

2017-2022年中国电子商务市场运营现状及十三五 发展策略分析报告

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《2017-2022年中国电子商务市场运营现状及十三五发展策略分析报告》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/259806259806.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

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

中国报告网发布的《2017-2022年中国电子商务市场运营现状及十三五发展策略分析报告》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。

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、中国电子商务的发展

三、电子商务发展的支撑环境

第二章全球电子商务概况

第一节全球电子商务发展状况

一、全球电子商务的发展历程

二、欧美国家电子商务飞速发展的动因

三、拉美地区电子商务发展迅猛

四、2016年欧洲电子商务网站排名

五、2014-2016年全球电子商务销售额预测

六、2016年中国将成全球最大电子商务市场

第二节全球电子商务立法

一、《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》

二、《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》

三、《国际海事委员会电子提单规则》

四、《跟单信用证统一惯例关于电子交单的附则》

第三节美国

一、美国电子商务领域十年成果综述

二、2016年美国零售业电子商务概况

三、2016年美国零售业电子商务概况

四、美国电子商务迅速发展的原因

五、2016年底美国电子商务海外销售预测

六、2016年美国移动电子商务市场规模预测

第四节英国

一、2016年英国电子商务销售额

二、英国电子商务的政策体系解析

三、2016年英国电子商务销售额涨势强劲

四、2016年英国电子商务全球领先

第五节其他国家

一、新加坡政府力促电子商务发展

二、2016年阿根廷网上交易发展势头迅速

三、2016年法国电子商务发展迅猛

四、2016年韩国电子商务的发展回顾

五、日本B2C进入中国开启中日购物新模式

第三章中国电子商务行业发展分析

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、中国电子商务税收政策

三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节中国电子商务行业发展现状

一、2016年中国电子商务行业发展特征与趋势

二、2016年中国电子商务行业发展分析

三、2016年电子商务高速增长催热投资潮

四、2016年淘宝围城事件呼唤电子商务行业规则

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
- 三、传统企业开展电子商务营销之三大主流模式
- 四、2016年中国行业电子商务网站会员总量规模

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
- 二、中小企业电子商务服务模式的构建
- 三、2016年国内中小企业电子商务应用分析

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
- 二、影响电子商务盈利模式成功的因素
- 三、2016年电子商务盈利情况分析
- 四、2016年电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势

第六节中国电子商务行业存在的问题及策略

- 一、2016年中国电子商务行业发展隐忧监测
- 二、“十二五”期间制约我国电子商务发展的关键因素
- 三、“十二五”期间我国电子商务发展方向与策略
- 四、我国发展电子商务的原则与模式选择

第四章中国电子商务市场概况

第一节2014-2016年中国电子商务市场概况

- 一、2016年电子商务市场发展分析
- 二、2016年中国电子商务市场综述
- 三、2016年中国电子商务市场发展综述
- 四、2016年中国电子商务市场数据监测

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
- 二、制约电子商务发展的心理因素分析
- 三、电子商务中现代企业的应对策略

第四节2016年中国网民电子商务行为研究

- 一、2016年中国网民电子商务行为区域数据分析

- 二、2016年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计分析
- 三、2016年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计分析
- 四、2016年用户发生电子商务行为时段统计分析
- 五、2016年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计分析
- 六、2016年用户发生电子商务行为场所统计分析
- 七、2016年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计分析
- 八、2016年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计分析
- 九、2016年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计分析
- 十、2016年中国电子商务市场交易规模统计分析
- 十一、2016年知名电子商务网站前三甲统计分析
- 十二、2016年电子商务平台合作物流公司排行榜
- 十三、2016年中国电子商务网站用户体验排行榜

第五节电子商务市场竞争状况

- 一、2016年电子商务竞争格局加剧
- 二、2016年电子商务市场格局
- 三、2016年沃尔玛在华启动电子商务
- 四、2016年电子商务发展是国美核心发展战略的重要组成

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十二五发展规划
- 二、江苏省电子商务应用率高
- 三、上海将大力发展电子商务应用产业
- 四、深圳电子商务进入快速发展期
- 五、北京有望成为中国电子商务企业聚集地
- 六、重庆新政扶持电子商务产业提速

