

2024-2030年中国电子商务 行业发展趋势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国电子商务行业发展趋势与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202401/436866.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

电子商务是指以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网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；以互联网为媒介的商业行为均属于电子商务的范畴。

当前网民规模8.3亿，网络购物人群6.1亿，网络购物渗透率76.3%。2018年我国网络购物规模超过9.3万亿，同比去年增长31%，最近8年CAGR超过42%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国电子商务行业发展趋势与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国电子商务行业市场发展环境、电子商务整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国电子商务行业，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 电子商务概述

第一节 电子商务相关介绍

一、电子商务的概念

二、电子商务的分类

三、电子商务的作用

四、电子商务主要应用系统

第二节 电子商务的发展

一、电子商务的三大阶段

二、电子商务发展的支撑环境

第二章 世界电子商务概况

第一节 世界电子商务发展状况

一、世界电子商务的发展历程

二、欧美国国家电子商务飞速发展的动因

三、欧盟地区电子商务发展分析

四、拉美欧盟地区电子商务发展迅猛

五、全球电子商务销售额预测

六、全球电子商务发展的四大趋势

第二节 美国

一、美国零售电子商务总额

二、美国电子商务销售情况分析

三、美国移动电子商务零售总额增长分析

第三节 英国

一、英国电子商务全球领先

二、英国人网购开支为全球领先

三、英国移动电子商务发展迅速

第四节 其他国家

一、新加坡电子商务发展迅速

二、法国电子商务发展迅猛

三、韩国电子商务的发展回顾

四、日本电子商务发展

第三章 中国电子商务行业

第一节 中国电子商务发展综述

一、中国电子商务的发展阶段

二、我国电子商务发展现状

三、我国电子商务发展存在的问题

第二节 2024-2030年中国电子商务行业发展现状

一、中国电子商务发展回顾

二、电子商务步入标准化时代

三、第四代电子商务助力产业升级

四、电子商务发展趋势

1、“新零售”会成为电商的替代词

2、网红电商洗牌，有核心竞争力的网红留下

3、跨境电商会全面开花，迎来绽放式发展

4、农村电商迎来优胜劣汰的升级

第三节 企业应用电子商务分析

一、电子商务提升企业竞争力

二、国内企业电子商务发展战略

第四节 中小企业电子商务的应用

一、电子商务给中小企业带来的收益

1、开展电子商务，有利于提高中小企业的总体竞争力

2、开展电子商务，有利于树立中小企业形象和品牌信誉

二、电子商务盈利模式在中小企业应用的重要作用

1、突破传统劣势，争取更多市场

2、完善产品品质，提高经营收益

3、优化管理方式，提升管理水平

三、中小企业电子商务运营模式的推进

1、起步阶段

2、成长阶段

3、成熟阶段

第五节 电子商务行业的盈利分析

一、中国电子商务的基本盈利模式

1、会员费

2、广告费

3、竞价排名

4、增值服务

二、影响电子商务盈利模式成功的因素

（一）政治因素：政策法规

（二）经济因素：消费水平

（三）社会因素：网络普及水平及使用习惯

（四）技术因素：网络技术发展

三、中国电子商务盈利难题

1、盈利模式的单一

2、盲目复制盈利模式

3、盈利模式持久性差

四、电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势

1、外贸行业发展不景气

第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略

一、中国电子商务行业发展隐忧

- (一) 行业管理体制有待理顺
- (二) 商业规则和法律法规不完善
- (三) 网络交易纠纷明显增多
- (四) 大多数电商交易企业的可持续发展能力不强
- (五) 物流配送效率低下

