

2016-2022年中国电子商务产业发展监测及十三五 投资价值评估报告

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《2016-2022年中国电子商务产业发展监测及十三五投资价值评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/242723242723.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国电子商务产业发展监测及十三五投资价值评估报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、相关投资公司及有关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。本报告是为了了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章：电子商务行业定义及发展环境分析

1.1 电子商务行业定义

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) 南京市电子商务行业规划解读
 - 6) 石家庄电子商务行业规划解读
 - 7) 哈尔滨电子商务行业规划解读
 - 8) 安徽省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) 行业技术领先企业
 - (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
- 第二章：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
- 2.4 中国电子商务行业投诉分析
 - 2.4.1 行业整体投诉情况
 - (1) 领域分布
 - (2) 投诉金额
 - (3) 投诉性别
 - 2.4.2 网络零售投诉分析
 - (1) 热点投诉
 - (2) 投诉榜单

2.4.3 支付快递分析

2.4.4 传统品牌投诉分析

2.4.5 网络团购投诉

(1) 热点问题

(2) 十大网站

第三章：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分析

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

第四章：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

- (1) 2014年中国B2B行业十大事件
- (2) 未来中国B2B行业十大预测

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 2014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) 信用但保型支付模式
- (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

第五章：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 国际很好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
- (7) 博客/个人空间
- (8) 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 电子商务服务业很好案例分析

- (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

第六章：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

第七章：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 微信运营与营销很好案例详解

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营销很好实战案例

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

第八章：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 百纳网

- (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

8.1.11 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

8.1.12 中国网库

- (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

8.1.13 全球五金网

- (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

8.1.14 中国制造交易网

- (1) 网站简介
- (2) 网站会员规模

(3) 网站主营业务分析

(4) 网站盈利模式

(5) 网站经营状况分析

8.1.15 志趣网

(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

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 新蛋网

- (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

8.2.11 好乐买

- (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

8.2.12 麦考林

- (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

8.2.13 红孩子

(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

8.2.14 麦包包

(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

8.2.15 乐蜂网

(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

8.2.16 钻石小鸟

(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

8.2.17 芒果网

- (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

8.2.18 返利网

- (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

8.2.19 拉手网

- (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

8.2.20 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

8.2.21 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

8.2.22 易迅网

(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

8.2.23 乐淘网

(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

8.2.24 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

8.2.25 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

8.2.26 银泰网

- (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

8.2.27 名鞋库

- (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

8.2.28 兰缪

- (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) 网站经营情况分析

8.2.29 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

8.2.30 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

8.2.31 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

第九章：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：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：我国GDP增速（单位：%）
- 图表13：全社会固定资产投资额及同比增速（单位：亿元，%）
- 图表14：主要经济指标增长及预测（单位：%）
- 图表15：我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）
- 图表16：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：我国社会消费品零售总额及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表18：电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）
- 图表19：截至2015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2015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：全球电子商务销售收入及预测（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25：2008-2020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：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29：2007年以来韩国电子商务市场规模及增长情况（单位：万亿韩元，%）
- 图表30：2014-2020年全球电子商务销售收入预测（单位：万亿美元）
- 图表31：2010-2020年中国电子商务交易额及增长情况预测（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34：2010-2020年中国电子商务直接从业人员规模及预测（单位：万人）
- 图表35：中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）
- 图表36：2015-2020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：中国电子商务投诉领域分布（单位：%）

