

2023-2029年电子商务市场深度调查 分析及发展前景研究报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023-2029年电子商务市场深度调查分析及发展前景研究报告

报告编号： 1383882 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9000 元 纸质+电子版：9200 元

优惠价格： 电子版：8000 元 纸质+电子版：8300 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/2/88/DianZiShangWuHangYeFenXiBaoGao.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

电子商务是一种新兴的商业模式，近年来在全球范围内迅速发展，改变了人们的购物习惯和商业模式。随着移动互联网的普及和物流配送体系的完善，电子商务平台能够为消费者提供便捷的购物体验和丰富的商品选择。同时，电子商务平台通过大数据分析、个性化推荐等技术手段，提升了用户体验，促进了销售额的增长。此外，随着社交电商、直播带货等新型电商模式的兴起，电子商务的边界不断扩展。

未来，电子商务的发展将更加注重技术创新和服务升级。一方面，通过人工智能、区块链等技术的应用，电子商务平台将提供更加智能化的服务，如智能客服、供应链优化等。另一方面，随着消费者对个性化体验的需求增加，电商平台将提供更加定制化的产品和服务，满足消费者的特定需求。此外，随着跨境电商的发展，电子商务将更加注重国际化战略，拓展海外市场，促进全球贸易。

第一章 电子商务相关概述

1.1 电子商务相关概念及内容

1.1.1 电子商务的概念及分类

1.1.2 电子商务涉及的内容

1.1.3 电子商务的其他模式

1.2 电子商务应用系统及发展条件

1.2.1 电子商务主要应用系统

1.2.2 电子商务发展的支撑环境

第二章 世界电子商务概况

2.1 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技术支撑和经济环境

2.1.3 全球电子商务市场特征分析

2.1.4 世界主要地区电子商务市场发展

2.1.5 国际上进入b2b电子商务市场的企业类型

2.2 世界电子商务立法

2.2.1 国际电子商务立法基本情况

2.2.2 国际电子商务立法的特征

2.2.3 电子签名技术的法律认证问题及各国解决方案

2.2.4 世界电子商务认证机构管理的方式

2.3 欧盟

2.3.1 欧盟电子商务市场的特点

2.3.2 欧盟规范电子商务遭遇的困难

2.3.3 罗马尼亚网上交易市场分析

2.3.4 2023年英国电子网上购物市场规模及趋势预测

2.4 美国

2.4.1 美国电子商务的发展状况

2.4.2 美国电子商务市场呈增长态势

2.4.3 美国电子商务发展趋势预测

2.5 其他国家

2.5.1 韩国电子商务市场取得重大突破

2.5.2 新加坡政府力促电子商务发展

2.5.3 阿根廷网上交易发展势头迅速

第三章 中国电子商务概况

3.1 中国电子商务发展分析

3.1.1 中国电子商务的发展阶段

3.1.2 “十五”期间中国电子商务发展基本情况

3.1.3 中国行业电子商务网站的发展概述

3.2 2018-2023年中国电子商务市场分析

3.2.1 2023年电子商务市场进入成长阶段

3.2.2 2023年电子商务市场在创新中前进

3.2.3 2023年电子商务市场持续发展

3.2.3 2023年电子商务市场运行情况

3.3 电子商务竞争状况

3.3.1 2023年电子商务市场竞争激烈

3.3.2 中国网进军电子商务市场

3.3.3 外资大举进入中国电子商务领域

3.4 中国主要地区电子商务发展简况

- 3.4.1 浙江电子商务持续高速发展
- 3.4.2 上海电子商务发展处于全国领先水平
- 3.4.3 广东电子商务发展取得的成就及工作重点
- 3.4.4 山东电子商务取得的成绩及发展策略

3.5 电子商务的盈利分析

- 3.5.1 中国电子商务的基本盈利模式
- 3.5.2 电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点
- 3.5.3 电子商务企业赢利的三大原则

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 企业应用电子商务主要竞争点分析
- 3.6.3 国内企业电子商务发展战略
- 3.6.4 中国企业开展电子商务具体实施策略

