



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国电子商务市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国电子商务市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/229943.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

随着中国电子商务的不断高速发展，其影响力逐步增大，无论是电子商务的所面临的问题还是电子商务的优势特点，都开始受政府的广泛关注，健康发展电子商务，拉动中国经济发展已经被提到政府的工作日程之中。由于电子商务可以压缩企业供应链长度，提高生产、库存、运输与销售环节的效率，从中央部委到地方政府，一系列电子商务发展规划紧锣密鼓地开展起来。

近年来，政府相关部门围绕促进发展网络购物、网上交易和支付服务出台了一系列政策、规章与标准规范，为构建适合我国国情和发展规律的电子商务政策法制环境做出了积极探索。预计到2015年，我国规模以上企业应用电子商务比率将达80%以上；网络零售额相当于社会消费品零售总额的9%以上。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国电子商务市场深度分析与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了电子商务相关概述、中国电子商务市场运行环境等，接着分析了中国电子商务市场发展的现状，然后介绍了中国电子商务重点区域市场运行形势。随后，报告对中国电子商务重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您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。

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 2013年世界电子商务行业分析

- 2.1 2013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 2011年国际电子商务市场分析
 - 2.1.5 2012年国际电子商务市场规模
 - 2.1.6 2013年国际电子商务市场分析
 - 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
 - 2.4 英国
 - 2.5 德国
 - 2.6 其他国家
 - 2.6.1 2012年法国电子商务行业分析
 - 2.6.2 2012年西班牙电子商务行业分析
 - 2.6.3 2012年巴西电子商务市场规模分析
 - 2.6.4 2012年印度电子商务行业发展趋势
 - 2.6.5 2012年韩国电子商务市场规模分析
- ### 第三章 2013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 电子商务成为信息消费有力支撑
 - 3.2 2011年中国电子商务行业发展分析
 - 3.3 2012-2013年中国电子商务行业发展现状
 - 3.4 2013年主要地区电子商务发展概况

- 3.4.1 浙江省
 - 3.4.2 江苏省
 - 3.4.3 广东省
 - 3.4.4 北京市
 - 3.4.5 上海市
 - 3.4.6 深圳市
 - 3.4.7 广州市
 - 3.4.8 重庆市
 - 3.5 企业应用电子商务分析
 - 3.5.1 电子商务提升企业竞争力
 - 3.5.2 传统企业纷纷涉足电子商务领域
 - 3.5.3 电子商务成传统企业转型必然趋势
 - 3.5.4 传统实体企业转型电商面临的形势
 - 3.5.5 传统企业进军电子商务的条件及策略
 - 3.5.6 中国企业开展电子商务具体实施策略
 - 3.6 各类型企业电子商务的应用分析
 - 3.6.1 外贸企业电子商务的应用状况
 - 3.6.2 工业品领域企业电子商务应用
 - 3.6.3 大型企业电子商务的应用
 - 3.6.4 中小企业电子商务的应用
 - 3.7 电子商务行业的盈利分析
 - 3.8 中国电子商务行业存在的问题及策略
- #### 第四章 2013年中国电子商务市场分析
- 4.1 2013年中国电子商务市场的发展
 - 4.1.1 2011年中国电子商务市场发展状况
 - 4.1.2 2011年中国电子商务市场突出特点
 - 4.1.3 2012年中国电子商务市场发展特点
 - 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 2013年电子商务市场竞争状况

第五章 2013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 2013年中国B2B电子商务市场的发展
 - 5.2.1 2011年中小企业B2B电子商务市场规模
 - 5.2.2 2011年中国B2B电子商务企业发展态势
 - 5.2.3 2012年中国B2B电子商务行业发展综述
 - 5.2.4 2012年中国B2B电子商务市场规模状况
 - 5.2.5 2013年中国B2B电子商务市场规模分析
- 5.3 2013年B2B电子商务竞争分析
 - 5.3.1 2012年国内B2B市场企业竞争格局分析
 - 5.3.2 2013年B2B市场企业竞争格局分析
 - 5.3.3 中国B2B电商竞争实力分析
 - 5.3.4 B2B行业主要竞争手段分析
 - 5.3.5 B2B电子商务渠道竞争分析
 - 5.3.6 "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电子商务发展形势与前景解读

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 2013年电子商务其他经营模式分析

6.1 B2C（企业对消费者）

6.2 C2C（消费者对消费者）

6.3 C2B（消费者对企业）

第七章 2013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 2013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 中国移动电子商务市场现状剖析

