

2020年中国电子商务行业市场现状分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电子商务行业市场现状分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/502679502679.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

【报告大纲】

第一章：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“十三五”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

第二章：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领先企业物流运营分析
- (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

第三章：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

第四章：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

第五章：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

第六章：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) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.2 环球资源竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.3 慧聪网竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.4 敦煌网竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.5 中国制造网竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.6 生意宝竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.7 志趣网竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.1.8 淘金地竞争策略分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.2 京东商城竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.3 苏宁电器竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.4 亚马逊中国竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.5 唯品会竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.6 国美在线竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.7 当当网竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.8 1号店竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.9 凡客诚品竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.10 美团网竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.3.2 拍拍网竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.3.3 易趣网竞争策略分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第七章：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3：2020年中国电子商务投诉领域分布（单位：%）

图表4：2020年中国电子商务投诉金额分布（单位：%）

图表5：2020年中国电子商务投诉性别比例（单位：%）

图表6：2020年网络购物服装与鞋类投诉标榜单（单位：%）

图表7：2020年中国网络购物十大被投诉网站（单位：%）

图表8：2020年中国网络购物被投诉网站榜单（单位：%）

图表9：2020年网络购物支付、快递投诉标榜单（单位：%）

图表10：2020年网络购物传统品牌投诉标榜单

图表详见报告正文 (GYCYY)

【简介】

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年中国电子商务行业市场现状分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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、阿里巴巴、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。

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/502679502679.html>