二、线上线下全渠道融合发展成为电子商务行业趋势

- 1、我国电子商务发展的新形势
- 2、我国电子商务已进入到相对成熟的新阶段
- 3、我国电子商务进入新的发展阶段

第四章 中国电子商务市场分析

第一节 2024-2030年中国电子商务市场概况

一、中国电子商务市场数据监测

- 1、电子商务市场整体数据
- 2、B2B行业数据
- 3、网络零售行业数据
- 4、电商投融资数据

三、中国网络购物市场数据监测

- (一) 市场规模
- (二) 网购结构
- (三) 市场格局
- (四) 竞争态势

四、电子商务行业发展预测

第二节 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

第三节 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

- 1、追求文化品位的消费心理
- 2、追求个性化的消费心理
- 3、追求自主、独立的消费心理
- 4、追求表现自我的消费心理
- 5、追求方便、快捷的消费心理
- 6、追求躲避干扰的消费心理

二、电子商务模式下消费者的类型

- 1、个人消费者
- 2、企业消费者
- 3、政府消费者

三、电子商务中现代企业的应对策略

- 1、产品定制化
- 2、价格柔性化
- 3、营销互动化
- 4、交易安全化
- 5、服务人性化

第四节 2022年中国网民电子商务用户研究

- 一、中国网民总体规模
- 二、中国手机网民规模
- 三、中国分省网民规模
- 四、中国网民城乡结构
- 五、网络购物用户消费调查

第五节 电子商务市场竞争状况

- 一、电子商务竞争特征
- 二、电子商务竞争市场格局
- 三、我国电子商务巨头发展情况分析
- 四、电子商务新一轮洗牌或将开始

第六节 中国主要地区电子商务发展概况

- 一、浙江省电子商务产业发展规划
- 二、上海市电子商务交易额
- 三、重庆电子商务产业分析
- 四、杭州市2022年跨境电子商务指数

- 五、河北省电子商务交易额
- 六、青岛市计划实现电子商务交易额过万亿元
- 七、深圳市电子商务交易额
- 八、北京电子商务发展分析
- 九、广州跨境电商进出口总值
- 十、广东放宽电子商务企业市场准入
- 十一、河北省电子商务发展规划
- 十二、2022年江西电商家用电器销售额最高
- 十三、在厦门电子商务发展水平位列全国第八
- 十四、湖南省电子商务发展情况

第七节 2022年中国农村地区电子商务发展分析

- 一、潜在机会
- 二、市场增量巨大
- 三、农村电商保持快速发展势头
- 四、农村电商服务环境日趋改善
- 五、农村电商产业链不断延伸
- 六、农村电商上线下融合趋势

第五章 B2B电子商务模式

第一节 中国B2B电子商务发展概况

- 一、B2B电子商务的定义及分类
 - 1、定义
 - 2、分类
- 二、B2B的发展阶段分析
 - 1、平台服务时期
 - 2、交易探索时期
- 三、中小企业B2B企业营收规模
- 四、中小企业B2B电子商务行业分析
- 五、2022年B2B网站排行榜
- 六、中国B2B市场发展前景展望
- 七、电商投资转向B2B
- 八、传统B2B平台发展趋势

- 1、行业巨头“变身”平台方
- 2、行业垂直细分越加服务化
- 3、B2B平台合作共享趋势
- 4、地方特色产业链集群
- 5、产业深度服务趋势
- 6、B2B企业服务SAAS模式成为关注焦点

九、传统企业转型B2B面临的三大问题

- 1、转型B2B电商模式遭遇人才瓶颈
- 2、B2B电商交易链体系尚未成熟
- 3、B2B电商现有法律法规不完善

十、中国B2B电子商务未来发展趋势

第二节 B2B在中国发展的社会结构性差异

- 一、发展B2B的基础设施和环境落后于西方
- 二、中国的行业结构对中国开展B2B网上交易损益参半

第三节 B2B在中国发展的文化差异

- 一、人际关系更加重要
- 二、企业的决策制度更集中
- 三、中国的企业业务流程不规范

第四节 中国B2B电子商务的前景展望和机会挑战

- 一、中国传统的大型企业将是B2B电子商务的主导者
- 二、出口导向型的中小企业将是B2B电子商务的积极参与者
- 三、行业生态型网站将领导中国B2B垂直型电子商务走向成熟

