



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电子商务市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电子商务市场分析预测及战略咨询报告》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/251765.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

第1章：电子商务行业定义及发展环境分析37

1.1 电子商务行业定义37

1.1.1 电子商务行业定义37

1.1.2 电子商务行业分类37

1.1.3 电子商务主要模式38

1.1.4 电子商务主要应用领域41

1.1.5 电子商务行业在国民经济中的地位42

1.2 电子商务行业政策环境分析43

1.2.1 电子商务行业管理体制43

(1) 主管部门43

(2) 监管体制43

1.2.2 电子商务行业相关政策44

(1) 电子商务行业政策变动分析44

(2) 电子商务行业相关政策汇总与解读48

(3) 电子商务行业支付与快递行业政策分析53

1.2.3 电子商务行业发展规划解读55

(1) 中国电子商务行业"十二五"规划解读55

(2) 地方性电子商务行业规划解读57

1) 上海市电子商务行业规划解读57

2) 杭州市电子商务行业规划解读71

3) 广州市电子商务行业规划解读74

4) 北京市电子商务行业规划解读76

5) 南京市电子商务行业规划解读90

6) 石家庄电子商务行业规划解读91

7) 哈尔滨电子商务行业规划解读98

8) 安徽省电子商务行业规划解读99

1.3 电子商务行业消费环境分析101

1.3.1 居民收入水平对电子商务行业的影响101

1.3.2 城镇化进程对电子商务行业的影响104

1.3.3 零售业发展对电子商务行业的影响105

1.4 电子商务行业技术环境分析	110
1.4.1 国家层面上电子商务技术创新环境分析	110
(1) 我国对电子商务行业技术开发扶持分析	110
(2) 我国专利数量及总体技术发展水平分析	112
1.4.2 行业层面上电子商务技术环境分析	116
(1) 电子商务行业技术发展动态	117
(2) 电子商务行业专利技术数量及变化趋势	119
1.4.3 电子商务新、热技术分析	121
第2章：电子商务行业发展现状与趋势分析	124
2.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析	124
2.1.1 全球电子商务行业发展概述	124
2.1.2 全球电子商务行业市场规模分析	124
2.1.3 全球电子商务行业市场结构分析	125
2.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析	131
(1) 美国电子商务行业发展状况分析	131
(2) 欧洲电子商务行业发展状况分析	137
(3) 亚洲电子商务行业发展状况分析	146
(4) 其他地区电子商务发展状况分析	151
2.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴	158
2.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析	161
2.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析	163
2.2.1 中国电子商务行业发展概述	163
2.2.2 中国电子商务行业发展规模	164
(1) 中国电子商务交易规模	165
(2) 中国电子商务区域分布	166
(3) 中国电子商务行业分布	167
(4) 中国电子商务从业人员规模	168
2.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测	168
(1) 中国电子商务行业发展趋势	169
(2) 中国电子商务行业前景预测	173
2.3 中国主要地区电子商务发展分析	177
2.3.1 2014年中国电子商务城市十强榜单	177

