

中国电子商务行业市场调查研究及发展前景预测报告（2024年版）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国电子商务行业市场调查研究及发展前景预测报告（2024年版）

报告编号： 1A02092 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：10000 元 纸质+电子版：10200 元

优惠价格： 电子版：8900 元 纸质+电子版：9200 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/2/09/DianZiShangWuDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

电子商务是数字经济的重要组成部分，近年来在全球范围内经历了爆炸式增长，改变了零售、金融、物流和服务业的传统格局。目前，电子商务正从单纯的商品交易向服务、体验和社交方向延伸，通过大数据分析、人工智能推荐和虚拟现实技术，提供个性化和沉浸式的购物体验。同时，跨境电商的兴起，打破了地域限制，促进了全球贸易的自由化和便利化。

未来，电子商务将更加注重平台化、社交化和智能化。一方面，电商平台将向生态系统转型，整合支付、物流、供应链和金融服务，构建全方位的商业生态，为商家和消费者提供一站式解决方案。另一方面，社交媒体和内容营销将成为电商获客和品牌建设的新渠道，通过用户生成内容（UGC）、直播带货和意见领袖（KOL）合作，增强用户粘性和品牌忠诚度。此外，人工智能和区块链技术的应用，如智能客服、个性化推荐和可信交易，将提升电商的运营效率和信任度。

第一章 电子商务概述

1.1 电子商务相关介绍

1.1.1 电子商务的概念

1.1.2 电子商务的分类

1.1.3 电子商务的作用

1.1.4 电子商务主要应用系统

1.2 电子商务的发展

1.2.1 电子商务的三大阶段

1.2.2 中国电子商务的发展

1.2.3 电子商务发展的支撑环境

1.2.4 电子商务网站的易用性规则

第二章 2024-2030年世界电子商务行业分析

2.1 2024-2030年世界电子商务发展状况

- 2.1.1 世界电子商务的发展历程
- 2.1.2 世界电子商务发展的环境
- 2.1.3 世界电子商务市场特点及趋势
- 2.1.4 2023年国际电子商务市场规模
- 2.1.5 2023年国际电子商务市场分析
- 2.1.6 2023年国际电子商务发展态势

2.2 世界电子商务立法概况

- 2.2.1 国际电子商务立法基本情况
- 2.2.2 国际电子商务合同法发展解读
- 2.2.3 国际电子商务立法的特征
- 2.2.4 国际电子商务立法的共同认识和做法
- 2.2.5 电子签名技术的法律认证问题及解决方案
- 2.2.6 世界电子商务认证机构管理的主要方式

2.3 美国

- 2.3.1 2023年美国电子商务营收规模分析
- 2.3.2 2023年美国移动电子商务发展分析
- 2.3.3 2023年美国电子商务竞争加剧
- 2.3.4 2023年美国移动电商发展态势
- 2.3.5 美国初步通过电子商务征税法案
- 2.3.6 美国电子商务市场主要商业模式
- 2.3.7 美国政府积极扶持电子商务发展

2.4 欧洲

- 2.4.1 2023年欧洲电子商务发展概况
- 2.4.2 2023年欧洲电子商务发展分析
- 2.4.3 2023年欧洲电子商务市场规模
- 2.4.4 2023年欧洲跨境b2c电子商务发展状况

2.5 英国

- 2.5.1 英国主要电子商务网站运营简况
- 2.5.2 英国在线购物市场主要特征
- 2.5.3 2023年英国移动电子商务发展分析
- 2.5.4 2023年英国电子商务市场规模
- 2.5.5 2023年英国电子商务发展态势
- 2.5.6 2023年英国电子商务市场份额展望
- 2.5.7 英国网购膨胀给实体店带来致命危机

