

## 2022-2027年中国电子商务行业市场前瞻与投资规划分析报告

## 目 录

## CONTENTS

**第1章：电子商务行业定义及发展环境分析****1.1 电子商务行业概述**

- 1.1.1 电子商务行业定义
- 1.1.2 电子商务行业分类
- 1.1.3 电子商务主要模式
- 1.1.4 电子商务主要应用领域
- 1.1.5 电子商务行业在国民经济中的地位

**1.2 电子商务行业政策环境分析**

- 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环节政策分析
- 1.2.3 电子商务行业发展规划解读
  - (1) 中国电子商务行业国家规划解读
  - (2) 地方性电子商务行业规划解读
    - 1) 上海市电子商务行业规划解读
    - 2) 杭州市电子商务行业规划解读
    - 3) 广州市电子商务行业规划解读
    - 4) 北京市电子商务行业规划解读
    - 5) 石家庄电子商务行业规划解读
    - 6) 哈尔滨电子商务行业规划解读

**1.3 电子商务行业经济环境分析**

- 1.3.1 国内经济现状
- 1.3.2 国内经济展望

**1.4 电子商务行业消费环境分析**

- 1.4.1 居民收入水平对电子商务行业的影响
- 1.4.2 城镇化进程对电子商务行业的影响
- 1.4.3 零售业发展对电子商务行业的影响

**1.5 电子商务行业技术环境分析**

- 1.5.1 电子商务行业专利情况发展分析
  - (1) 行业专利申请数量
  - (2) 行业技术重点企业
  - (3) 行业热门技术分析
- 1.5.2 国家层面电子商务技术创新环境分析

**1.6 中国电子商务行业发展机遇与威胁分析****第2章：电子商务行业发展现状与趋势分析****2.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析**

- 2.1.1 全球电子商务行业发展概述
- 2.1.2 全球电子商务行业市场规模分析
- 2.1.3 全球电子商务行业市场结构分析
- 2.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析
  - (1) 美国电子商务行业发展状况分析
  - (2) 欧洲电子商务行业发展状况分析
  - (3) 亚洲电子商务行业发展状况分析
  - (4) 其他地区电子商务发展状况分析
- 2.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴
- 2.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析

**2.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析**

- 2.2.1 中国电子商务行业发展概述

- 2.2.2 中国电子商务行业发展规模
  - (1) 中国电子商务交易规模
  - (2) 中国电子商务区域分布
  - (3) 中国电子商务行业分布
  - (4) 中国电子商务从业人员规模
- 2.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测
  - (1) 中国电子商务行业发展趋势
  - (2) 中国电子商务行业前景预测

### 2.3 中国主要地区电子商务发展分析

- 2.3.1 中国电子商务城市十强榜单
- 2.3.2 浙江省电子商务发展分析
  - (1) 发展概况
  - (2) 主要数据
  - (3) 主要网站
- 2.3.3 广东省电子商务发展分析
  - (1) 发展概况
  - (2) 主要数据
  - (3) 主要网站
- 2.3.4 江苏省电子商务发展分析
  - (1) 发展概况
  - (2) 主要数据
  - (3) 主要网站
- 2.3.5 上海市电子商务发展分析
  - (1) 发展概况
  - (2) 主要数据
  - (3) 主要网站
- 2.3.6 北京市电子商务发展分析
  - (1) 发展概况
  - (2) 主要数据
  - (3) 主要网站

## 第3章：中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析

### 3.1 中国移动电子商务发展现状与趋势

- 3.1.1 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
- 3.1.2 中国移动电子商务行业发展规模
  - (1) 中国智能手机保有量规模
  - (2) 中国移动电子商务实物交易用户规模
  - (3) 中国移动电子商务市场规模
- 3.1.3 中国移动电子商务发展动因分析
- 3.1.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析
- 3.1.5 中国移动电子商务运营模式分析
- 3.1.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 3.1.7 中国移动电子商务应用市场需求分析
  - (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析
  - (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析
- 3.1.8 中国移动电子商务发展趋势分析

### 3.2 中国移动支付业发展现状与趋势

- 3.2.1 移动支付业发展概况
- 3.2.2 移动支付市场发展规模
  - (1) 移动支付市场交易规模
  - (2) 移动支付市场用户规模
- 3.2.3 中国移动支付市场结构
- 3.2.4 中国移动支付核心企业竞争格局
  - (1) 移动支付市场企业份额分析
  - (2) 移动互联网支付市场企业份额
- 3.2.5 中国移动支付业发展趋势分析
  - (1) 移动支付产业将爆发式增长