2.3.2 浙江省电子商务发展分析177

(1) 发展概况177

(2) 主要数据178

(3) 主要网站179

2.3.3 广东省电子商务发展分析179

(1) 发展概况179

(2) 主要数据180

2.3.4 江苏省电子商务发展分析180

(1) 发展概况180

(2) 主要数据182

2.3.5 上海市电子商务发展分析182

(1) 发展概况182

(2) 主要数据183

2.3.6 北京市电子商务发展分析183

(1) 发展概况184

(2) 主要数据185

(3) 主要网站185

2.4 中国电子商务行业投诉分析185

2.4.1 行业整体投诉情况185

(1) 领域分布185

(2) 投诉金额186

(3) 投诉性别187

2.4.2 网络零售投诉分析187

(1) 热点投诉187

(2) 投诉榜单192

2.4.3 支付快递分析194

2.4.4 传统品牌投诉分析194

2.4.5 网络团购投诉195

(1) 热点问题195

(2) 十大网站196

第3章：中国移动电子商务行业发展现状与趋势分析197

3.1 中国移动电子商务发展现状与趋势197

- 3.1.1 中国移动电子商务发展概述197
 - (1) 移动电子商务概念197
 - (2) 移动电子商务发展阶段197
 - (3) 移动电子商务产业链分析198
- 3.1.2 中国移动电子商务行业发展规模199
 - (1) 中国智能手机保有量规模199
 - (2) 中国移动电子商务实物交易用户规模200
 - (3) 中国移动电子商务市场规模201
 - (4) 中国移动电子商务市场份额203
- 3.1.3 中国移动电子商务发展动因分析204
- 3.1.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析205
- 3.1.5 中国移动电子商务运营模式分析205
- 3.1.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策208
- 3.1.7 中国移动电子商务应用市场需求分析209
 - (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析209
 - (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析211
- 3.1.8 中国移动电子商务发展趋势分析212
- 3.2 中国移动支付业发展现状分析217
 - 3.2.1 移动支付业发展概况217
 - 3.2.2 移动支付市场发展规模218
 - (1) 移动支付市场交易规模218
 - (2) 移动支付市场用户规模218
 - 3.2.3 中国移动支付市场结构222
 - 3.2.4 中国移动支付核心企业竞争格局227
 - (1) 中国移动支付核心企业交易规模市场份额227
 - (2) 中国移动支付核心企业细分业务结构228
 - 3.2.5 中国移动支付业发展趋势分析231
- 第4章：中国电子商务细分服务发展现状与趋势分析239
 - 4.1 B2B发展现状与趋势分析239
 - 4.1.1 B2B发展规模241
 - (1) B2B交易规模241
 - (2) B2B企业规模242

- (3) B2B市场营收规模242
- (4) B2B用户规模244
- 4.1.2 B2B电子商务行业市场竞争格局分析245
 - (1) 企业营收及占有率分析245
 - (2) 竞争地位分析248
- 4.1.3 B2B发展趋势249
- 4.1.4 B2B电子商务案例分析250
 - (1) 金银岛网交所"仓单交易"B2B模式案例分析250
 - (2) 2014年度中国B2B行业十大事件254
- 4.2 网络零售发展现状与趋势分析258
 - 4.2.1 网络购物行业发展概况258
 - 4.2.2 网络购物行业市场分析260
 - (1) 网络购物市场交易规模260
 - (2) 网络购物市场企业规模261
 - (3) 网络零售企业市场份额262
 - (4) 网络购物市场用户规模263
 - (5) 网络购物个人网店数量264
 - (6) 网络购物目标客户群体分析265
 - (7) 海外代购市场发展状况分析267
 - 4.2.3 网络购物运营模式分析267
 - 4.2.4 网络购物行业发展趋势269
 - 4.2.5 B2C电子商务行业案例分析270
 - (1) 百度"乐酷天"平台与模式分析270
 - (2) 苏宁易购布局综合电子商务273
 - 4.2.6 2013年度中国网络零售行业主要事件274
- 4.3 网络团购发展现状与趋势分析276
 - 4.3.1 网络团购行业发展概况276
 - 4.3.2 网络团购市场现状分析276
 - (1) 网络团购市场企业规模276
 - (2) 网络团购市场用户规模277
 - (3) 网络团购市场交易规模278
 - (4) 网络团购市场份额279