2.5.8 英国电子商务的政策体系解析

2.6 德国

2.6.1 德国网络零售业的发展概况

2.6.2 2023年德国电子商务市场规模分析

2.6.3 2023年德国电子商务市场分析

2.6.4 2023年德国电商市场发展态势

2.6.5 德国电子商务市场特征分析

2.6.6 德国电子商务的法律法规体系分析

2.6.7 德国政府对电子商务的主要扶持措施

2.7 其他国家

2.7.1 法国

2.7.2 西班牙

2.7.3 俄罗斯

2.7.4 巴西

2.7.5 印度

2.7.6 韩国

第三章 2024-2030年中国电子商务行业分析

3.1 中国电子商务发展综述

3.1.1 中国电子商务发展历程回顾

3.1.2 发展我国电子商务的必要性

3.1.3 电子商务成为社会零售的新兴业态

3.1.4 “十一五”电子商务行业发展现状

3.1.5 中国电子商务行业迎来调整期

3.1.6 电子商务成为信息消费有力支撑

3.2 2023年中国电子商务行业发展分析

3.2.1 2023年我国电子商务行业发展分析

3.2.2 2023年我国电子商务发展热点盘点

3.2.3 2023年我国电子商务服务行业综述

3.2.4 2023年我国电子商务行业投融资状况

3.3 2023年中国电子商务行业发展现状

3.3.1 2023年我国电子商务发展因素分析

3.3.2 2023年我国电子商务热点事件分析

3.3.3 济研：2023年我国电子商务服务行业综述

3.3.4 2023年我国电子商务行业投融资状况

3.4 2023年行业热点之跨境电子商务发展分析

3.4.1 我国跨境电子商务发展概况

- 3.4.2 我国跨境电子商务现状分析
- 3.4.3 我国跨境电商市场变革特征
- 3.4.4 我国跨境电商区域发展状况
- 3.4.5 跨境电商区域试点及平台建设
- 3.4.6 电商巨头布局跨境电商产业链
- 3.4.7 我国跨境电子商务的发展趋向
- 3.5.1 广东省
- 3.5.2 深圳市
- 3.5.3 广州市
- 3.5.4 江苏省
- 3.5.5 浙江省
- 3.5.6 上海市
- 3.5.7 北京市
- 3.5.8 山东省
- 3.5.9 重庆市
- 3.5.10 江西省
- 3.6 企业应用电子商务分析
 - 3.6.1 电子商务提升企业竞争力
 - 3.6.2 传统企业纷纷涉足电子商务领域
 - 3.6.3 电子商务成传统企业转型必然趋势
 - 3.6.4 传统实体企业转型电商面临的形势
 - 3.6.5 传统企业进军电子商务的条件及策略
 - 3.6.6 中国企业开展电子商务具体实施策略
- 3.7 各类型企业电子商务的应用分析
 - 3.7.1 外贸企业电子商务的应用状况
 - 3.7.2 工业品领域企业电子商务应用
 - 3.7.3 大型企业电子商务的应用
 - 3.7.4 中小企业电子商务的应用
- 3.8 电子商务行业的盈利分析
 - 3.8.1 中国电子商务的基本盈利模式
 - 3.8.2 电子商务通过改变沟通方式寻找盈利点
 - 3.8.3 电子商务盈利模式的创新发展
 - 3.8.4 电子商务企业赢利的三大原则
 - 3.8.5 企业电子商务盈利的关键要点
- 3.9 中国电子商务行业存在的问题及策略
 - 3.9.1 中国电子商务存在的主要不足

- 3.9.2 制约电子商务行业发展的瓶颈
- 3.9.3 中小企业发展电子商务的隐忧
- 3.9.4 西部地区发展电子商务的挑战及对策
- 3.9.5 我国发展电子商务的原则与模式选择
- 3.9.6 开展电子商务中客户关系管理实施措施

第四章 2024-2030年中国电子商务市场分析

- 4.1 2024-2030年中国电子商务市场的发展
 - 4.1.1 2023年中国电子商务市场发展状况
 - 4.1.2 2023年中国电子商务市场发展特点
 - 4.1.3 2023年中国电子商务市场发展分析
 - 4.1.4 2023年首季中国电子商务市场分析
- 4.2 电子商务市场目标客户群体分析
 - 4.2.1 目标明确客户
 - 4.2.2 目标不是很明确
 - 4.2.3 无目标的游客
- 4.3 电子商务市场消费心理分析
 - 4.3.1 电子商务中消费心理的变化趋势
 - 4.3.2 制约电子商务发展的心理因素分析
 - 4.3.3 电子商务中现代企业的应对策略
- 4.4 中国电子商务网站发展分析
 - 4.4.1 电子商务网站规模与访客行为探析
 - 4.4.2 重点行业电子商务网站发展状况
 - 4.4.3 行业电商网站的商业模式与盈利模式
 - 4.4.4 行业电子商务网站发展的突出特征
 - 4.4.5 行业电子商务网站发展中的问题分析
 - 4.4.6 促进行业电子商务网站发展的建议
- 4.5 电子商务竞争分析
 - 4.5.1 电子商务竞争的三大方面
 - 4.5.2 中国主要电子商务企业竞争力分析
 - 4.5.3 2023年电子商务市场竞争战线扩大
 - 4.5.4 2023年电子商务企业积极寻求盈利
 - 4.5.5 2023年券商业加快开拓电子商务市场
 - 4.5.6 2023年电商海外上市加剧行业竞争
 - 4.5.7 电子商务不正当竞争行为分析及其防范