- (2) 移动支付多项标准有望统一
- (3) 远程支付近场支付逐步融合
- (4) 移动支付平台开放成为趋势
- (5) 运营商将重点发力近场支付
- (6) 安全仍是移动支付核心要素

## 第4章：中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析

### 4.1 B2B发展现状与趋势分析

- 4.1.1 B2B发展规模
  - (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
- 4.1.2 B2B电子商务行业市场竞争格局分析
  - (1) 企业营收及占有率分析
  - (2) 竞争地位分析
- 4.1.3 B2B发展趋势

### 4.2 网络零售发展现状与趋势分析

- 4.2.1 网络购物行业发展概况
- 4.2.2 网络购物行业市场分析
  - (1) 网络购物市场交易规模
  - (2) 网络购物市场企业规模
  - (3) 网络零售企业市场份额
  - (4) 网络购物市场用户规模
  - (5) 网络购物个人网店数量
  - (6) 网络购物目标客户群体分析
  - (7) 海外代购市场发展状况分析
- 4.2.3 网络购物运营模式分析
- 4.2.4 网络购物营销模式分析
- 4.2.5 网络购物行业发展趋势
- 4.2.6 B2C电子商务行业案例分析
  - (1) 百度“乐酷天”平台与失败原因分析
  - (2) 苏宁易购布局综合电子商务
  - (3) 1号店B2C电子商务运营模式分析

### 4.3 网络团购发展现状与趋势分析

- 4.3.1 网络团购行业发展概况
- 4.3.2 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
  - (5) 网络团购网站类型
- 4.3.3 网络团购市场存在问题及解决对策
- 4.3.4 网络团购行业发展趋势分析
- 4.3.5 2017年中国网络团购发展点评

### 4.4 网上支付发展现状与趋势分析

- 4.4.1 网上支付行业发展概况
- 4.4.2 网上支付交易市场现状分析
  - (1) 网上支付交易额规模
  - (2) 网上支付细分市场结构
- 4.4.3 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
- 4.4.4 网上支付主要认证体系发展现状与趋势
  - (1) 网上银行
    - 1) 网上银行市场规模分析
    - 2) 网上银行市场份额分析
    - 3) 网上银行用户分析

- 4) 网上银行市场发展趋势
- (2) 支付宝
  - 1) 支付宝市场发展分析
  - 2) 支付宝用户分析
  - 3) 支付宝市场发展趋势
- (3) 财付通
  - 1) 财付通市场发展分析
  - 2) 财付通用户分析
  - 3) 财付通市场发展趋势
- (4) 快钱
  - 1) 快钱市场发展分析
  - 2) 快钱用户分析
  - 3) 快钱市场发展趋势

#### 4.4.5 网上支付行业发展趋势分析

### 第5章：电子商务配套行业发展现状与趋势分析

#### 5.1 电子商务物流业发展现状与趋势分析

##### 5.1.1 中国电子商务物流发展现状与趋势

- (1) 电子商务物流发展概况
- (2) 中国电子商务物流市场运行情况
  - 1) 快递业市场规模分析
  - 2) 物流行业市场运行分析
- (3) 中国电子商务物流现存问题
- (4) 中国电子商务物流改进对策
- (5) 中国电子商务物流发展态势

##### 5.1.2 电子商务物流主要模式与优劣势分析

- (1) 自营物流模式与优劣势分析
- (2) 物流联盟模式与优劣势分析
- (3) 第三方物流模式与优劣势分析
- (4) 第四方物流模式与优劣势分析
- (5) 物流一体化模式与优劣势分析

##### 5.1.3 国际优秀电子商务物流案例分析

- (1) 美国电子商务物流案例分析
  - 1) 美国加州食品配送中心案例分析
  - 2) 美国沃尔玛商品配送中心案例分析
  - 3) 美国福来明食品配送中心案例分析
- (2) 日本电子商务物流案例分析
  - 1) 日本花王公司介绍
  - 2) 电子商务物流管理分析
  - 3) 启示：利用电子商务优化物流系统