- (5) 网络团购网站类型279
- 4.3.3 网络团购市场存在问题及解决对策279
- 4.3.4 网络团购行业发展趋势分析286
- 4.3.5 2014年度中国网络团购行业十大事件289
- 4.4 网上支付发展现状与趋势分析291
 - 4.4.1 网上支付行业发展概况291
 - 4.4.2 网上支付交易市场现状分析292
 - (1) 网上支付交易额规模293
 - (2) 网上支付竞争现状分析293
 - (3) 网上支付细分市场结构294
 - 4.4.3 网上支付平台支付模式295
 - (1) 网关型支付模式295
 - (2) 信用但保型支付模式295
 - (3) 支付模式对比296
 - (4) 第三方支付企业与银行的利益冲突298
 - 4.4.4 网上支付主要认证体系发展现状与趋势300
 - (1) 网上银行300
 - 1) 网上银行市场规模分析300
 - 2) 网上银行市场份额分析300
 - 3) 网上银行用户分析302
 - 4) 网上银行市场发展趋势304
 - (2) 支付宝304
 - 1) 支付宝市场发展分析305
 - 2) 支付宝用户分析306
 - 3) 支付宝市场发展趋势307
 - (3) 财付通308
 - 1) 财付通市场发展分析308
 - 2) 财付通用户分析309
 - 3) 财付通市场发展趋势309
 - (4) 快钱312
 - 1) 快钱市场发展分析312
 - 2) 快钱用户分析313

- 3) 快钱市场发展趋势313
- 4.4.5 网上支付行业发展趋势分析315
- 第5章：电子商务配套行业发展现状与趋势分析323
- 5.1 电子商务物流业发展现状与趋势分析323
- 5.1.1 中国电子商务物流发展现状与趋势323
 - (1) 电子商务物流发展概况323
 - (2) 中国电子商务物流市场运行情况323
- 1) 快递业市场规模分析323
- 2) 物流行业市场运行分析324
 - (3) 中国电子商务物流现存问题326
 - (4) 中国电子商务物流改进对策327
 - (5) 中国电子商务物流发展态势330
- 5.1.2 电子商务物流主要模式与优劣势分析330
 - (1) 自营物流模式与优劣势分析331
 - (2) 物流联盟模式与优劣势分析332
 - (3) 第三方物流模式与优劣势分析332
 - (4) 第四方物流模式与优劣势分析333
 - (5) 物流一体化模式与优劣势分析334
- 5.1.3 国际优秀电子商务物流案例分析335
 - (1) 美国电子商务物流案例分析335
 - 1) 美国加州食品配送中心案例分析335
 - 2) 美国沃尔玛商品配送中心案例分析336
 - 3) 美国福来明食品配送中心案例分析336
 - (2) 日本电子商务物流案例分析336
 - 1) 日本花王公司介绍337
 - 2) 电子商务物流管理分析337
 - 3) 启示：利用电子商务优化物流系统341
- 5.1.4 中国主要电子商务企业物流发展状况分析342
 - (1) 阿里巴巴集团物流发展状况分析342
 - (2) 京东商城物流发展状况分析343
 - (3) 当当网物流发展状况分析343
 - (4) 凡客诚品物流发展状况分析344

5.2 互联网发展现状与趋势分析	349
5.2.1 互联网发展规模分析	350
(1) 互联网网民规模	350
(2) 互联网资源规模	351
5.2.2 网络经济发展分析	352
(1) 网络经济规模	352
(2) 网络应用结构	353
5.2.3 网络应用发展情况	353
(1) 新闻网站	353
(2) 网络视频	353
(3) 搜索引擎	354
(4) 即时通信	354
(5) 网络社区	355
(6) 微博	355
(7) 博客/个人空间	356
(8) 数字音乐	356
5.2.4 互联网行业发展趋势分析	356
5.3 电子商务服务业发展现状与趋势分析	358
5.3.1 电子商务服务业发展概况	358
5.3.2 电子商务服务业优秀案例分析	359
(1) 兴长信达案例分析	359
(2) 易积科技案例分析	361
(3) 四海商舟案例分析	368
5.3.3 中国电子商务第三方代运营市场分析	372
(1) 中国电子商务第三方代运营市场规模分析	372
(2) 中国电子商务第三方服务市场面临的问题	375
5.3.4 电子商务服务业发展趋势分析	376
第6章：中国电子商务行业主要运营模式分析	378
6.1 B2B电子商务模式	378
6.1.1 B2B电子商务模式概述	378
6.1.2 中国B2B电子商务盈利模式	379
6.1.3 中国B2B电子商务目标客户	382