第五章 2024-2030年b2b电子商务模式分析

- 5.1 中国b2b电子商务发展概况

5.1.1 b2b电子商务的定义及分类

5.1.2 我国b2b电子商务的发展阶段

5.1.3 中国b2b电子商务市场呈现的新特点

5.1.4 我国b2b电子商务行业的发展突围

5.1.5 中国电商转战越南b2b市场

5.1.6 我国b2b电子支付发展探析

5.2 2024-2030年中国b2b电子商务市场的发展

5.2.1 2023年中国b2b电子商务行业发展综述

5.2.2 2023年中国b2b电子商务市场规模状况

5.2.3 2023年中国b2b电子商务市场分析

5.2.4 2023年中国b2b电子商务市场规模

5.3 2024-2030年b2b电子商务竞争分析

5.3.1 2023年中国b2b电商竞争实力分析

5.3.2 2023年国内b2b市场企业竞争格局分析

.....

5.3.4 2023年国内b2b企业市场竞争实力分析

5.3.5 2023年首季国内b2b市场企业竞争格局分析

5.3.6 b2b行业主要竞争手段分析

5.3.7 b2b电子商务渠道竞争分析

5.3.8 “搜索+b2b”竞争新模式探析

5.4 b2b电子商务发展的问题及解决策略

5.4.1 中国b2b电子商务深陷诚信困扰

5.4.2 综合类b2b企业所存在的问题

5.4.3 b2b电子商务网站优化中存在的问题

5.4.4 中国b2b电子商务模式发展策略分析

5.4.5 b2b电子商务网站的优化策略

5.4.6 b2b企业成功运营的准则

5.5 中国b2b电子商务发展的前景及趋势

5.5.1 b2b电子商务市场发展潜力解析

5.5.2 我国b2b电商发展形势分析

5.5.3 b2b与b2c融合发展前景探析

5.5.4 我国b2b电子商务未来发展趋势

5.5.5 中国b2b电子商务将向纵深化发展

第六章 2024-2030年电子商务其他经营模式分析

6.1 b2c（企业对消费者）

6.1.1 b2c模式概述

6.1.2 b2c电子商务的顾客满意度解析

6.1.3 全球b2c电子商务市场现状透析

6.1.4 2023年中国b2c市场交易状况分析

6.1.5 2023年中国b2c市场发展情况

6.1.6 2023年首季中国b2c市场发展分析

6.1.7 中国b2c电子商务发展的问题及对策

6.2 c2c（消费者对消费者）

6.2.1 c2c模式的概念

6.2.2 c2c电子商务模式发展环境及特征

6.2.3 中国c2c电子商务市场发展概况

6.2.4 中国c2c电子商务市场形势分析

6.2.5 c2c电商企业多渠道开拓市场

6.2.6 中国c2c电子商务存在的问题

6.2.7 中国c2c电子商务市场发展趋势解析

6.3 c2b（消费者对企业）

6.3.1 c2b电子商务模式的概念

6.3.2 c2b电子商务模式产生的基础

6.3.3 c2b电子商务模式的应用

6.3.4 c2b延伸内涵逐渐在中国兴起

6.3.5 中国c2b行业的发展演进

6.3.6 c2b电子商务模式的成功案例

6.3.7 c2b电子商务模式发展展望

6.4 o2o（离线商务模式）

6.4.1 o2o模式的概念

6.4.2 o2o电子商务发展概况

6.4.3 o2o电子商务模式案例分析

6.4.4 2023年o2o市场规模分析

6.4.5 2023年o2o市场发展盘点

6.4.6 2023年o2o市场特征分析

6.4.7 2023年o2o模式发展趋势

第七章 2024-2030年移动电子商务发展分析

7.1 移动电子商务概述

7.1.1 移动电子商务的含义

7.1.2 移动电子商务的优点

7.1.3 移动电子商务的应用

7.1.4 移动电子商务主要技术分析