##### 5.1.4 中国主要电子商务企业物流发展状况分析

- (1) 阿里巴巴集团物流发展状况分析
- (2) 京东商城物流发展状况分析
- (3) 当当网物流发展状况分析
- (4) 凡客诚品物流发展状况分析

#### 5.2 互联网发展现状与趋势分析

##### 5.2.1 互联网发展规模分析

- (1) 互联网网民规模
- (2) 互联网资源规模

##### 5.2.2 网络经济发展分析

##### 5.2.3 网络应用发展情况

- (1) 新闻网站
- (2) 网络视频
- (3) 搜索引擎
- (4) 即时通信
- (5) 网络社区
- (6) 微博
  - 1) 数字音乐

##### 5.2.4 互联网行业发展趋势分析

#### 5.3 电子商务服务业发展现状与趋势分析

- 5.3.1 电子商务服务业发展概况
- 5.3.2 电子商务服务业优秀案例分析
  - (1) 兴长信达案例分析
  - (2) 易积科技案例分析
  - (3) 四海商舟案例分析
- 5.3.3 中国电子商务第三方代运营市场分析
  - (1) 中国电子商务第三方代运营市场规模分析
  - (2) 中国电子商务第三方服务市场面临的问题
- 5.3.4 电子商务服务业发展趋势分析

## 第6章：中国电子商务行业主要运营模式分析

### 6.1 B2B电子商务模式

- 6.1.1 B2B电子商务模式概述
- 6.1.2 中国B2B电子商务盈利模式
- 6.1.3 中国B2B电子商务目标客户
- 6.1.4 中国B2B电子商务采购特征
- 6.1.5 中国B2B电子商务物流特征
- 6.1.6 中国B2B电子商务成本分析
- 6.1.7 中国B2B电子商务存在的问题及对策
  - (1) 存在的问题
  - (2) 对策分析

### 6.2 B2C电子商务模式

- 6.2.1 B2C电子商务模式概述
- 6.2.2 中国B2C电子商务盈利模式
- 6.2.3 中国B2C电子商务目标用户
- 6.2.4 中国B2C电子商务采购特征
- 6.2.5 中国B2C电子商务物流特征
- 6.2.6 中国B2C电子商务成本分析
- 6.2.7 中国B2C电子商务存在的问题及对策
  - (1) 存在的问题
  - (2) 对策分析

### 6.3 C2C电子商务模式

- 6.3.1 C2C电子商务模式概述
- 6.3.2 中国C2C电子商务盈利模式
- 6.3.3 中国C2C电子商务目标客户
- 6.3.4 中国C2C电子商务物流特征
- 6.3.5 中国C2C电子商务成本分析
- 6.3.6 中国C2C电子商务存在的问题及对策
  - (1) 存在的问题
  - (2) 对策分析

### 6.4 其他电子商务模式

- 6.4.1 O2O电子商务模式
  - (1) O2O模式定义
  - (2) O2O模式主要案例
  - (3) O2O模式发展前景
- 6.4.2 C2G电子商务模式
- 6.4.3 B2M电子商务模式
- 6.4.4 M2C电子商务模式
- 6.4.5 B2G电子商务模式
- 6.4.6 社交电子商务模式

## 第7章：中国电子商务行业营销模式与案例分析

### 7.1 微信营销模式与案例分析

- 7.1.1 微信功能概述及营销价值
- 7.1.2 微信用户行为及营销现状
- 7.1.3 微信的主要营销模式分析
- 7.1.4 微信营销的步骤、方法与技巧
- 7.1.5 微信运营与营销优秀案例详解
- 7.1.6 微信营销效果的评估标准分析
- 7.1.7 微信下企业的CRM策略分析

### 7.2 APP营销模式与案例分析

- 7.2.1 APP营销的特点与价值
- 7.2.2 企业APP营销背景分析
- 7.2.3 APP体系与功能策略方向
- 7.2.4 APP营销的创意路径
- 7.2.5 APP用户体验设计技巧
- 7.2.6 如何找准APP目标客户
- 7.2.7 APP推广的技巧与方法
- 7.2.8 APP如何提升运营效果
- 7.2.9 APP营销优秀实战案例