- 6.1.4 中国B2B电子商务采购特征382
- 6.1.5 中国B2B电子商务物流特征383
- 6.1.6 中国B2B电子商务成本分析385
- 6.1.7 中国B2B电子商务存在的问题及对策386
 - (1) 存在的问题386
 - (2) 对策分析387
- 6.2 B2C电子商务模式388
 - 6.2.1 B2C电子商务模式概述388
 - 6.2.2 中国B2C电子商务盈利模式388
 - 6.2.3 中国B2C电子商务目标市场390
 - 6.2.4 中国B2C电子商务采购特征390
 - 6.2.5 中国B2C电子商务物流特征391
 - 6.2.6 中国B2C电子商务成本分析392
 - 6.2.7 中国B2C电子商务存在的问题及对策396
 - (1) 存在的问题396
 - (2) 对策分析399
- 6.3 C2C电子商务模式401
 - 6.3.1 C2C电子商务模式概述401
 - 6.3.2 中国C2C电子商务盈利模式401
 - 6.3.3 中国C2C电子商务目标客户402
 - 6.3.4 中国C2C电子商务采购特征404
 - 6.3.5 中国C2C电子商务物流特征404
 - 6.3.6 中国C2C电子商务成本分析405
 - 6.3.7 中国C2C电子商务存在的问题及对策406
 - (1) 存在的问题406
 - (2) 对策分析409
- 6.4 其他电子商务模式410
 - 6.4.1 O2O电子商务模式411
 - (1) O2O模式定义411
 - (2) O2O模式主要案例411
 - (3) O2O模式发展前景413
 - 6.4.2 C2G电子商务模式414

6.4.3 B2M电子商务模式	414
6.4.4 M2C电子商务模式	415
6.4.5 B2G电子商务模式	417
6.4.6 社交电子商务模式	418
第7章：中国电子商务行业营销模式与案例分析	419
7.1 搜索引擎营销模式与案例分析	419
7.1.1 搜索引擎营销结构分析	419
7.1.2 搜索引擎营销现状分析	420
7.1.3 搜索引擎营销成本收益分析	421
7.1.4 搜索引擎营销案例分析	425
7.2 论坛营销模式与案例分析	428
7.2.1 论坛营销结构分析	428
7.2.2 论坛营销现状分析	428
7.2.3 论坛营销成本收益分析	431
7.2.4 论坛营销案例分析	432
7.3 博客营销模式与案例分析	433
7.3.1 博客营销结构分析	433
7.3.2 博客营销现状分析	434
7.3.3 博客营销成本收益分析	435
7.3.4 博客营销案例分析	436
7.4 微博营销模式与案例分析	440
7.4.1 微博营销结构分析	440
7.4.2 微博营销现状分析	443
7.4.3 微博营销成本收益分析	445
7.4.4 微博营销案例分析	449
7.5 视频营销模式与案例分析	465
7.5.1 视频营销结构分析	465
7.5.2 视频营销现状分析	466
7.5.3 视频营销成本收益分析	467
7.5.4 视频营销案例分析	468
7.6 问答营销模式与案例分析	469
7.6.1 问答营销结构分析	469