第六章 电子商务其他经营模式

第一节 B2C（企业对消费者）

- 一、B2C模式概述
- 二、B2C电子商务模式具体分类
 - 1、综合B2C电子商务模式
 - 2、垂直B2C电子商务模式
 - 3、传统企业转型电子直销模式的B2C电子商务模式
 - 4、第三方交易平台型B2C电子商务模式
 - 5、传统零售商网络销售型B2C电子商务模式

6、纯网商B2C电子商务模式

三、中国B2C市场交易额

四、中国电商位居世界第一

第二节 C2C（消费者对消费者）

一、C2C的概念

二、C2C发展趋势

1、收费政策和多元化盈利模式逐步确立

2、C2C与B2C等其他模式的融合

3、C2C市场竞争愈发集中

第三节 C2B（消费者对企业）

一、C2B电子商务模式的概念

二、C2B电子商务模式的应用

1、传统的电子商务模式

2、C2B模式

3、客户关系管理对C2B模式的影响

4、C2B模式的发展

三、电子商务C2B营销新模式发展探析

1、聚合需求形式

2、个性化定制

3、要约形式

四、C2B电子商务模式发展展望

五、家电未来将走C2B定制化之路

六、格力与天猫将成立联合实验室主推C2B定制

七、企业转型青睐C2B模式

1、B2C模式案例：空调产品的设计、生产、流通、消费过程

2、C2B模式案例：定制衣柜产品的设计、生产、流通、消费过程

第四节 网络团购

第七章 移动电子商务所属行业发展分析

第一节 移动电子商务概述

一、移动电子商务的含义及服务内容

二、移动电子商务的优点

三、移动电子商务的应用

四、移动电子商务主要技术分析

第二节 中国移动电子商务市场发展分析

一、移动电商市场增长迅猛因素

二、中国移动购物交易规模

三、中国移动支付交易规模

六、全球移动支付市场、技术竞争分析

七、移动电子商务企业发展展望

第三节 中国主要地区移动电子商务发展状况

一、成都全市移动电子商务交易额

二、广东移动推“移付易”布局电子商务

第四节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题

1、理论研究不够深入

2、安全保障不够

3、诚信缺失

4、支付手段缺乏安全保障

二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策

第五节 移动电子商务的市场前景及发展趋势

一、实体向商务转型的发展趋势

二、市场规模扩展的发展趋势

三、便捷和安全性统一发展的趋势

四、合作和多元化的发展趋势

第八章 电子商务对企业的影响

第一节 电子商务对企业的影响

一、电子商务与企业的联系

二、我国电子商务营销超越传统营销

第二节 电子商务对企业成本的影响

一、企业应用电子商务所需要的各项成本透析

1、技术成本

2、安全成本

3、信息成本

4、物流配送成本

5、风险成本

二、电子商务在企业成本节约中的作用

(一) 采购成本的节约

(二) 库存成本的节约

(三) 中间费用的节约

(四) 信息成本的节约

(五) 生产成本的节约

(六) 销售费用的节约

(七) 管理成本的节约

三、电子商务环境下的战略成本管理

1、价值链分析

2、成本动因分析

3、战略定位分析

第三节 电子商务对企业现金管理的影响

一、企业现金构成项目的变化

二、对企业最佳现金持有量确定的影响

三、使企业现金收支管理策略改变

四、优化企业短期融投资

五、实施零现金余额管理

六、从整体上提高现金流转效率

第九章 电子商务在不同行业的应用

第一节 农业电子商务

一、农业电子商务模式概述

二、农业电子商务主要运行模式分析

三、中国农业电子商务的应用与发展分析

1、网络模式下农业产业的体现

2、电子商务在我国农业领域的作用分析

四、我国涉农电子商务快速增长

五、农产品企业投身电子商务分析

六、中国农业电子商务发展潜力巨大

第二节 零售业电子商务

一、国内传统零售业纷纷触网

- 1、传统零售企业转型押宝O2O
- 2、O2O转型传统零售企业走的弯路多
- 3、O2O转型不能一个模子照搬

二、国际零售业巨头布局中国电子商务市场

三、B2C零售业的行业特点

- 1、大型B2C网上零售平台崛起
- 2、商品品类增加和优化
- 3、在线支付比例仍然不高

四、电商背景下传统零售商的出路

