

2025版中国电子商务市场调研与发 展前景预测报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2025版中国电子商务市场调研与发展前景预测报告

报告编号： 1A01612 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：11200 元 纸质+电子版：11500 元

优惠价格： 电子版：10000 元 纸质+电子版：10300 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/2/61/DianZiShangWuHangYeYanJiuBaoGao.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

电子商务是现代商业活动的重要组成部分，近年来随着互联网技术和市场需求的增长，在交易便捷性和服务多样性上都有了显著提升。现代电子商务不仅在交易便捷性上有所提高，通过采用先进的支付技术和物流配送系统，提高了用户的购物体验；而且在服务多样性上更加丰富，通过引入多种在线服务和社交功能，增加了平台的用户粘性和活跃度。此外，随着对数据安全和个人隐私保护的重视，电子商务在提高用户信任度方面也取得了积极进展。

未来，电子商务的发展将更加注重智能化和个性化。随着人工智能技术的应用，智能电子商务平台将能够通过大数据分析和机器学习，提供更加精准的商品推荐和个性化服务，提高用户的购物满意度。同时，随着对个性化需求的增长，电子商务将更加注重定制化服务，通过提供个性化购物体验和定制化产品，满足不同用户的需求。此外，随着对电子商务质量和性能要求的提高，电子商务将更加注重质量控制，通过引入先进的检测技术和质量管理体系，确保服务的稳定性和可靠性。

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“十三五”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) 行业专利公开数量
 - (3) 行业技术领先企业
 - (4) 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) 2019-2024年中国b2b行业十大事件
 - (2) 2014年中国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”平台与模式分析
 - (2) 苏宁易购布局综合电子商务
- 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
- 4.4 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) 信用担保型支付模式
 - (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 国际优秀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 济研：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 电子商务服务业优秀案例分析

(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 搜索引擎营销模式与案例分析

7.1.1 搜索引擎营销分析

7.1.2 搜索引擎营销现状分析

- 7.1.3 搜索引擎营销成本收益分析
 - 7.1.4 搜索引擎营销案例分析
- 7.2 论坛营销模式与案例分析
 - 7.2.1 论坛营销分析
 - 7.2.2 论坛营销现状分析
 - 7.2.3 论坛营销成本收益分析
 - 7.2.4 论坛营销案例分析
- 7.3 博客营销模式与案例分析
 - 7.3.1 博客营销分析
 - 7.3.2 博客营销现状分析
 - 7.3.3 博客营销成本收益分析
 - 7.3.4 博客营销案例分析
- 7.4 微博营销模式与案例分析
 - 7.4.1 微博营销分析
 - 7.4.2 微博营销现状分析
 - 7.4.3 微博营销成本收益分析
 - 7.4.4 微博营销案例分析
- 7.5 视频营销模式与案例分析
 - 7.5.1 视频营销分析
 - 7.5.2 视频营销现状分析
 - 7.5.3 视频营销成本收益分析
 - 7.5.4 视频营销案例分析
- 7.6 问答营销模式与案例分析
 - 7.6.1 问答营销分析
 - 7.6.2 问答营销现状分析
 - 7.6.3 问答营销成本收益分析
 - 7.6.4 问答营销案例分析
- 7.7 权威百科营销模式与案例分析
 - 7.7.1 权威百科营销分析
 - 7.7.2 权威百科营销现状分析
 - 7.7.3 权威百科营销成本收益分析
 - 7.7.4 权威百科营销案例分析
- 7.8 企业新闻营销模式与案例分析
 - 7.8.1 企业新闻营销分析
 - 7.8.2 企业新闻营销现状分析
 - 7.8.3 企业新闻营销成本收益分析

7.8.4 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

8.1.5 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 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

8.1.8 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

8.1.9 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 铭万网

- (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

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) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(7) 网站最新发展动向分析