7.2 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

7.2.1 实施直面客户模式的基础分析

7.2.2 移动技术对直面客户模式产生的影响解析

7.2.3 企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

7.3 2024-2030年中国移动电子商务市场发展分析

7.3.1 中国已具备移动电子商务发展的条件

7.3.2 移动电子商务快速发展的驱动力

7.3.3 移动电子商务成为中国经济转型新引擎

7.3.4 我国移动电子商务市场继续升温

7.3.5 2023年中国移动电子商务市场剖析

7.3.6 2023年移动电子商务市场竞争格局

7.3.7 2023年移动电子商务发展态势

7.4 移动电子商务发展中的问题及解决策略

7.4.1 阻碍国内移动电子商务发展的主要因素

7.4.2 移动电子商务亟需解决的主要问题

7.4.3 移动电子商务市场经营中的问题及对策

7.4.4 创新移动电子商务模式发展策略探析

7.4.5 移动电子商务的几个营销策略

7.4.6 中国移动电子商务发展建议

7.5 移动电子商务的市场前景及趋势

7.5.1 中国移动电子商务市场前景分析

7.5.2 2023年中国移动电子商务发展预测

7.5.3 移动电子商务行业未来发展方向

7.5.4 我国移动电子商务的五大发展趋势

第八章 电子商务对企业的影响

8.1 电子商务对会计的影响

8.1.1 电子商务对企业会计的影响

8.1.2 电子商务浪潮中的会计革命

8.1.3 电子商务环境中会计明细信息的变化

8.1.4 电子商社环境下会计模式的变化

8.2 电子商务对企业成本的影响

8.2.1 企业应用电子商务所需要的各项成本透析

8.2.2 电子商务在企业成本节约中的作用

8.2.3 电子商务模式下企业战略成本管理策略

8.3 电子商务对企业现金管理的影响

8.3.1 企业现金构成项目的变化

8.3.2 对企业最佳现金持有量确定的影响

8.3.3 使企业现金收支管理策略改变

8.3.4 优化企业短期融投资

8.3.5 实施零现金余额管理

8.3.6 从整体上提高现金流转效率

第九章 2024-2030年电子商务在不同行业的应用

9.1 农业电子商务

9.1.1 农业电子商务模式概述

9.1.2 农业电子商务主要运行模式分析

9.1.3 中国农业电子商务的应用发展现状

9.1.4 中国农业电子商务发展的突出特点

9.1.5 阿里巴巴平台农产品交易活跃

9.1.6 中国农业电子商务发展的问题及对策

9.1.7 中国农业电子商务平台的构建攻略

9.1.8 中国农业电子商务发展前景及趋势

9.2 零售业电子商务

9.2.1 电子商务给零售业带来的影响

9.2.2 零售业电子商务发展概况

9.2.3 中国各地零售业电子商务蓬勃发展

9.2.4 我国传统零售业集体发力电子商务

9.2.5 零售行业涉足b2c电子商务的机遇和挑战

9.2.6 中国零售业电子商务发展的策略

9.2.7 传统零售企业开展电子商务的原则

9.2.8 基于电子商务的零售业发展趋势

9.3 旅游业电子商务

9.3.1 旅游电子商务体系的结构

9.3.2 2023年中国在线旅游市场规模分析

9.3.3 2023年首季中国在线旅游市场规模

9.3.4 中国旅游电子商务竞争分析

9.3.5 中国旅游业电子商务存在的问题

9.3.6 旅游电子商务企业的品牌策略探讨

9.3.7 旅游电子商务发展的破冰之道

9.4 医药电子商务

9.4.1 中国主要医药电子商务企业收入来源分析

9.4.2 中国医药电子商务驶入快车道

9.4.3 中国医药电子商务规模状况

9.4.4 中国医药电子商务发展落后

9.4.5 中国医药电子商务发展面临多重困扰