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
- 二、B2B的发展阶段分析
- 三、2016年中国B2B电子商务发展现状及产业规模
- 四、2012Q2中国B2B电子商务市场营收规模
- 五、中国B2B电子商务投资预测

第二节国内外B2B电子商务比较

- 一、基础设施
- 二、文化和社会差异
- 三、企业政策

第三节B2B电子商务竞争分析

- 一、B2B行业主要竞争手段分析
- 二、B2B电子商务渠道竞争分析
- 三、中国B2B市场主要企业竞争状况
- 四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

第四节B2B电子商务的问题及解决策略

- 一、综合类B2B企业所存在的问题
- 二、B2B电子商务网站优化中存在的问题
- 三、B2B电子商务网站的优化策略
- 四、第三方B2B电子商务平台投资策略

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
- 三、2016年中国网络零售发展现状及产业规模
- 四、2016年Q2中国B2C市场交易规模
- 五、2016年B2C领域平台竞争情况分析
- 六、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节C2C（消费者对消费者）

- 一、C2C的概念
- 二、2012Q2中国C2C网络购物市场
- 三、2016年盛大高调进军C2C市场

第三节C2B（消费者对企业）

- 一、C2B电子商务模式的概念
- 二、C2B电子商务模式产生的基础
- 三、C2B电子商务模式的应用
- 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起
- 五、电子商务C2B营销新模式发展探析
- 六、C2B电子商务模式发展展望
- 七、未来3-5年中国C2B将是电子商务引爆点

第四节网络团购

- 一、网络团购市场行业特征
- 二、网络团购企业规模
- 三、网络团购企业市场占有率

第七章移动电子商务发展分析

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

第二节利用移动技术实施直面客户电子商务模式

- 一、实施直面客户模式的基础分析
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第三节中国移动电子商务市场发展分析

- 一、移动电子商务市场行业特征
- 二、B2B移动电子商务市场交易规模
- 三、B2B类移动电子商务企业市场占有率
- 四、2016年我国手机电子商务市场规模
- 五、2016年移动电子商务市场行业特征
- 六、2016年移动电子商务潜力巨大迎来投资热潮

第四节中国主要地区移动电子商务发展状况

- 一、2016年湖南移动电子商务发展状况
- 二、2016年成都力争移动电子商务产业高地
- 三、2016年香格里拉旅游移动电子商务项目在迪庆启动

第五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
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策
- 三、创新移动电子商务模式投资策略探析
- 四、移动电子商务的几个营销策略
- 五、中国移动电子商务发展建议

第六节移动电子商务的市场前景及发展趋势

- 一、中国移动电子商务市场化前景广阔
- 二、移动电子商务发展趋势

第八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
- 四、农业电子商务期待建立第三方平台

五、我国农业电子商务平台的构建方案研究

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、电子商务给零售业带来的影响
- 二、2016年电子商务时代的零售连锁企业发展分析
- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐
- 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
- 七、我国零售业发展电子商务的新思路
- 八、零售业电子商务投资预测良好

第三节医药电子商务

- 一、2016年中国医药行业电子商务应用状况
- 二、2016年中医中药企业纷纷试水互联网电子商务
- 三、2016年众商潜入“蓝海”医药电子商务蓄势待发
- 四、电子商务与医药物流整合分销成趋势
- 五、中国医药电子商务趋势预测分析

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、中国汽车零部件电子商务应用状况
- 四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展
- 五、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
- 二、旅游业开展电子商务的优势
- 三、2016年我国旅游业电子商务的现状
- 四、电子商务在旅游业中的作用
- 五、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题
- 六、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、2016年我国电子商务物流业发展现状
- 三、我国电子商务物流业发展中存在的问题
- 四、2016年电子商务升级物流战略