8.2.8 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) 现金流量分析

4) 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 拍拍网

(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 中智林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: 2019-2024年电子商务占gdp比重情况 (单位: 万亿元, %)
- 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: 2019-2024年中国国内生产总值及其增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 13: 2019-2024年全国工业增加值及其增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 14: 2019-2024年全社会固定资产投资及同比增速 (单位: 亿元, %)
- 图表 15: 2019-2024年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势 (单位: 元, %)
- 图表 16: 2019-2024年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: 2019-2024年我国社会消费品零售总额及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 18: 2019-2024年电子商务相关专利申请数量变化图 (单位: 项)
- 图表 19: 2019-2024年电子商务相关专利公开数量变化图 (单位: 项)
- 图表 20: 2019-2024年电子商务相关专利申请企业综合比较 (单位: 项, %, 人, 年)
- 图表 21: 2019-2024年我国电子商务相关专利分布领域 (前十位) (单位: 项)
- 图表 22: 中国电子商务行业发展机遇与威胁分析
- 图表 23: 2019-2024年全球电子商务销售收入 (单位: 万亿美元)
- 图表 24: 全球电子商务模式结构 (单位: %)
- 图表 25: 全球电子商务国家排名情况
- 图表 26: 2019-2024年美国电子商务市场规模及增长情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表 27: 2019-2024年欧洲电子商务市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表 28: 2019-2024年德国电子商务销售产品排名 (单位: 亿欧元, %)
- 图表 29: 2019-2024年俄罗斯电子商务交易额 (单位: 亿美元)
- 图表 30: 日本电子商务发展战略
- 图表 31: 2019-2024年日本电子商务市场规模 (单位: 万亿日元)
- 图表 32: 2019-2024年韩国电子商务市场规模及增长情况 (单位: 万亿韩元, %)
- 图表 33: 2025-2031年全球电子商务销售收入预测 (单位: 万亿美元)
- 图表 34: 2019-2024年中国电子商务交易额及增长情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表 35: 中国电子商务区域分布情况 (单位: %)
- 图表 36: 中国电子商务行业分布情况 (单位: %)

- 图表 37：2019-2024年中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人）
- 图表 38：2019-2024年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）
- 图表 39：2025-2031年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）
- 图表 40：中国电子商务城市十强榜单
- 图表 41：浙江省电子商务发展概况
- 图表 42：广东省电子商务发展分析
- 图表 43：江苏省电子商务发展分析
- 图表 44：上海市电子商务发展分析
- 图表 45：北京市电子商务发展分析
- 图表 46：2019-2024年中国电子商务投诉领域分布（单位：%）
- 图表 47：2019-2024年中国电子商务投诉涉及金额（单位：元，%）
- 图表 48：2019-2024年中国电子商务投诉性别比例（单位：%）
- 图表 49：2019-2024年网络购物投诉十大热点问题（单位：%）
- 图表 50：2019-2024年中国网络购物十大被投诉网站（单位：%）
- 图表 51：网络购物支付、快递投诉标榜单（单位：%）
- 图表 52：网络购物传统品牌投诉标榜单
- 图表 53：2019-2024年网络团购投诉十大热点问题（单位：%）
- 图表 54：2019-2024年网络团购投诉十大网站（单位：%）
- 图表 55：中国移动电子商务发展历程
- 图表 56：移动电子商务产业链
- 图表 57：移动电子商务产业链主体
- 图表 58：2025-2031年我国智能手机保有量及同比增速预测（单位：亿台，%）
- 图表 59：2025-2031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 60：2025-2031年中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表 61：移动电子商务取得快速发展原因分析
- 图表 62：2019-2024年中国移动电子商务市场份额（单位：%）
- 图表 63：2019-2024年中国纯移动电子商务市场份额（单位：%）
- 图表 64：中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 图表 65：移动支付业务种类
- 图表 66：移动支付方式的发展趋势
- 图表 67：2019-2024年中国移动支付交易规模及同比增速（单位：亿元，%）
- 图表 68：2025-2031年中国移动支付市场用户规模及预测（单位：亿户，%）
- 图表 69：2019-2024年国内移动支付交易方式结构（单位：%）
- 图表 70：2019-2024年国内移动支付市场企业份额分析（单位：%）
- 图表 71：2019-2024年国内移动互联网支付市场企业份额分析（单位：%）
- 图表 72：2025-2031年中国电子商务b2b交易规模及预测（单位：万亿元，%）