(一) 在战略决策上

(二) 在战术选择上

五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮

六、中国零售业电子商务发展中存在的问题

- 1、运营体制完善缺乏经验
- 2、线上线下价格差距很难协调
- 3、现有物流模式不够精细
- 4、难以适应新的消费模式

第三节 医药电子商务

一、我国医药电子商务规模分析

二、重庆获批国家医药流通电子商务试点

三、电子商务与医药物流整合分销成趋势

四、中国医药电子商务发展前景预测

第四节 汽车零部件业电子商务

一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处

二、国际汽车零部件业电子商务发展分析

三、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展

四、我国汽车零部件企业发展电子商务的建议

第五节 旅游业的电子商务

一、旅游电子商务概念及特性

1、概念

2、特征

二、旅游业开展电子商务的优势

三、中国在线旅游市场交易规模

四、在线旅游市场竞争格局及趋势

五、中国旅游电子商务发展前景预测

六、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题

七、发展我国旅游业电子商务的对策

第六节 物流业电子商务

一、电子商务物流概述

二、我国电子商务物流业的发展对策

三、电子商务物流业的发展趋势

1、一流服务

2、信息化

3、全球化

第十章 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、“支付安全”成网民最关心网络安全话题

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

1、保障电子商务安全的网路技术

2、电子商务安全中的签名认证技术

3、完善管理机制

4、针对电子商务安全制定的相关法律

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

1、加密/解密技术

2、防火墙技术

3、数字签名技术

4、数字证书技术

5、安全协议技术

二、电子商务信息安全协议

(一) DIGICASH

2、FIRST VIRTUAL

3、SSL

4、SET

5、NETBILL

第三节 移动电子商务安全

一、移动电子商务信息系统安全概述

1、移动电子商务信息系统安全概念

2、移动电子商务信息系统安全类型

二、移动电子商务安全支付方案

三、移动电子商务中的安全隐患

(一) 技术面临的主要问题

(二) 管理上面临的主要问题

(三) 法律上面临的主要问题

四、移动电子商务安全技术解决方案

(一) 技术措施

(二) 管理措施

(三) 法律措施

第四节 电子商务的诚信体系

一、我国电子商务信用中存在的问题

二、加强中国电子商务信用建设的措施

1、加强电子商务法律法规的建设

2、加强行业自律

3、增强政府引导与管理能力

4、加强网络技术的开发和应用

5、严厉打击违法违规行为，切实维护消费者合法权益

第十一章 网上支付市场分析

第一节 中国网上支付发展概述

一、网上支付发展历史

二、网上支付系统的结构

三、网上支付主要分类

四、网上支付系统典型流程

第二节 网上支付模式分析

第三节 中国网络购物市场网上支付分析

一、我国使用网上支付的用户规模

二、中国互联网支付交易规模

三、中国第三方支付市场整体交易规模

第四节 中国网上银行分析

一、中国网上银行技术要求

二、中国网上银行的特点

三、中国网上银行市场交易额

四、中国网上银行存在的问题及发展策略

第十二章 中国电子商务行业的政策环境

第一节 电子商务立法的核心部分

一、中国电子商务立法总则

1、立法目的

2、立法原则

3、适用范围

4、法律冲突的解决

二、我国电子商务立法进程

三、电子商务监管立法全面启动

四、国内首份电子商务法律报告发布

第二节 我国电子商务政策解读与预测

一、我国网络零售市场的政策环境

二、国务院出台政策保护电子商务个人信息

三、商务部：进一步完善电子商务法规和政策环境

四、电子商务征税正在调研