五、我国电子商务物流业的发展对策

六、电子商务物流业的发展趋势

第九章电子商务对企业的影响

第一节电子商务对会计的影响

一、电子商务对会计的影响分析

二、电子商务浪潮中的会计革命

三、电子商务环境中会计明细信息的变化

四、电子商社环境下会计模式的变化

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

二、电子商务在企业成本节约中的作用

三、电子商务环境下的战略成本管理

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、电子商务安全协议分析与比较

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

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

二、电子商务数字认证及授权机构

三、电子商务信息安全协议

四、电子商务中的信息安全对策

第三节企业电子商务网站的安全

一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义

二、电子商务网站的系统安全控制

三、电子商务网站的数据安全控制

四、电子商务网络交易平台的安全控制

第四节移动电子商务安全

- 一、移动电子商务信息系统安全概述
- 二、移动电子商务安全支付方案
- 三、移动电子商务信息系统安全的趋势
- 四、移动电子商务中的安全隐患
- 五、移动电子商务安全技术解决方案

第五节电子商务的诚信体系

- 一、电子商务信用的建设的重要性
- 二、中国四种电子商务信用模式
- 三、我国电子商务信用中存在的问题
- 四、加强中国电子商务信用建设的措施

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、实现网上支付的必要条件
- 四、网上支付系统典型流程

第二节2014-2016年中国网上支付用户行为研究

- 一、中国网上支付用户属性分析
- 二、中国网上支付用户支付需求分析
- 三、中国网上支付用户支付特征分析
- 四、中国网上支付用户行为分析
- 五、中国网上支付用户对第三方支付平台的偏好分析

第三节中国网络购物市场网上支付分析

- 一、2016年中国第三方支付发展现状及产业规模
- 二、2016年中国网络购物市场交易规模
- 三、2016年中国支付行业网上支付业务交易规模
- 四、2016年中国网络购物用户规模预测

第四节中国航空客票市场网上支付分析

- 一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式
- 二、电子客票的网上支付存在的隐患
- 三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍

第五节中国网上银行分析

- 一、中国网上银行产业链结构

二、中国网上银行的发展阶段

三、中国网上银行的特点

四、2016年中国网上银行市场交易额

五、中国网上银行存在的问题及投资策略

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

二、数字化信息的法律效力

三、电子合同的法律效力

四、网络服务提供者的法律职责

第二节2012我国电子商务政策解读与预测

一、2016年多部门支持创建电子商务示范城市

二、商务部发布《第三方电子商务交易平台服务规范》

三、2016年商务部推四大电子商务平台

四、2016年商务部正研究制订《关于网上商业数据的保护办法》

五、2016年商务部加速电子商务行业“正规化”

六、2016年《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》发布

七、“十二五”期间政策助力电子商务发展

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

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

第四节电子商务行业的具体政策法规

一、《中华人民共和国电子签名法》

二、《北京市信息化促进条例》

三、《上海市数字认证管理办法》

四、《广东省电子商务交易条例》

第十三章重点电子商务企业分析

第一节环球资源

一、公司简介

二、2016年环球资源经营状况

三、2016年环球资源经营状况

四、2016年环球资源经营状况

第二节亚马逊公司

一、公司简介

二、2016年亚马逊公司经营状况分析

三、2016年亚马逊公司经营状况分析

四、2016年亚马逊公司经营状况分析

第三节阿里巴巴

一、公司简介

二、2016年阿里巴巴经营状况分析

三、2016年阿里巴巴经营状况分析

四、2016年阿里巴巴经营状况分析

第四节焦点科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第五节浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第六节慧聪国际

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第七节淘宝网

一、公司简介

二、淘宝网的产品与服务

三、2016年淘宝网运营情况

四、2016年阿里巴巴向淘宝商城追加18亿投资

五、2016年淘宝交易额预测

六、2016年淘宝商城交易额预计

第八节EBAY易趣

一、公司简介

二、2016年eBay经营状况

三、2016年eBay经营状况

四、2016年eBay经营状况

五、2016年eBay转型发布新网络购物平台

六、2016年eBay移动平台交易总额将达40亿美元

第十四章2017-2022年中国电子商务“十二五”规划及发展趋势

第一节“十二五”中国电子商务发展规划

一、我国电子商务发展现状

二、我国电子商务发展中存在的主要问题

三、指导思想和主要目标

四、工作任务

五、重点工程

六、保障措施

第二节2017-2022年中国电子商务发展趋势

一、2017-2022年中国电子商务市场趋势分析

二、2016年中国电子商务规模预测

三、2016年电子商务进入规模扩张阶段

四、2017-2022年开拓海外电子商务市场策略

(GYZT)

图表详见正文•••••

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/259806259806.html>