- 7.6.2 问答营销现状分析470
- 7.6.3 问答营销成本收益分析475
- 7.6.4 问答营销案例分析475
- 7.7 权威百科营销模式与案例分析476
 - 7.7.1 权威百科营销结构分析476
 - 7.7.2 权威百科营销现状分析477
 - 7.7.3 权威百科营销成本收益分析478
 - 7.7.4 权威百科营销案例分析478
- 7.8 企业新闻营销模式与案例分析479
 - 7.8.1 企业新闻营销结构分析479
 - 7.8.2 企业新闻营销现状分析482
 - 7.8.3 企业新闻营销成本收益分析483
 - 7.8.4 企业新闻营销案例分析484
- 第8章：中国电子商务行业领先网站运营分析485
 - 8.1 中国领先B2B电子商务网站个案分析485
 - 8.1.1 B2B网站模式分析485
 - (1) 以供求商机信息服务为主的行业B2B模式485
 - (2) 以行业资讯服务为主的行业B2B门户模式485
 - (3) 以招商加盟服务为主的行业B2B模式486
 - (4) 以项目外包服务为主的行业B2B模式486
 - (5) 以在线交易服务为主的行业B2B模式486
 - (6) 以技术社区服务为主的行业B2B门户模式487
 - 8.1.2 阿里巴巴488
 - (1) 网站简介488
 - (2) 网站会员规模488
 - (3) 网站主营业务分析488
 - (4) 网络营销策略488
 - (5) 网站盈利模式488
 - (6) 网站经营状况分析489
 - (7) 网站最新发展动向分析489
 - 8.1.3 生意宝490
 - (1) 网站简介490

- (2) 网站会员规模490
- (3) 网站主营业务分析491
- (4) 网络营销策略491
- (5) 网站盈利模式492
- (6) 网站经营状况分析493
- 1) 主要经济指标分析493
- 2) 企业盈利能力分析497
- 3) 企业运营能力分析499
- 4) 企业偿债能力分析500
- 5) 企业发展能力分析501
- (7) 网站最新发展动向分析502
- 8.1.4 中国制造网503
 - (1) 网站简介503
 - (2) 网站会员规模503
 - (3) 网站主营业务分析503
 - (4) 网络营销策略504
 - (5) 网站盈利模式505
 - (6) 网站经营状况分析505
 - (7) 网站最新发展动向分析510
- 8.1.5 慧聪网510
 - (1) 网站简介510
 - (2) 网站会员规模511
 - (3) 网站主营业务分析511
 - (4) 网络营销策略513
 - (5) 网站盈利模式514
 - (6) 网站经营状况分析514
 - 1) 主要经济指标分析514
 - 2) 企业盈利能力分析515
 - 3) 企业运营能力分析516
 - 4) 企业偿债能力分析517
 - 5) 企业发展能力分析518
 - (7) 网站最新发展动向分析519

8.1.6 环球资源519

- (1) 网站简介519
- (2) 网站会员规模519
- (3) 网站主营业务分析520
- (4) 网络营销策略520
- (5) 网站盈利模式520
- (6) 网站经营状况分析520
- 1) 利润分析520
- 2) 资产负债分析522
- 3) 现金流量分析523
- 4) 主要指标分析524

8.1.7 敦煌网525

- (1) 网站简介525
- (2) 网站会员规模525
- (3) 网站主营业务分析525
- (4) 网络营销策略526
- (5) 网站盈利模式526
- (6) 网站经营状况分析527
- (7) 网站最新发展动向分析532

8.1.8 志趣网532

- (1) 网站简介532
- (2) 网站主营业务分析533
- (3) 网络营销策略533
- (4) 网站盈利模式533

8.1.9 淘金地534

- (1) 网站简介534
- (2) 网站会员规模534
- (3) 网站主营业务分析535
- (4) 网络营销策略535
- (5) 网站盈利模式535
- (6) 网站经营状况分析537
- (7) 网站最新发展动向分析542

8.1.10 百纳网542

- (1) 网站简介542
- (2) 网站会员规模542
- (3) 网站主营业务分析543
- (4) 网络营销策略543
- (5) 网站盈利模式543
- (6) 网站经营状况分析544

8.1.11 中国供应商550

- (1) 网站简介550
- (2) 网站主营业务分析551
- (3) 网络营销策略551
- (4) 网站盈利模式551
- (5) 网站经营状况分析551