9.4.6 中国医药电子商务发展的路径选择

9.4.7 实施医药电子商务的注意事项

9.4.8 我国医药电子商务发展前景

9.5 汽车零部件业电子商务

9.5.1 电子商务给汽车零部件业发展带来的益处

9.5.2 汽车零部件业发展电子商务的需求分析

9.5.3 各大汽配商纷纷试水电子商务

9.5.4 中国汽车零部件业应用电子商务面临阻碍

9.5.5 国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策

9.5.6 汽车零部件企业发展电子商务的策略

第十章 电子商务安全及诚信体系

10.1 电子商务安全概述

10.1.1 电子商务安全的含义

10.1.2 电子商务应具备的安全要素

10.1.3 电子商务安全的现状

10.1.4 电子商务主要的安全问题

10.1.5 树立正确的电子商务安全理念

10.2 电子商务网络信息安全

10.2.1 电子商务主要信息安全技术

10.2.2 电子商务数字认证及授权机构简述

10.2.3 电子商务信息安全协议

10.2.4 提高电子商务信息安全的策略

10.3 企业电子商务网站的安全

10.3.1 维护电子商务网站安全对企业的意义

10.3.2 电子商务网站的系统安全控制

10.3.3 电子商务网站的数据安全控制

10.3.4 电子商务网络交易平台的安全控制

10.4 移动电子商务安全

10.4.1 移动电子商务的安全风险随业务拓展增加

10.4.2 移动电子商务中的安全隐患

10.4.3 移动电子商务企业的安全对策

10.5 电子商务的诚信体系

10.5.1 电子商务信用的重要性及模式含义

10.5.2 国外电子商务诚信体系发展状况

10.5.3 中国具有代表性的四种电子商务信用模式

10.5.4 中国电子商务信用模式自身的缺点

10.5.5 造成中国电子商务信用危机的原因透析

10.5.6 加强中国电子商务信用建设的措施

第十一章 2024-2030年网上支付市场分析

11.1 中国网上支付发展概述

11.1.1 网上支付发展历史

11.1.2 网上支付需满足的需求

11.1.3 实现网上支付的必要条件

11.1.4 网上支付系统典型流程

11.2 中国网上支付用户的调研情况

11.2.1 网民在网络支付中的态度及分布

11.2.2 网民了解网上支付的渠道及方式

11.2.3 网民未来网上支付计划

11.3 中国网上支付市场发展分析

11.3.1 网上支付促进我国支付体系加速完善

11.3.2 我国网上支付行业迈入3.0时代

11.3.3 2023年我国网上支付市场规模分析

11.3.4 2023年网上支付市场发展状况

11.3.5 2023年首季移动支付市场发展状况

11.3.6 中国网上支付市场未来发展趋势

11.4 中国网络购物市场网上支付分析

11.4.1 2023年中国网络购物市场发展分析

.....

11.4.3 2023年中国移动购物市场发展分析

11.4.4 2023年首季中国网络购物运行状况

11.4.5 2023年首季中国移动购物市场分析

11.4.6 我国网络购物市场配套服务情况

11.4.7 国内网络购物热潮加剧支付市场竞争

11.4.8 我国网络购物支付市场发展潜力巨大

11.5 中国航空客票市场网上支付分析

11.5.1 电子客票网上支付颠覆机票代理模式

11.5.2 航空网上支付发展概况

11.5.3 航空网上支付规模简况

11.5.4 电子客票的网上支付存在的隐患

11.5.5 网上支付漏洞成电子机票普及障碍

11.6 中国网上银行分析

11.6.1 中国网上银行产业链结构

11.6.2 中国网上银行的特点

11.6.3 2023年中国网上银行市场分析

11.6.4 2023年中国网上银行市场规模

.....