3.7 中小企业应用电子商务现状

- 3.7.1 中小企业电子商务进入生态时代
- 3.7.2 电子商务给中小企业带来的收益
- 3.7.3 电子商务对中国中小企业国际贸易的影响及对策
- 3.7.4 中小企业电子商务服务平台发展方向

3.8 电子商务存在的问题及发展策略

- 3.8.1 中国电子商务存在的问题
- 3.8.2 推动中国电子商务发展的途径

第四章 b2b电子商务模式

4.1 中国b2b电子商务发展概况

- 4.1.1 b2b电子商务的定义及分类
- 4.1.2 b2b的发展阶段分析
- 4.1.3 中国b2b电子商务市场概况
- 4.1.4 中国b2b电子商务市场发展势头良好
- 4.1.5 中国b2b市场主要企业发展状况

4.2 b2b电子商务竞争分析

- 4.2.1 b2b行业主要竞争手段分析
- 4.2.2 b2b电子商务渠道竞争分析

4.3 b2b电子商务的问题及解决策略

- 4.3.1 综合类b2b企业所存在的问题
- 4.3.2 b2b电子商务网站优化中存在的问题
- 4.3.3 b2b企业成功运营的准则

第五章 电子商务其他经营模式

5.1 b2c（企业对消费者）

5.1.1 b2c模式概述

5.1.2 b2c电子商务模式具体分类

5.1.3 b2c模式电子商务的顾客满意度解析

5.1.4 b2c电子商务市场竞争格局

5.1.5 b2c新形态改变传统行业运营

5.1.6 b2c企业的发展瓶颈及出路

5.1.7 b2c网站的营销四步曲

5.1.8 b2c电子商务企业管理及市场运营策略

5.2 c2c（消费者对消费者）

5.2.1 c2c的概念

5.2.2 c2c电子商务模式发展环境及特征解析

5.2.3 2023年中国c2c网上零售市场分析

5.2.4 中国主要c2c企业经营状况分析

5.2.5 中国c2c电子商务存在的问题

5.2.6 盈利模式模糊给c2c产业发展带来压力

5.2.7 中国c2c电子商务市场发展趋势解析

5.3 c2b（消费者对企业）

5.3.1 c2b电子商务模式的概念

5.3.2 c2b电子商务模式产生的基础

5.3.3 c2b电子商务模式的应用

5.3.4 c2b延伸内涵逐渐在中国兴起

5.3.5 c2b电子商务模式发展展望

第六章 移动电子商务发展分析

6.1 移动电子商务概述

6.1.1 移动电子商务的含义及服务内容

6.1.2 移动电子商务的优点

6.1.3 移动电子商务的应用

6.1.4 移动电子商务主要技术分析

6.2 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

6.2.1 实施直面客户模式的基础分析

6.2.2 移动技术对直面客户模式产生的影响解析

6.2.3 企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

6.3 中国移动电子商务市场发展分析

6.3.1 中国已具备移动电子商务发展的条件

6.3.2 中国移动电子商务市场方兴未艾

6.3.3 中国移动电子商务发展驶进快车道

6.3.4 手机支付市场发展潜力大

6.4 中国主要地区移动电子商务发展状况

6.4.1 湖南移动公司大力发展移动电子商务

6.4.2 广州欲建移动电子商务产业园

6.4.3 重庆出台移动电子商务发展规划

6.5 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

6.5.1 中国移动电子商务发展的瓶颈

6.5.2 中国手机电子商务市场存在的问题

6.5.3 中国移动电子商务市场经营中的问题及对策

6.6 移动电子商务的市场前景及发展趋势

6.6.1 移动电子商务市场前景分析

6.6.2 移动电子商务的发展趋势

第七章 电子商务对企业的影响

7.1 电子商务对会计的影响

7.1.1 电子商务对企业会计的影响

7.1.2 电子商务浪潮中的会计革命

7.1.3 电子商务环境中会计明细信息的变化

7.1.4 电子商社环境下会计模式的变化

7.2 电子商务对企业成本的影响

7.2.1 企业应用电子商务所需要的各项成本透析

7.2.2 电子商务在企业成本节约中的作用