第三节 中国电子商务立法研究

一、中国电子商务立法的思路选择

二、中国电子商务法律体系的立法原则和核心内容

（一）中国电子商务法律体系的立法原则

（二）电子商务立法调整的核心内容 电子合同关系

三、中国电子商务规范发展面临的法律问题

四、对中国电子商务的立法建议

五、改革中国电子商务政策法律环境的策略

第十三章 重点电子商务企业分析

第一节 阿里巴巴

一、企业简介

二、企业经营状况

第二节 慧聪

一、企业简介

二、企业经营状况

第三节 京东

一、企业简介

二、企业经营状况

第四节 当当

一、企业简介

二、企业经营状况

第五节 亚马逊

一、企业简介

二、企业经营状况

第六节 苏宁云商

一、企业简介

二、企业经营状况

第十四章 中国电子商务规划及发展趋势

第一节 中国电子商务发展规划

一、发展现状与面临的形势

（一）发展现状

（二）面临的形势

二、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

三、重点任务

- 1、加快电子商务提质升级
- 2、推进电子商务与传统产业深度融合
- 3、发展电子商务要素市场
- 4、完善电子商务民生服务体系
- 5、优化电子商务治理环境

四、政策措施

- 1、加强组织领导
- 2、完善顶层设计
- 3、推进试点示范
- 4、优化资金投入
- 5、建立监督机制
- 6、增进国际合作

第二节 2024-2030年中国电子商务发展趋势

一、2022年电子商务企业发展趋势

- 1、电商平台影响继续扩大
- 2、大数据将改变客户体验
- 3、跨境电商将变得更具吸引力
- 4、物流将被重新定义
- 5、全渠道战略仍然很重要

二、中国电子商务市场前景预测

- 1、B2C成为电商领域的主旋律
- 2、移动电商的发展达到临界点
- 3、更多形式的电商结盟成为大势所趋
- 4、跨境电商的发展使得“买遍全球”成为现实

三、中国移动电子商务市场规模

四、2022年中国将成为全球第一大电子商务经济体

图表目录：

图表 1：2022年欧洲各国电商渗透率

图表 2：2024-2030年欧洲B2C市场规模 单位：十亿欧元

图表 3：2024-2030年美国电子商务交易增长率

图表 4：2024-2030年中国电子商务交易额分析

图表 5：2024-2030年中国电子商务服务企业从业人员规模分析

图表 6：2022年中国电子商务市场部分数据分析

图表 7：2024-2030年中国B2B电商市场交易规模分析

图表 8：2024-2030年中国网络零售行业市场交易规模分析

图表 9：2022年中国B2B电商融资金额分析

图表 10：2024-2030年中国网络购物用户规模分析

图表 11：2022年中国网购市场结构分析

图表 12：2022年中国B2C网络零售市场占比

图表 13：2024-2030年中国电子商务行业发展预测

图表 14：2024-2030年中国网民总体规模

图表 15：2024-2030年中国手机网民总体规模

图表 16：2022年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表 17：2024-2030年中国网民城乡结构

图表 18：湖南省2022年电子商务交易额成交类型

图表 19：2022年湖南省网络零售行业成交额

图表 20：2024-2030年湖南省电子商务交易额

图表 21：2024-2030年中国中小企业B2B营收规模分析

图表 22：2024-2030年中国主要中小企业B2B电商运营商平台市场份额

图表 23：2024-2030年中国B2C市场规模

图表 24：B2C模式案例：空调产品的设计、生产、流通、消费过程

图表 25：C2B模式案例：定制衣柜产品的设计、生产、流通、消费过程

图表 26：2024-2030年中国网络购物市场交易规模

图表 27：2024-2030年中国网络购物市场交易规模结构分析

图表 28：2024-2030年中国移动网购交易规模

图表 29：2024-2030年中国网上支付、移动支付交易规模统计

更多图表见正文....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436866.html>