11.6.6 中国网上银行存在的问题及发展策略

第十二章 2024-2030年电子商务物流业发展分析

12.1 电商物流概念及模式

12.1.1 电子商务物流的定义

12.1.2 电子商务物流的优势

12.1.3 电子商务环境下的物流模式

12.2 中国电子商务物流发展综述

12.2.1 中国电子商务物流逐步走向正轨

12.2.2 中国电子商务物流行业发展回顾

12.2.3 电子商务物流建设状况分析

12.2.4 电商发展加速物流行业格局调整

12.2.5 中国电子商务步入物流竞争时期

12.2.6 现代物流与电子商务融合发展解析

12.3 网络购物物流业的发展

12.3.1 中国网络购物物流行业发展迅猛

12.3.2 网购兴起带动物流配送市场蓬勃发展

12.3.3 国内网络购物快递市场规模简析

12.3.4 2023年网络购物物流业发展分析

12.3.5 2023年网络购物物流业运行状况

12.3.6 2023年网络购物物流业发展态势

12.3.7 国内网购物流市场价格竞争难以持续

12.4 电商物流行业存在的问题及发展策略

12.4.1 我国电商物流行业面临的主要挑战

12.4.2 影响电商物流发展的“瓶颈”及成因

12.4.3 推动我国电子商务物流发展的对策

12.4.4 多措并举促进电商物流业健康发展

12.4.5 发展壮大中国电商物流行业的思路

12.5 中国电商物流行业前景预测

12.5.1 我国电商物流市场发展前景乐观

12.5.2 中国电子商务物流发展未来前景预测

12.5.3 跨行业合作或将引领电商物流业发展

12.5.4 中国电子商务物流发展趋势

第十三章 2024-2030年中国电子商务行业的政策环境

13.1 中国电子商务行业政策综述

13.1.1 我国电子商务行业的政策法规体系

13.1.2 政府引导电子商务行业有序发展

13.1.3 完善电子商务行业交易服务监管

13.1.4 规范第三方电子商务交易平台发展

13.1.5 加强电子商务信用体系建设

13.2 2024-2030年电子商务行业政策动态

13.2.1 2023年商务部制定政策支持电子商务发展

13.2.2 2023年国家发文促进电子商务健康发展

13.2.3 2023年我国启动制定电子商务税收法律

13.2.4 2023年商务部促进电子商务应用实施意见

13.2.5 2023年跨境电子商务税收优惠政策

13.2.6 2023年商务部规划电子商务重点任务

13.3 电子商务立法的核心部分

13.3.1 中国电子商务立法总则

13.3.2 数字化信息的法律效力

13.3.3 电子合同的法律效力

13.3.4 网络服务提供者的法律职责

13.4 中国电子商务立法的问题及策略

13.4.1 中国电子商务政策法律环境有待完善

13.4.2 妨碍中国电子商务规范发展的法律问题

13.4.3 中国电子商务立法的认识误区

13.4.4 电子商务立法应注意的关键事项

13.4.5 改革中国电子商务政策法律环境的策略

13.5 “十三五”期间电子商务发展指导意见

13.5.1 基本原则和主要目标

13.5.2 工作任务

13.5.3 重点工程

13.5.4 保障措施

13.6 电子商务“十三五”发展规划

13.6.1 基本原则与发展目标

13.6.2 重点任务

13.6.3 政策措施

13.7 电子商务行业地方政策介绍

- 13.7.1 《广东省电子商务交易条例》
- 13.7.2 《广东省加快发展电子商务的意见》
- 13.7.3 《山东省电子商务企业认定管理办法》（暂行）
- 13.7.4 《山东省商务厅关于加快电子商务发展的指导意见》
- 13.7.5 《四川省电子商务发展专项资金管理办法》
- 13.7.6 《河北省进一步加快电子商务发展的实施意见》
- 13.7.7 《江西省加快电子商务发展的指导意见》
- 13.7.8 《浙江省电子商务产业“十三五”发展规划》
- 13.7.9 《浙江省电子商务产业基地规划建设实施意见》

第十四章 2024-2030年电子商务行业重点企业分析

14.1 环球资源

- 14.1.1 公司简介
- 14.1.2 2023年环球资源经营状况
-
- 14.1.5 环球资源推出全新业务方案

14.2 亚马逊

- 14.2.1 公司简介
- 14.2.2 2023年亚马逊经营状况
- 14.2.3 2023年亚马逊经营状况分析
-
- 14.2.5 亚马逊拓展中国市场的举措
- 14.2.6 2023年亚马逊投资生鲜电商

14.3 阿里巴巴（香港退市，美国上市）

- 14.3.1 公司简介
- 14.3.2 阿里巴巴swot分析
- 14.3.3 2023年阿里巴巴经营状况
- 14.3.4 2023年阿里巴巴正式进军物流业
- 14.3.5 2023年阿里巴巴国际化布局
- 14.3.6 2023年阿里巴巴上市进展情况

14.4 淘宝网

- 14.4.1 公司简介
- 14.4.2 淘宝网的产品与服务
- 14.4.3 2023年淘宝网经营状况
- 14.4.4 淘宝网发展历程分析

14.5 焦点科技

14.5.1 公司简介

14.5.2 2023年焦点科技经营状况分析

.....

14.6 生意宝

14.6.1 公司简介

14.6.2 2023年生意宝经营状况分析

.....

14.6.5 2023年生意宝战略合作拓展跨境电商

14.7 慧聪网

14.7.1 公司简介

14.7.2 2023年慧聪网经营状况分析

.....