图表 73：2025-2031年中国电子商务b2b企业数量规模及预测（单位：家，%）

图表 74：2025-2031年中国中小企业b2b营收规模及预测（单位：亿元，%）

图表 75：2025-2031年中国电子商务b2b用户规模及预测（单位：万人，%）

图表 76：中国电子商务b2b企业市场份额（单位：%）

图表 77：我国b2b电子商务企业竞争地位的划分

图表 78：我国b2b电子商务发展趋势

图表 79：2019-2024年中国网购市场交易规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表 80：2019-2024年中国网购市场企业规模及同比增速（单位：家，%）

图表 81：b2c平台网络购物市场份额（单位：%）

图表 82：c2c网络购物市场份额（单位：%）

图表 83：2019-2024年中国网络购物市场用户规模及同比增速（单位：万人，%）

图表 84：2019-2024年网络购物个人网店数量规模及同比增速（单位：万家，%）

图表 85：网络购物目标客户类别及营销措施

图表 86：2019-2024年海外代购交易规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表 87：我国网络购物行业发展趋势

图表 88：百度“乐酷天”b2b2c网络商城模式解剖

图表 89：国内几大b2c网络商城模式比较

图表 90：网络团购发展阶段

图表 91：2019-2024年中国团购网站数量季度变化统计（单位：家）

图表 92：2019-2024年中国网络团购企业月度变化情况（单位：家）

图表 93：2019-2024年中国团购每月覆盖用户数（单位：万人）

图表 94：2019-2024年中国网络团购市场交易额（单位：%）

图表 95：2019-2024年中国网络团购企业市场占有率（单位：%）

图表 96：2019-2024年全国独立团购网站排行top10（单位：万元）

图表 97：中国团购网站分类

图表 98：中国b2b电子商务问题分析

图表 99：我国网络团购行业发展趋势

图表 100：我国电子支付发展阶段

图表 101：2025-2031年网上支付交易规模及预测（单位：亿元，%）

图表 102：2019-2024年互联网支付细分应用行业交易规模结构（单位：%）

图表 103：信用担保型支付模式的流程

图表 104：两种第三方支付平台的模式对比（单位：%）

图表 105：第三方支付企业与银行利益冲突分析

图表 106：2019-2024年中国网上银行交易规模及同比增速（单位：万亿元，%）

图表 107：2019-2024年中国网上银行交易规模市场份额分布（单位：%）

图表 108：2019-2024年中国网上银行用户数量及环比增速（单位：万人，%）

图表 109：2019-2024年部分商业银行个人网银产品动态
图表 110：2019-2024年部分商业银行企业网银产品动态
图表 111：2019-2024年支付宝交易市场份额（单位：%）
图表 112：2019-2024年财付通交易额规模市场份额（单位：%）
图表 113：2019-2024年快钱交易额规模市场份额（单位：%）
图表 114：2019-2024年我国快递业务收入情况（单位：亿元）
图表 115：中国电子商务物流现存问题分析
图表 116：中国电子商务物流改进对策
图表 117：电子商务物流主要模式
图表 118：自营物流模式优劣势分析
图表 119：物流联盟模式优劣势分析
图表 120：第三方物流模式优劣势分析
……略
略……

订阅“2025版中国电子商务市场调研与发展前景预测报告”，编号：1A01612，

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/2/61/DianZiShangWuHangYeYanJiuBaoGao.html>

热点：电商平台发展现状与趋势、电子商务专业、电商还有发展前景吗、电子商务毕业设计、张雪峰谈电子商务、电子商务实习报告、简单大气的电商公司名称、电子商务是干什么的、电子商务认知收获感悟

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！