### 7.3 搜索引擎营销模式与案例分析

- 7.3.1 搜索引擎营销分析
- 7.3.2 搜索引擎营销现状分析
- 7.3.3 搜索引擎营销成本收益分析
- 7.3.4 搜索引擎营销案例分析

### 7.4 论坛营销模式与案例分析

- 7.4.1 论坛营销分析
- 7.4.2 论坛营销现状分析
- 7.4.3 论坛营销成本收益分析
- 7.4.4 论坛营销案例分析

### 7.5 博客营销模式与案例分析

- 7.5.1 博客营销分析
- 7.5.2 博客营销现状分析
- 7.5.3 博客营销成本收益分析
- 7.5.4 博客营销案例分析

### 7.6 微博营销模式与案例分析

- 7.6.1 微博营销分析
- 7.6.2 微博营销现状分析
- 7.6.3 微博营销成本收益分析
- 7.6.4 微博营销案例分析

### 7.7 视频营销模式与案例分析

- 7.7.1 视频营销分析
- 7.7.2 视频营销现状分析
- 7.7.3 视频营销成本收益分析
- 7.7.4 视频营销案例分析

### 7.8 问答营销模式与案例分析

- 7.8.1 问答营销分析
- 7.8.2 问答营销现状分析
- 7.8.3 问答营销成本收益分析
- 7.8.4 问答营销案例分析

### 7.9 权威百科营销模式与案例分析

- 7.9.1 权威百科营销分析
- 7.9.2 权威百科营销现状分析
- 7.9.3 权威百科营销成本收益分析
- 7.9.4 权威百科营销案例分析

### 7.10 企业新闻营销模式与案例分析

- 7.10.1 企业新闻营销分析
- 7.10.2 企业新闻营销现状分析
- 7.10.3 企业新闻营销成本收益分析
- 7.10.4 企业新闻营销案例分析

## 第8章：中国电子商务行业领先网站运营分析

### 8.1 中国领先B2B电子商务网站个案分析

- 8.1.1 B2B网站模式分析
  - (1) 以供求商机信息服务为主的行业B2B模式
  - (2) 以行业资讯服务为主的行业B2B门户模式
  - (3) 以招商加盟服务为主的行业B2B模式
  - (4) 以项目外包服务为主的行业B2B模式
  - (5) 以在线交易服务为主的行业B2B模式
  - (6) 以技术社区服务为主的行业B2B门户模式
- 8.1.2 阿里巴巴

- (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

#### 8.1.3 生意宝

- (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

#### 8.1.4 中国制造网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模
- (3) 网络营销策略
- (4) 网站盈利模式
- (5) 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
- (6) 网站最新发展动向分析

#### 8.1.5 慧聪网

- (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

#### 8.1.6 环球资源

- (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

#### 8.1.7 我的钢铁网

- (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
- 8.1.8 敦煌网
- (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
- 8.1.9 淘金地
- (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
- 8.1.10 中国供应商
- (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
- 8.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析**
- 8.2.1 B2C网站盈利模式分析
- 8.2.2 天猫商城
- (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
- 8.2.3 京东商城
- (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
- 8.2.4 亚马逊中国
- (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
- 8.2.5 当当网
- (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
- 8.2.6 1号店
- (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
- 8.2.7 橡果国际
- (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) 主要指标分析
  - (7) 网站最新发展动向分析
- 8.2.8 苏宁电器
- (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
- 8.2.9 国美在线
- (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
- 8.2.10 美团网
- (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
- 8.2.11 唯品会
- (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) 主要指标分析
- (8) 网站最新发展动向分析
- 8.2.12 梦芭莎
  - (1) 网站简介
  - (2) 网站会员规模
  - (3) 网站主营业务分析
  - (4) 网络商业模式
  - (5) 网络营销策略
  - (6) 网站盈利模式
  - (7) 网站经营状况分析
  - (8) 网站最新发展动向分析
- 8.2.13 走秀网
  - (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) 网站最新发展动向分析
- 8.2.14 新七天电器网
  - (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) 网站最新发展动向分析
- 8.2.15 携程旅行网
  - (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
- 8.2.16 凡客诚品
  - (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
- 8.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析**
  - 8.3.1 淘宝网
    - (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
  - 8.3.2 孔夫子旧书网
    - (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

#### 8.3.3 易趣网

- (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9章：中国电子商务行业投融资分析

#### 9.1 电子商务行业投资特性分析

- 9.1.1 电子商务行业进入壁垒分析
- 9.1.2 电子商务行业盈利模式分析
  - (1) 电子商务企业主要盈利模式
  - (2) 中国网络团购网站盈利模式
- 9.1.3 电子商务行业盈利因素分析

#### 9.2 电子商务行业投资现状及前景

- 9.2.1 电子商务行业投资现状分析
  - (1) 电子商务行业投资方向分析
  - (2) 电子商务行业投资风险分析
  - (3) 电子商务行业投资存在的问题
  - (4) 电子商务行业主要投资建议
- 9.2.2 电子商务行业投资前景预测