14.8 ebay易趣

14.8.1 公司简介

14.8.2 ebay易趣网拓展移动电子商务市场

14.8.3 易趣在与淘宝竞争中的失误决策

14.9 其他电子商务企业

14.9.1 京东商城

14.9.2 当当网

14.9.3 铭万网

14.9.4 金银岛

14.9.5 敦煌网

第十五章 (中智林)中国电子商务发展前景及趋势

15.1 中国电子商务行业前景展望

15.1.1 电子商务面临的机遇与挑战

15.1.2 中国电子商务产业发展前景乐观

15.1.3 对2024-2030年中国电子商务行业预测分析

15.2 中国电子商务发展方向及趋势

15.2.1 中国电子商务行业的发展方向

15.2.2 我国电子商务行业的发展趋势

15.2.3 我国b2b电子商务发展走势分析

15.2.4 中国电子商务未来发展的重点

附录

附录一：电子商务模式规范

附录二：第三方电子商务交易平台服务规范

图表目录

- 图表 1 2023年主要国家网络零售交易额
- 图表 2 2018-2023年各季度美国电子商务支出表
- 图表 3 2018-2023年欧洲网上零售历年交易额及增长率
- 图表 4 2023年欧洲各国b2c交易额移动端占比
- 图表 6 2023年英国在线购物相关数据
- 图表 7 2018-2023年德国网购零售营业额和所占零售额比例
- 图表 9 2023年德国各类商品线上销售规模
- 图表 10 法国15大电商网站日流量与月流量
- 图表 11 2023年我国电子商务服务企业区域分布情况
- 图表 12 2023年我国电子商务服务企业分布情况
- 图表 13 2018-2023年我国电子商务服务行业直接从业人员情况
- 图表 14 2018-2023年我国电子商务服务企业带动从业人员情况
- 图表 15 2023年电子商务网站主要投融资事件汇总
- 图表 16 2023年电子商务网站主要投融资事件汇总（续）
- 图表 17 2023年我国电子商务服务企业区域分布情况
- 图表 19 2018-2023年中国b2b服务企业带动从业人员规模
- 图表 20 2023年中国电子商务投融资事件细分行业分布图
- 图表 21 中国零售业开展电商情况
- 图表 22 传统企业电商投资额与销售目标
- 图表 23 战略规划阶段示意图
- 图表 24 部署实施阶段示意图
- 图表 25 运营及持续优化阶段示意图
- 图表 26 工业品企业一般销售模式示意图
- 图表 27 中国电子商务地区发展态势图
- 图表 28 不同规模中小企业曾有建站行为的比例
- 图表 29 不同规模中小企业曾有建立独立企业网站行为的比例
- 图表 30 2018-2023年中国电子商务市场交易规模
- 图表 31 2023年中国电子商务市场细分行业构成
- 图表 32 2018-2023年中国电子商务市场交易规模
- 图表 33 2018-2023年中国电子商务市场细分行业构成
- 图表 34 电子商务行业网站数量持续增长
- 图表 35 电商网站有购买行为的网民数量月度走势
- 图表 36 国内b2c网站访客数量月度走势
- 图表 37 国内c2c网站访客购买率月度走势
- 图表 38 化工行业电子商务网站市场份额占比图

- 图表 39 钢铁行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 40 纺织行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 41 服装行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 42 机械行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 43 五金行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 44 农林行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 45 食品行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 46 医药行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 47 电子行业电子商务网站市场份额占比图
- 图表 48 以线上贸易服务为主的电子商务模式——中国制造网
- 图表 49 以小额外贸服务为主的电子商务模式——敦煌网
- 图表 50 以招商加盟服务为主的电子商务模式——中国服装网
- 图表 51 以在线大宗交易服务为主的电子商务模式——金银岛网
- 图表 52 olomo产品外包装
- 图表 53 vancl产品外包装
- 图表 54 olomo产品内包装
- 图表 55 vancl产品内包装
- 图表 56 电子商务的发展阶段
- 图表 57 b2b电子商务的发展趋势
- 图表 59 2018-2023年中国中小企业b2b市场总营收规模季度走势
- 图表 60 中国主要b2b平台服务模式对比
- 图表 61 2018-2023年中国中小企业b2b电子商务市场总营收规模
- 图表 62 中国电子商务b2b市场实力矩阵
- 图表 63 2018-2023年中国主要中小企业b2b电子商务运营商总营收市场份额
- 图表 64 2023年中国主要中小企业b2b电子商务运营商总营收市场份额分布
- 图表 65 2023年中国主要中小企业b2b电子商务运营商平台服务收入市场份额
- 图表 66 2023年中国主要中小企业b2b电子商务运营商总营收市场份额
- 图表 68 2023年中国电子商务b2b市场实力矩阵
- 图表 69 2018-2023年中国主要中小企业b2b电子商务运营商总营收市场份额
- 图表 70 2022-2023年世界各国b2c电子商务销售额变化情况
- 图表 71 2022-2023年全球b2c电子商务市场份额变化情况
- 图表 72 2022-2023年全球网购者人数变化情况
- 图表 73 2018-2023年中国b2c市场交易规模
- 图表 74 2018-2023年中国b2c与c2c占比变化
- 图表 75 2023年中国b2c市场交易额份额
- 图表 77 2023年中国b2c市场收入份额

