2020年中国B2B服务商市场份额占比图

图表：2016-2020年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模

图表：2020年网络购物投诉情况

图表：2020年电子商务用户投诉涉及金额情况

图表：2020年电子商务用户投诉热点地区情况

图表：2020年电子商务用户投诉男女比例

图表：2020年电子商务细分行业投融资比例

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202108/968852.html>