#### 9.3 电子商务行业融资现状及前景

- 9.3.1 电子商务行业融资情况分析
  - (1) 企业融资事件
  - (2) 融资金额分析
  - (3) 细分行业融资比例分析
  - (4) 融资单笔金额分析
  - (5) 融资基金类别分析
  - (6) 融资城市分布分析
  - (7) 电子商务行业融资存在的问题
  - (8) 电子商务行业主要融资建议
- 9.3.2 电子商务行业融资前景预测

## 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：电子商务主要应用领域
- 图表4：2013-2018年电子商务占GDP比重情况（单位：%）
- 图表5：电子商务和信息化司的主要职能
- 图表6：电子商务行业相关政策汇总与解读
- 图表7：电子商务行业支付与快递环节相关政策法规
- 图表8：中国电子商务行业“十三五”规划发展重点
- 图表9：上海市电子商务行业规划解读
- 图表10：《杭州市“十三五”电子商务发展规划》相关内容
- 图表11：《北京市电子商务发展“十三五”规划》相关内容
- 图表12：2013-2018年我国GDP增速（单位：%）
- 图表13：2013-2018年全社会固定资产投资额及同比增速（单位：亿元，%）
- 图表14：2018年主要经济指标增长及预测（单位：%）
- 图表15：2013-2018年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）
- 图表16：2013-2018年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）
- 图表17：2013-2018年我国社会消费品零售总额及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表18：2013-2018年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）

- 图表19: 截至2018年电子商务相关专利申请企业综合比较 (单位: 项)
- 图表20: 截至2018年我国电子商务相关专利分布领域 (前十位) (单位: 项)
- 图表21: 中国电子商务行业发展机遇与威胁分析
- 图表22: 2013-2018年全球电子商务销售收入 (单位: 万亿美元)
- 图表23: 全球电子商务模式结构 (单位: %)
- 图表24: 全球电子商务国家排名情况
- 图表25: 2019-2024年美国电子商务市场规模及增长情况预测 (单位: 亿美元, %)
- 图表26: 2013-2018年欧洲网上零售交易规模 (单位: 亿美元, %)
- 图表27: 欧洲各国B2C交易额移动端占比 (单位: %)
- 图表28: 日本电子商务发展战略
- 图表29: 2013-2018年韩国电子商务市场规模及增长情况 (单位: 万亿韩元, %)
- 图表30: 2019-2024年全球电子商务销售收入预测 (单位: 万亿美元)
- 图表31: 2013-2018年中国电子商务交易额增长情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表32: 中国电子商务区域分布情况 (单位: %)
- 图表33: 中国电子商务行业分布情况 (单位: %)
- 图表34: 2013-2018年中国电子商务直接从业人员规模 (单位: 万人)
- 图表35: 2013-2018年中国电子商务带动从业人员规模 (单位: 万人)
- 图表36: 2019-2024年中国电子商务市场交易额预测 (单位: 万亿元)
- 图表37: 中国电子商务城市十强榜单
- 图表38: 中国移动电子商务发展历程
- 图表39: 移动电子商务产业链
- 图表40: 移动电子商务产业链主体
- 图表41: 2013-2018年我国智能手机保有量 (单位: 亿台, %)
- 图表42: 2013-2018年中国移动电子商务实物交易用户规模 (单位: 万户, %)
- 图表43: 2013-2018年中国移动互联网市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表44: 移动电子商务取得快速发展原因分析
- 图表45: 中国移动购物企业交易规模占比 (单位: %)
- 图表46: 中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 图表47: 移动支付业务种类
- 图表48: 移动支付方式的发展趋势
- 图表49: 2013-2018年中国移动支付交易规模及环比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表50: 2013-2018年中国移动支付市场用户规模及预测 (单位: 万人, %)
- 图表51: 2013-2018年国内移动支付交易方式结构 (单位: %)
- 图表52: 国内移动支付市场企业份额分析 (单位: %)
- 图表53: 国内移动互联网支付市场企业份额分析 (单位: %)
- 图表54: 2013-2018年中国电子商务B2B交易规模 (单位: 万亿元, %)
- 图表55: 2013-2018年中国电子商务B2B企业数量规模 (单位: 家, %)
- 图表56: 2013-2018年中国中小企业B2B营收规模 (单位: 亿元, %)
- 图表57: 2013-2018年中国电子商务B2B用户规模 (单位: 万人, %)
- 图表58: 中国电子商务B2B企业市场份额 (单位: %)
- 图表59: 我国B2B电子商务企业竞争地位的划分
- 图表60: 我国B2B电子商务发展趋势
- 图表61: 2013-2018年中国网购市场交易规模 (单位: 亿元, %)
- 图表62: 2013-2018年中国网购市场企业规模 (单位: 家, %)
- 图表63: B2C平台网络购物市场份额 (单位: %)
- 图表64: 2013-2018年中国网络购物市场用户规模 (单位: 亿人, %)
- 图表65: 2013-2018年网络购物个人网店数量规模 (单位: 万家, %)
- 图表66: 网络购物目标客户类别及营销措施
- 图表67: 2013-2018年海外代购交易规模 (单位: 亿元, %)
- 图表68: 我国网络购物行业发展趋势
- 图表69: 百度“乐酷天”B2B2C网络商城模式解剖
- 图表70: 国内几大B2C网络商城模式比较
- 图表71: 网络团购发展阶段
- 图表72: 中国团购网站累计关闭数量与累计运营数量 (单位: 家)
- 图表73: 中国团购开团数与商品销量对比 (单位: 万期, 万单)
- 图表74: 2013-2018年中国团购用户数量 (单位: 万人)
- 图表75: 2013-2018年中国网络团购市场交易额 (单位: 亿元)
- 图表76: 中国网络团购企业市场占有率 (单位: %)
- 图表77: 中国团购网站分类