- 图表 78 2018-2023年中国b2c网上零售交易规模
- 图表 79 2023年中国b2c网上零售交易份额
- 图表 80 o2o时代全产业链的解构与重组
- 图表 81 阿里巴巴o2o模式
- 图表 82 京东o2o模式
- 图表 83 苏宁o2o模式
- 图表 84 顺丰o2o模式
- 图表 86 2018-2023年中国团购市场规模
- 图表 87 直面客户模式关键成功因子与核心竞争力
- 图表 88 移动电子商务的移动运营商核心模式
- 图表 90 2023年淘宝网农产品主要类目按交易额分布图
- 图表 91 农产品电子商务物流成本
- 图表 92 2018-2023年中国在线旅游市场交易规模
- 图表 93 2018-2023年中国在线旅游ota市场营收规模
- 图表 94 2023年中国在线旅游ota市场份额
- 图表 95 网民对网上支付的态度
- 图表 96 不同学历网民使用网上支付比例
- 图表 97 不同行业网民使用网上支付分布
- 图表 98 网民了解网上支付的主要渠道
- 图表 99 网民使用过和最常使用的支付方式
- 图表 100 网民使用过和最常使用的配送方式
- 图表 101 网民未来最可能使用的网上支付方式
- 图表 102 网民未来使用网上支付的主要用途
- 图表 103 网民未来进行网上交易的预期
- 图表 104 2018-2023年中国第三方网上支付市场规模
- 图表 105 2018-2023年中国第三方互联网支付市场规模
- 图表 106 2023年中国第三方互联网支付细分应用行业交易规模结构
- 图表 107 2018-2023年中国第三方互联网支付市场交易规模结构
- 图表 108 2018-2023年中国第三方支付市场移动支付交易规模
- 图表 109 2023年中国移动互联网支付交易份额
- 图表 110 2018-2023年中国网络购物市场交易规模
- 图表 111 2022-2023年网络购物用户规模及网民使用率
- 图表 112 2018-2023年中国网络购物b2c/c2c市场结构
- 图表 113 2023年中国b2c购物网站交易规模市场份额
- 图表 114 2023年中国自主销售为主b2c购物网站交易规模市场份额
- 图表 115 2023年中国网络购物市场各商品品类市场份额

- 图表 116 2018-2023年中国网络购物市场交易规模
- 图表 117 2018-2023年中国网络购物市场交易规模结构
- 图表 118 2023年中国b2c购物网站交易规模市场份额
- 图表 119 2023年中国移动购物市场交易规模
- 图表 120 2018-2023年中国网购交易额pc端和移动端占比
- 图表 121 2023年中国移动购物企业交易规模市场占比
- 图表 122 购物网站部分相关配套服务一览表
- 图表 123 航空客票网上支付交易额及其渗透率
- 图表 124 2024-2030年中国机票产品不同销售渠道占比
- 图表 126 中国网上银行产业链结构
- 图表 127 2022-2023年分季度网上银行市场交易规模
- 图表 129 2023年中国网上银行交易规模份额
- 图表 130 2018-2023年中国网上银行客户交易规模
- 图表 131 2023年中国网上银行市场交易份额
- 图表 132 2018-2023年中国网上银行交易规模
- 图表 133 中国大型b2c在线零售企业物流设施建设计划
- 图表 134 2023年中国各大b2c商城融资建设物流设施情况
- 图表 135 电子商务物流设备需求图
- 图表 136 规模以上快递企业增长情况
- 图表 137 2018-2023年中国网络购物快递企业营收规模
- 图表 139 2018-2023年环球资源不同业务收入情况
- 图表 140 2018-2023年环球资源各地区收入情况表
- 图表 141 2018-2023年环球资源综合损益表
- 图表 142 2018-2023年环球资源不同业务收入情况
- 图表 143 2018-2023年环球资源各地区收入情况表
- 图表 144 2022-2023年环球资源综合损益表
- 图表 147 2018-2023年亚马逊不同地区销售情况表
-
- 图表 150 2023年亚马逊综合收益表
- 图表 153 2023年焦点科技主营业务分行业、产品情况
- 图表 154 2023年焦点科技主营业务分地区情况
- 图表 157 2023年焦点科技主营业务分行业、产品、地区情况
- 图表 158 2023年焦点科技主要会计数据及财务指标
- 图表 159 2023年焦点科技非经常性损益项目及金额
- 图表 162 2023年生意宝主营业务分行业、产品情况
- 图表 163 2023年生意宝主营业务分地区情况

图表 166 2023年生意宝主营业务分行业、产品、地区情况

图表 167 2023年生意宝主要会计数据及财务指标

图表 168 2023年生意宝非经常性损益项目及金额

图表 170 2023年慧聪网分部销售收入情况

图表 171 2022-2023年慧聪网合并综合收益表

图表 172 2023年慧聪网分部销售收入情况

图表 173 2022-2023年第一季慧聪网合并综合收益表

图表 174 对2024-2030年中国电子商务市场交易总额预测

略……

订阅“中国电子商务行业市场调查研究及发展前景预测报告（2024年版）”，编号：1A02092，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/2/09/DianZiShangWuDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！