7.2.3 企业战略成本的管理情况及在电子商务模式下的策略

7.3 电子商务对企业现金管理的影响

7.3.1 企业现金构成项目的变化

7.3.2 对企业最佳现金持有量确定的影响

7.3.3 使企业现金收支管理策略改变

7.3.4 优化企业短期融投资

7.3.5 实施零现金余额管理

7.3.6 从整体上提高现金流转效率

第八章 电子商务在不同行业的应用

8.1 农业电子商务

8.1.1 农业电子商务模式概述

8.1.2 农业电子商务主要运行模式分析

- 8.1.3 中国农业电子商务的应用情况
- 8.1.4 农业电子商务期待建立第三方平台
- 8.1.5 发展农业电子商务的举措
- 8.1.6 中国农业电子商务发展潜力巨大
- 8.2 零售业电子商务
 - 8.2.1 电子商务给零售业带来的影响
 - 8.2.2 零售行业涉足b2c电子商务的机遇和挑战
 - 8.2.3 电子商务提高零售行业核心竞争水平
 - 8.2.4 中国零售业应用电子商务的主要障碍
 - 8.2.5 中国零售业电子商务发展的策略
- 8.3 医药电子商务
 - 8.3.1 中国医药行业电子商务应用状况
 - 8.3.2 中国主要医药电子商务企业收入来源分析
 - 8.3.3 中国医药电子商务发展落后
 - 8.3.4 医药电子商务发展面临的问题
 - 8.3.5 实施医药电子商务的注意事项
 - 8.3.6 医药行业发展电子商务机遇良好
 - 8.3.7 中国医药行业引入电子商务是必然趋势
- 8.4 汽车零部件业电子商务
 - 8.4.1 电子商务给汽车零部件业发展带来的好处
 - 8.4.2 国际汽车零部件业电子商务发展分析
 - 8.4.3 中国汽车零部件电子商务应用状况
 - 8.4.4 中国汽车零部件业需要发展电子商务
 - 8.4.5 国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策
 - 8.4.6 汽车零部件企业发展电子商务的策略
- 8.5 旅游业的电子商务
 - 8.5.1 旅游电子商务概念及功能
 - 8.5.2 旅游电子商务体系的结构
 - 8.5.3 中国旅游业电子商务发展状况
 - 8.5.4 中国旅游业电子商务存在的问题
 - 8.5.5 推动中国旅游业电子商务发展的策略
- 8.6 物流业电子商务
 - 8.6.1 电子商务物流概述
 - 8.6.2 电子商务与现代物流的关系
 - 8.6.3 中国电子商务物流业总体概况
 - 8.6.4 电子商务企业物流管理中的技术应用

- 8.6.5 中国电子商务物流业发展中的问题
- 8.6.6 电子商务时代对现代物流的要求及解决策略
- 8.6.7 改变中国电子商务物流现状的措施
- 8.6.8 电子商务物流业的发展趋势

第九章 电子商务安全及诚信体系

- 9.1 电子商务安全概述
 - 9.1.1 电子商务安全的含义
 - 9.1.2 电子商务应具备的安全要素
 - 9.1.3 电子商务安全的现状
 - 9.1.4 电子商务主要的安全问题
 - 9.1.5 树立正确的电子商务安全理念
- 9.2 电子商务网络信息安全
 - 9.2.1 电子商务主要信息安全技术
 - 9.2.2 电子商务数字认证及授权机构简述
 - 9.2.3 电子商务信息安全协议
 - 9.2.4 提高电子商务信息安全的策略
- 9.3 企业电子商务网站的安全
 - 9.3.1 维护电子商务网站的安全对企业的重要意义
 - 9.3.2 电子商务网站的系统安全控制
 - 9.3.3 电子商务网站的数据安全控制
 - 9.3.4 电子商务网络交易平台的安全控制
- 9.4 移动电子商务安全
 - 9.4.1 移动电子商务的安全风险随业务拓展增加
 - 9.4.2 移动电子商务中的安全隐患
 - 9.4.3 移动电子商务企业的安全对策
- 9.5 电子商务的诚信体系
 - 9.5.1 电子商务信用的重要性及模式含义
 - 9.5.2 国外电子商务诚信体系发展状况
 - 9.5.3 中国具有代表性的四种电子商务信用模式
 - 9.5.4 中国电子商务信用模式自身的缺点
 - 9.5.5 造成中国电子商务信用危机的原因透析
 - 9.5.6 加强中国电子商务信用建设的措施

