

2020-2025年中国电子商务行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国电子商务行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/tmt/619072.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务按照交易对象，可分为B2B（企业对企业）、B2C（企业对消费者）、B2G（企业对政府，）、C2C（消费者对消费者）、C2B（消费者对企业）等多种模式。

人均GDP是国家经济发展水平的主要指标。近年来我国人均GDP快速增长，城镇化水平不断提升，城乡居民购买力水平提高，加之互联网和电子商务技术的发展，我国城乡居民网络购物的需求也不断增长，电子商务交易额也随之快速提升。

通过对电子商务交易额与人均GDP之间关系进行线性回归分析，并对回归结果进行拟合度分析，发现电子商务交易额与人均GDP之间存在正相关关系，初步得到的线性关系为：

电子商务交易额=0.0009*人均GDP-27.012

进一步验证分析，该线性关系的拟合值为0.95，大于0.9的拟合标准，表示该线性关系是有效的。因此这也表示人均GDP会正向影响电子商务交易额，即人均GDP每增加1元，电子商务交易额则相应地会增加约9亿元。

国家统计局数据显示，2019年全年我国国内生产总值（GDP）为99.0865万亿元，稳居世界第二位，按照14亿人口计算，人均GDP接近7.08万元。预计2024年我国人均GDP将达到9万元左右，按照此趋势，预计2024年我国电子商务市场交易额将达到54万亿元。

电子商务交易额与人均GDP关系散点图

我国电子商务行业的发展与互联网普及率密切相关。数据显示，截至2020年3月，我国网民规模为9.04亿，互联网普及率达64.5%，数据表明，近年来我国互联网用户数量及普及率均保持增长趋势，庞大的网民构成了中国蓬勃发展的消费市场，也为电子商务发展打下了坚实的用户基础。截至2020年3月，我国网络购物用户规模达7.10亿，较2018年底增长16.4%，占网民整体的78.6%。

2013-2020年3月我国网民规模统计图

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：

第一部分 行业发展概述

第一章 中国电子商务行业运行环境

第一节 电子商务行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

一、电子商务经济环境

二、加快我国电子商务的经济环境建设

三、解决电子商务经济环境建设中的难题

第三节 政策发展环境

第四节 社会发展环境

第二部分 市场发展分析

第二章 中国电子商务行业发展分析

第一节 中国电子商务行业的发展概况

第二节 中国电子商务行业的发展

第三节 中国电子商务行业发展存在的问题

一、我国电子商务供需值得关注的问题

二、电子商务行业发展亟需解决的问题

第四节 中国电子商务行业的发展对策

第三章 中国电子商务所属行业经济运行分析

第一节 2015-2019年中国电子商务所属行业经济规模

第二节 2015-2019年中国电子商务所属行业区域结构

第三节 2015-2019年中国电子商务所属行业规模结构

第四节 2015-2019年中国电子商务所属行业控股结构

第四章 中国电子商务所属行业区域市场分析

第一节 东北地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第二节 华北地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第三节 华东地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第四节 华中地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第五节 华南地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第六节 西部地区

一、发展环境分析

二、发展现状分析

三、市场供需现状分析

第五章 中国电子商务所属行业盈利现状调研

第一节 2015-2019年中国电子商务所属行业整体运行指标

第二节 2015-2019年中国电子商务所属行业成本分析

一、电子商务的成本构成

二、企业电子商务中交易成本分析

第三节 2015-2019年中国电子商务所属行业产销运存分析

一、网络自身有局限性

二、搜索功能不够完善

三、用户消费观念跟不上

四、交易的安全性得不到保障

近年来网络零售市场增速逐渐放缓，但依然保持较大的市场规模，在整个社会消费品零售总额中占比将不断提升。2019年全国网上零售额106324亿元，比上年增长16.5%，全国电子商务交易额为36.8万亿元。

2012-2019年中国电子商务交易总额

从电子商务行业细分市场结构来看，B2B行业的交易规模依然占据着巨大部分的份额，2019年B2B市场交易额为24.56万亿元，B2C电商行业市场交易额为6.06万亿元。