- 图表78: 中国网络团购市场问题分析  
图表79: 我国网络团购行业发展趋势  
图表80: 我国电子支付发展阶段  
图表81: 2013-2018年网上支付交易规模 (单位: 亿元, %)  
图表82: 互联网支付细分应用行业交易规模结构 (单位: %)  
图表83: 信用但保型支付模式的流程  
图表84: 两种第三方支付平台的模式对比 (单位: %)  
图表85: 第三方支付企业与银行利益冲突分析  
图表86: 中国网上银行交易规模及同比增速 (单位: 万亿元, %)  
图表87: 中国网上银行交易规模市场份额分布 (单位: %)  
图表88: 2013-2018年中国网上银行用户数量 (单位: 万人, %)  
图表89: 部分商业银行个人网银产品动态  
图表90: 部分商业银行企业网银产品动态  
图表91: 2013-2018年支付宝交易市场份额 (单位: %)  
图表92: 支付宝互联网网站总覆盖人数 (单位: 万人)  
图表93: 2013-2018年财付通交易额规模市场份额 (单位: %)  
图表94: 财付通互联网网站总覆盖人数 (单位: 万人)  
图表95: 2013-2018年快钱交易额规模市场份额 (单位: %)  
图表96: 快钱互联网网站总覆盖人数 (单位: 万人)  
图表97: 我国快递业务收入情况 (单位: 亿元)  
图表98: 我国快递业务收入分专业情况 (单位: 亿元)  
图表99: 2013-2018年中国社会物流总额及增长情况 (单位: 万亿元, %)  
图表100: 2013-2018年中国社会物流总费用及增长情况 (单位: 万亿元, %)  
图表101: 中国电子商务物流现存问题分析  
图表102: 中国电子商务物流改进对策  
图表103: 电子商务物流主要模式  
图表104: 自营物流模式优劣势分析  
图表105: 物流联盟模式优劣势分析  
图表106: 第三方物流模式优劣势分析  
图表107: 第四方物流模式图  
图表108: 第四方物流模式优劣势分析  
图表109: 物流一体化模式优劣势分析  
图表110: 美国福来明公司食品配送中心管理经验  
图表111: 2013-2018年中国网民规模与普及率 (单位: 万人, %)  
图表112: 2015-2018年中国互联网基础资源对比 (单位: 个, 块/32, Mbps, %)  
图表113: 2013-2018年中国网络经济市场规模 (单位: 亿元, %)  
图表114: 2013-2018年中国网络新闻用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
图表115: 2013-2018年中国网络视频用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
图表116: 2013-2018年中国搜索引擎用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
图表117: 2013-2018年中国即时通信用户数及使用率 (单位: 万人, %)  
图表118: 2013-2018年中国社交网站用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
图表119: 2013-2018年中国微博用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
图表120: 2013-2018年中国数字音乐用户数及环比增速 (单位: 万人, %)  
略 . . . 完整目录请咨询客服

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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！