第十章 中国电子商务行业的政策环境

- 10.1 电子商务立法的核心部分
 - 10.1.1 中国电子商务立法总则

10.1.2 数字化信息的法律效力

10.1.3 电子合同的法律效力

10.1.4 网络服务提供者的法律职责

10.2 中国电子商务立法的问题及策略

10.2.1 中国电子商务政策法律环境有待完善

10.2.2 妨碍中国电子商务规范发展的法律问题

10.2.3 中国电子商务立法的认识误区

10.2.4 电子商务立法应注意的关键事项

10.2.5 改革中国电子商务政策法律环境的策略

10.3 电子商务行业的具体政策法规

10.3.1 《中华人民共和国电子签名法》

10.3.2 《北京市信息化促进条例》

10.3.3 《上海市数字认证管理办法》

10.3.4 《广东省电子商务交易条例》

第十一章 重点电子商务企业分析

11.1 环球资源

11.1.1 公司简介

11.1.2 2023年环球资源经营业绩

11.1.3 环球资源推出全新采购平台

11.1.4 环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策

11.2 亚马逊公司

11.2.1 公司简介

11.2.2 亚马逊网上书店经营管理状况

11.2.3 亚马逊拓展中国市场的举措

11.3 阿里巴巴

11.3.1 公司简介

11.3.2 阿里巴巴的经营特点分析

11.3.3 阿里巴巴运营模式成功原因分析

11.3.4 阿里巴巴swot分析

11.3.5 2023年阿里巴巴经营状况

11.4 中国制造网

11.4.1 公司简介

11.4.2 中国制造网引领中国电子商务发展

11.4.3 中国制造网把握机会发展获得高额利润

11.5 网盛科技

11.5.1 公司简介

11.5.2 2023年网盛科技经营状况

11.6 慧聪国际

11.6.1 公司简介

11.6.2 慧聪主营业务范围

11.6.3 2023年慧聪经营状况分析

11.6.4 2023年慧聪产品升级实力大增

11.6.5 2023年慧聪经营状况分析

11.7 淘宝网

11.7.1 公司简介

11.7.2 淘宝网的产品与服务

11.7.3 淘宝在国内零售业影响力巨大

11.7.4 淘宝网的娱乐营销策略

11.8 ebay易趣

11.8.1 公司简介

.....

11.8.3 易趣的商业模式和市场推广策略

11.8.4 易趣在与淘宝竞争中的失误决策

11.9 其他电子商务企业

11.9.1 万国商业网

11.9.2 铭万网

11.9.3 当当网

11.9.4 卓越 (joyo)

11.9.5 买麦网

第十二章 中国电子商务十三五规划及发展趋势

12.1 “十三五”中国电子商务发展规划

12.1.1 “十三五”电子商务发展原则和主要目标

12.1.2 “十三五”电子商务主要任务

12.1.3 “十三五”电子商务重点工程

12.1.4 “十三五”电子商务发展措施

12.2 中国电子商务发展趋势

12.2.1 中国电子商务总体发展趋势解析

12.2.1 欧债危机是电子商务难得的机会

12.2.2 中国专业电子商务网站的发展趋势

第十三章 2023-2029年中国电子商务发展趋势分析

13.1 2023-2029年中国电子商务产业前景展望

- 13.1.1 2023年中国电子商务发展形势分析
- 13.1.2 发展电子商务产业的机遇及趋势
- 13.1.3 未来10年中国电子商务产业发展规划
- 13.1.4 2023-2029年中国电子商务产量预测
- 13.2 2023-2029年电子商务产业发展趋势探讨
 - 13.2.1 2023-2029年电子商务产业前景展望
 - 13.2.2 2023-2029年电子商务产业发展目标

第十四章 中智林：专家观点与研究结论

- 14.1 报告主要研究结论
- 14.2 行业专家建议
- 略……

订阅“2023-2029年电子商务市场深度调查分析及发展前景研究报告”，编号：1383882，
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/2/88/DianZiShangWuHangYeFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！