- 图表39：中国电子商务投诉涉及金额（单位：元，%）
- 图表40：中国电子商务投诉性别比例（单位：%）
- 图表41：网络购物投诉十大热点问题（单位：%）
- 图表42：中国网络购物十大被投诉网站（单位：%）
- 图表43：网络购物支付、快递投诉标榜单（单位：%）
- 图表44：网络购物传统品牌投诉标榜单
- 图表45：网络团购投诉十大热点问题（单位：%）
- 图表46：网络团购投诉十大网站（单位：%）
- 图表47：中国移动电子商务发展历程
- 图表48：移动电子商务产业链
- 图表49：移动电子商务产业链主体
- 图表50：2010-2020年我国智能手机保有量及同比增速预测（单位：亿台，%）
- 图表51：2009-2020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52：中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表53：移动电子商务取得快速发展原因分析
- 图表54：中国移动购物企业交易规模占比（单位：%）
- 图表55：中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 图表56：移动支付业务种类
- 图表57：移动支付方式的发展趋势
- 图表58：中国移动支付易规模及环比增速（单位：亿元，%）
- 图表59：中国移动支付市场用户规模及预测（单位：万人，%）
- 图表60：国内移动支付交易方式结构（单位：%）
- 图表61：国内移动支付市场企业份额分析（单位：%）
- 图表62：国内移动互联网支付市场企业份额分析（单位：%）
- 图表63：2010-2020年中国电子商务B2B交易规模及预测（单位：万亿元，%）
- 图表64：2010-2020年中国电子商务B2B企业数量规模及预测（单位：家，%）
- 图表65：2010-2020年中国中小企业B2B营收规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表66：2010-2020年中国电子商务B2B用户规模及预测（单位：万人，%）
- 图表67：中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%）
- 图表68：我国B2B电子商务企业竞争地位的划分
- 图表69：我国B2B电子商务发展趋势
- 图表70：中国网购市场交易规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表71：中国网购市场企业规模及同比增速（单位：家，%）
- 图表72：B2C平台网络购物市场份额（单位：%）
- 图表73：中国网络购物市场用户规模及同比增速（单位：亿人，%）

图表74：网络购物个人网店数量规模及同比增速（单位：万家，%）

图表75：网络购物目标客户类别及营销措施

图表76：海外代购交易规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表77：我国网络购物行业发展趋势

图表78：百度“乐酷天”B2B2C网络商城模式解剖

图表79：国内几大B2C网络商城模式比较

图表80：网络团购发展阶段

图表81：中国团购网站累计关闭数量与累计运营数量（单位：家）

图表82：中国团购开团数与商品销量对比（单位：万期，万单）

图表83：中国团购用户数量（单位：万人）

图表84：中国网络团购市场交易额（单位：亿元）

图表85：中国网络团购企业市场占有率（单位：%）

图表86：中国团购网站分类

图表87：中国网络团购市场问题分析

图表88：我国网络团购行业发展趋势

图表89：我国电子支付发展阶段

图表90：2015-2020年网上支付交易规模及预测（单位：亿元，%）

图表91：互联网支付细分应用行业交易规模结构（单位：%）

图表92：信用但保型支付模式的流程

图表93：两种第三方支付平台的模式对比（单位：%）

图表94：第三方支付企业与银行利益冲突分析

图表95：中国网上银行交易规模及同比增速（单位：万亿元，%）

图表96：中国网上银行交易规模市场份额分布（单位：%）

图表97：中国网上银行用户数量及环比增速（单位：万人，%）

图表98：部分商业银行个人网银产品动态

图表99：部分商业银行企业网银产品动态

图表100：支付宝交易市场份额（单位：%）

图表101：支付宝互联网网站总覆盖人数（单位：万人）

图表102：财付通交易额规模市场份额（单位：%）

图表103：财付通互联网网站总覆盖人数（单位：万人）

图表104：快钱交易额规模市场份额（单位：%）

图表105：快钱互联网网站总覆盖人数（单位：万人）

图表106：我国快递业务收入情况（单位：亿元）

图表107：我国快递业务收入分专业情况（单位：亿元）

图表108：中国社会物流总额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表109：中国社会物流总费用及增长情况（单位：万亿元，%）

图表110：中国电子商务物流现存问题分析

图表111：中国电子商务物流改进对策

图表112：电子商务物流主要模式

图表113：自营物流模式优劣势分析

图表114：物流联盟模式优劣势分析

图表115：第三方物流模式优劣势分析

图表116：第四方物流模式图

图表117：第四方物流模式优劣势分析

图表118：物流一体化模式优劣势分析

图表119：美国福来明公司食品配送中心管理经验

图表120：中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

.....略

图片详见报告正文•••••（GY LX）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/242723242723.html>