2022-2027年中国电子商务市场竞争及企业竞争策略分析报告

目 录

CONTENTS

第1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“十四五”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2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
2.3.2 B2C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重点企业物流运营分析
（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3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4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5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6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）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.2 环球资源竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
1）利润分析
2）资产负债分析
3）现金流量分析
4）主要指标分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.3 慧聪网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.4 敦煌网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析

（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.5 中国制造网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.6 生意宝竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（7）网站最新发展动向分析
6.1.7 志趣网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网络营销策略
（4）网站盈利模式
6.1.8 淘金地竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
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）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.2 京东商城竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.3 苏宁电器竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析

（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.4 亚马逊中国竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.5 唯品会竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站核心优势
（7）网站经营状况分析
1）利润分析
2）资产负债分析
3）现金流量分析
4）主要指标分析
（8）网站最新发展动向分析
6.2.6 国美在线竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网络营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
（6）网站经营优势分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.7 当当网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
1）利润分析
2）资产负债分析
3）现金流量分析
4）主要指标分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.8 1号店竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.9 凡客诚品竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式

（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.2.10 美团网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
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）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站最新发展动向分析
6.3.2 拍拍网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
6.3.3 易趣网竞争策略分析
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
第7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11：2021年网络团购投诉十大热点问题（单位：%）
图表12：2021年网络团购投诉十大网站（单位：%）
图表13：电子商务和信息化司的主要职能
图表14：2016-2021年电子商务行业出台法规政策汇总
图表15：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规
图表16：中国电子商务行业“十四五”规划发展重点
图表17：电子商务行业技术开发扶持政策汇总
图表18：2016-2021年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）
图表19：2016-2021年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）
图表20：2022-2027年电子商务行业专利技术数量预测（单位：件）
图表21：截至2021年我国电子商务相关专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表22：2021年中国电子商务区域分布情况（单位：%）
图表23：2021年中国电子商务行业分布情况（单位：%）
图表24：2016-2021年我国智能手机保有量及同比增速预测（单位：亿台，%）
图表25：2016-2021年中国移动电子商务实物交易用户规模及预测（单位：万户，%）
图表26：2016-2021年中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表27：2016-2021年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）
图表28：2016-2021年中国电子商务B2B企业数量规模及预测（单位：家，%）
图表29：2016-2021年中国中小企业B2B营收规模及预测（单位：亿元，%）
图表30：2016-2021年中国电子商务B2B用户规模及预测（单位：万人，%）
图表31：中国B2B电子商务盈利模式分析
图表32：2021年中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%）
图表33：2021年中国电子商务B2B企业区域分布（单位：%）
图表34：我国B2B电子商务企业竞争地位的划分
图表35：我国B2B电子商务发展趋势
图表36：2016-2021年中国B2C市场交易规模（单位：亿元）
图表37：2016-2021年中国网购市场企业规模及同比增速（单位：家，%）
图表38：中国B2C电子商务盈利模式分析
图表39：2021年中国电子商务B2C企业市场份额（单位：%）
图表40：2021年网络购物人群分布（单位：%）
图表41：2016-2021年中国网购市场交易规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表42：2016-2021年网络购物个人网店数量规模及同比增速（单位：万家，%）
图表43：中国C2C电子商务盈利模式分析
图表44：2021年中国电子商务C2C企业市场份额（单位：%）
图表45：2021年中国电子商务C2C市场区域分布（单位：%）
图表46：2016-2021年网上支付交易规模及预测（单位：亿元，%）
图表47：2021年中国第三方支付细分市场交易规模结构（单位：亿元，%）
图表48：2021年中国第三方支付核心企业交易规模市场份额（单位：%）
图表49：2021年中国移动互联网支付交易份额（单位：%）

图表50：B2B电子商务模式分类
图表51：B2B电子商务物流模式选择分析
图表52：B2B电子商务成本
图表53：中国B2B电子商务问题分析
图表54：中国B2B电子商务问题对策
图表55：2016-2021年中国网购用户规模（单位：亿人）
图表56：中国B2C电子商务成本
图表57：中国B2C电子商务问题分析
图表58：中国B2C电子商务问题对策
图表59：C2C电子商务物流经营模式选择
图表60：中国C2C电子商务问题分析
图表61：中国C2C电子商务问题对策
图表62：Uber运作流程
图表63：2022-2027年中国O2O市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表64：2016-2021年中国快递企业营收规模变化情况（单位：亿元，%）
图表65：2022-2027年中国电商物流市场规模前景预测（单位：亿元）
图表66：电子商务自建物流配送流程示意图
图表67：自营物流模式优劣势分析
图表68：电子商务第三方物流流程示意图
图表69：第三方物流模式优劣势分析
图表70：第四方物流模式图
图表71：第四方物流模式优劣势分析
图表72：电子商务物流联盟配送流程示意图
图表73：物流联盟模式优劣势分析
图表74：物流一体化模式优劣势分析
图表75：“O-S-O”模式优劣势分析
图表76：电商物流运输配送成本控制策略
图表77：先进先出方式分析
图表78：阿里巴巴基本信息表
图表79：阿里巴巴网络营销策略四个阶段
图表80：阿里巴巴盈利模式统计表
图表81：2016-2021年阿里巴巴营业收入增长情况（百万美元，%）
图表82：环球资源基本信息表
图表83：2016-2021年环球资源网利润表（单位：百万美元）
图表84：2016-2021年环球资源网资产负债表（单位：百万美元）
图表85：2016-2021年环球资源网现金流量表（单位：百万美元）
图表86：2016-2021年环球资源网主要指标项（单位：%）
图表87：慧聪网基本信息表
图表88：2016-2021年慧聪网有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表89：2016-2021年慧聪网有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表90：2016-2021年慧聪网有限公司运营能力分析（单位：次）
图表91：2016-2021年慧聪网有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表92：2016-2021年慧聪网有限公司发展能力分析（单位：%）
图表93：敦煌网基本信息表
图表94：中国制造网基本信息表
图表95：生意宝基本信息表
图表96：2016-2021年浙江网盛生意宝股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表97：2016-2021年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表98：2016-2021年浙江网盛生意宝股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表99：2016-2021年浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表100：2016-2021年浙江网盛生意宝股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表101：志趣网基本信息表
图表102：淘金地基本信息表
图表103：天猫商城基本信息表
图表104：京东商城基本信息表
图表105：京东商城盈利模式统计表
图表106：苏宁电器基本信息表
图表107：亚马逊中国基本信息表
图表108：唯品会基本信息表

图表109：2021年唯品会收入构成（单位：%）
图表110：2016-2021年唯品会利润表（单位：百万美元）
图表111：2016-2021年唯品会资产负债表（单位：百万美元）
图表112：2016-2021年唯品会现金流量表（单位：百万美元）
图表113：2016-2021年唯品会主要指标项（单位：%）
图表114：国美在线基本信息表
图表115：当当网基本信息表
图表116：2016-2021年当当网利润表（单位：百万元）
图表117：2016-2021年当当网资产负债表（单位：百万元）
图表118：2016-2021年当当网现金流量表（单位：百万元）
图表119：2016-2021年当当网主要指标项（单位：%）
图表120：1号店基本信息表

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！