7.4 移动电子商务发展中的问题及解决策略

7.5 移动电子商务的市场前景及趋势

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 2013年电子商务在不同行业的应用

9.1 农业电子商务

9.2 零售业电子商务

9.3 医药电子商务

9.4 汽车零部件业电子商务

9.5 旅游业电子商务

9.5.5 中国旅游电子商务竞争分析

第十章 电子商务安全及诚信体系

10.1 电子商务安全概述

10.2 电子商务网络信息安全

10.3 企业电子商务网站的安全

10.4 移动电子商务安全

10.5 电子商务的诚信体系

第十一章 2013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 2011年我国网上支付市场发展分析

11.3.4 2012年我国网上支付市场规模分析

11.3.5 2013年网上支付市场发展状况

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 2011年中国网络购物市场发展概况

11.4.2 2012年中国网络购物市场发展分析

11.4.3 2013年中国网络购物运行状况

11.4.4 我国网络购物市场配套服务情况

11.4.5 国内网络购物热潮加剧支付市场竞争

11.4.6 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 2011年中国网上银行市场增速放缓
- 11.6.4 2012年中国网上银行市场分析
- 11.6.5 2013年网上银行市场规模浅析
- 11.6.6 中国网上银行存在的问题及发展策略

第十二章 2013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 2011年国内网络购物快递市场规模简析
 - 12.3.4 2012年网络购物物流业发展分析
 - 12.3.5 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
 - 12.5 中国电商物流行业前景预测
- ## 第十三章 2013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 政府积极引导电子商务行业有序发展
 - 13.1.3 2010年电子商务领域政策法规实施状况
 - 13.1.4 2011年规范第三方电子商务交易平台发展

- 13.1.5 2011年政府发文加强电子商务信用体系建设
- 13.1.6 2012年商务部制定政策支持电子商务发展
- 13.1.7 2013年国家发文促进电子商务健康发展
- 13.1.8 我国电子商务税收立法进展情况
- 13.2 电子商务立法的核心部分
 - 13.2.1 中国电子商务立法总则
 - 13.2.2 数字化信息的法律效力
 - 13.2.3 电子合同的法律效力
 - 13.2.4 网络服务提供者的法律职责
- 13.3 中国电子商务立法的问题及策略
 - 13.3.1 中国电子商务政策法律环境有待完善
 - 13.3.2 妨碍中国电子商务规范发展的法律问题
 - 13.3.3 中国电子商务立法的认识误区
 - 13.3.4 电子商务立法应注意的关键事项
 - 13.3.5 改革中国电子商务政策法律环境的策略
- 13.4 "十二五"期间电子商务发展指导意见
 - 13.4.1 基本原则和主要目标
 - 13.4.2 工作任务
 - 13.4.3 重点工程
 - 13.4.4 保障措施
- 13.5 电子商务"十二五"发展规划
 - 13.5.1 基本原则与发展目标
 - 13.5.2 重点任务
 - 13.5.3 政策措施
- 13.6 电子商务行业地方政策介绍
 - 13.6.1 《广东省电子商务交易条例》
 - 13.6.2 《广东省加快发展电子商务的意见》
 - 13.6.3 《山东省电子商务企业认定管理办法》（暂行）
 - 13.6.4 《四川省电子商务发展专项资金管理办法》
 - 13.6.5 《河北省进一步加快电子商务发展的实施意见》
 - 13.6.6 《江西省加快电子商务发展的指导意见》
 - 13.6.7 《浙江省电子商务产业"十二五"发展规划》

第十四章 2013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 竞争力分析

14.2 亚马逊

14.2.1 公司简介

14.2.2 竞争力分析

14.3 阿里巴巴

14.3.1 公司简介

14.3.2 竞争力分析

14.4 淘宝网

14.4.1 公司简介

14.4.2 竞争力分析

14.5 焦点科技

14.5.1 公司简介

14.5.2 竞争力分析

14.6 生意宝

14.6.1 公司简介

14.6.2 竞争力分析

14.7 慧聪网

14.7.1 公司简介

14.7.2 竞争力分析

14.8 EBAY易趣

14.8.1 公司简介

14.8.2 竞争力分析

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 2013-2018年中国电子商务行业预测分析
- 15.2 中国电子商务发展趋势
 - 15.2.1 中国电子商务行业的发展方向
 - 15.2.2 我国电子商务行业发展走势分析
 - 15.2.3 中国电子商务未来发展的重点

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/229943.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。