2019年我国电子商务各细分市场交易额（亿元）

五、电子商务的管理还不够规范

六、税务问题

七、标准问题

八、支付问题

九、配送问题

十、知识产权问题

十一、电子合同的法律问题

十二、电子证据的认定

第四节 2015-2019年中国电子商务所属行业整体盈利指标

第五节 2015-2019年中国电子商务所属行业盈利结构分析

第三部分 行业竞争分析

第六章 中国电子商务行业重点企业分析

第一节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业财务指标

四、企业未来发展战略

第二节 苏宁电器股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业财务指标

四、企业未来发展战略

第三节 江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业财务指标

四、企业未来发展战略

第四节 海虹企业（控股）股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业财务指标

四、企业未来发展战略

第五节 恒生电子股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品结构

三、企业财务指标

四、企业未来发展战略

第七章 中国电子商务行业投资状况分析

第一节 电子商务行业投资优劣势分析

一、投资优势分析

二、投资劣势分析

第二节 电子商务行业投资概述

一、2015-2019年投资规模

二、2015-2019年投资结构

第三节 电子商务行业投资机会分析

一、电子商务行业投资项目分析

二、细分行业投资机会

三、上下游投资机会

第四节 电子商务行业投资前景预测

一、行业市场发展前景预测

二、行业市场蕴藏的商机

三、电子商务行业贸易战下的发展前景

第四部分 投资机会及风险分析

第八章 中国电子商务行业发展趋势与规划建议

第一节 中国电子商务市场趋势预测分析

第二节 中国电子商务市场供给趋势预测分析

第三节 中国电子商务市场需求趋势预测分析

第四节 中国电子商务行业发展规划建议

一、行业整体规划

二、产业整合建议

三、行业政策建议

第九章 中国电子商务行业企业发展策略建议

第一节 市场策略分析

一、价格策略分析

二、渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高电子商务行业企业竞争力的建议

一、提高中国电子商务企业核心竞争力的对策

二、电子商务企业提升竞争力的主要方向

三、电子商务企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高电子商务的策略

第四节 对我国电子商务品牌的战略思考

一、电子商务行业实施品牌战略的意义

二、电子商务行业企业品牌的现状分析

三、电子商务行业企业的品牌战略

四、电子商务行业品牌战略管理的策略

第十章 2020-2025年中国电子商务投资机会战略研究

第一节 中国电子商务产业投资概况「AK LCY」

一、中国电子商务投资状况分析

二、中国电子商务投资政策导向

三、电子商务行业投资价值分析

第二节 2020-2025年中国电子商务产业投资机会分析

一、电子商务竞争优势与投资机会

二、跨国电子商务存在的投资机会

三、电子商务垂直细分投资机会

四、电子商务投资机会

五、电子商务衍生业投资机会

第三节 2020-2025年中国电子商务产业投资风险分析

一、电子商务信息安全风险与防范

二、电子商务第三方支付风险控制

三、电子商务金融服务与风险防范

四、电子商务诚信问题分析

五、软件电子商务质量风险的规制

第四节 行业策略建议

一、电子商务风险分析

二、电子商务交易运行的风险与对策

图表目录：

图表 电子商务应用领域用户规模

图表 电商失败状况分析

图表 电子市场规模及增长状况分析

图表2020-2025年电子商务市场规模及增长预测分析

图表2015-2019年中国中小企业b2b电子商务营收规模及增长

图表2015-2019年中国移动电子商务用户规模及增长

图表2015-2019年全球智能手机供货量及增长

图表 中国电子商务行为区域最活跃的省份

图表 电子商务行为数目最多的十大城市

图表 中国电子商务市场交易规模细分行业构成

图表2010-2013年q1-q4电子商务市场交易规模及增长

图表2015-2019年东北地区进出口情况对比

图表2015-2019年东北地区全社会固定资产投资

图表2015-2019年东北地区规模以上工业实现利润

图表2015-2019年东北地区财政收支对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tmt/619072.html>