8.1.12 中国网库557

- (1) 网站简介557
- (2) 网站会员规模557
- (3) 网站主营业务分析558
- (4) 网络营销策略559
- (5) 网站盈利模式560
- (6) 网站经营状况分析560
- (7) 网站最新发展动向分析566

8.1.13 全球五金网566

- (1) 网站简介566
- (2) 网站会员规模567
- (3) 网站主营业务分析567
- (4) 网络营销策略567
- (5) 网站盈利模式568
- (6) 网站经营状况分析568

8.1.14 中国制造交易网574

- (1) 网站简介574
- (2) 网站会员规模574
- (3) 网站主营业务分析575

(4) 网站盈利模式575

(5) 网站经营状况分析575

8.1.15 铭万网581

(1) 网站简介581

(2) 网站会员规模582

(3) 网站主营业务分析583

(4) 网络营销策略583

(5) 网站盈利模式584

(6) 网站经营状况分析585

8.2 中国领先B2C电子商务网站个案分析590

8.2.1 B2C网站盈利模式分析590

8.2.2 天猫商城592

(1) 网站简介592

(2) 网站会员规模592

(3) 网站主营业务分析592

(4) 网络营销策略592

(5) 网站盈利模式593

(6) 网站经营状况分析594

8.2.3 京东商城599

(1) 网站简介599

(2) 网站会员规模599

(3) 网站主营业务分析600

(4) 网络营销策略601

(5) 网站盈利模式602

(6) 网站经营状况分析602

(7) 网站最新发展动向分析608

8.2.4 亚马逊中国608

(1) 网站简介608

(2) 网站会员规模609

(3) 网站主营业务分析610

(4) 网络营销策略611

(5) 网站盈利模式612

(6) 网站经营状况分析613

(7) 网站最新发展动向分析618

8.2.5 当当网618

(1) 网站简介618

(2) 网站会员规模619

(3) 网站主营业务分析619

(4) 网络营销策略619

(5) 网站盈利模式620

(6) 网站经营状况分析621

1) 利润分析621

2) 资产负债分析622

3) 现金流量分析623

4) 主要指标分析624

(7) 网站最新发展动向分析624

8.3 中国领先C2C电子商务网站个案分析625

8.3.1 淘宝网625

(1) 网站简介625

(2) 网站会员规模626

(3) 网站主营业务分析626

(4) 网络营销策略627

(5) 网站盈利模式629

(6) 网站经营状况分析629

(7) 网站最新发展动向分析635

8.3.2 拍拍网635

(1) 网站简介636

(2) 网站会员规模636

(3) 网站主营业务分析636

(4) 网络营销策略636

(5) 网站盈利模式637

(6) 网站经营状况分析637

8.46642

8.3.3 易趣网643

- (1) 网站简介643
 - (2) 网站会员规模643
 - (3) 网站主营业务分析644
 - (4) 网络营销策略644
 - (5) 网站盈利模式646
 - (6) 网站经营状况分析646
- 第9章：中国电子商务行业投融资分析653
- 9.1 电子商务行业投资特性分析653
 - 9.1.1 电子商务行业进入壁垒分析653
 - 9.1.2 电子商务行业盈利模式分析653
 - (1) 电子商务企业主要盈利模式653
 - (2) 中国网络团购网站盈利模式662
 - 9.1.3 电子商务行业盈利因素分析664
 - 9.2 电子商务行业投资现状及前景664
 - 9.2.1 电子商务行业投资现状分析664
 - (1) 电子商务行业投资方向分析664
 - (2) 电子商务行业投资风险分析666
 - (3) 电子商务行业投资存在的问题667
 - (4) 电子商务行业主要投资建议668
 - 9.2.2 电子商务行业投资前景预测671
 - 9.3 电子商务行业融资现状及前景673
 - 9.3.1 电子商务行业融资情况分析673
 - (1) 2014年中国电子商务企业融资事件674
 - (2) 2013-2014年融资金额分析675
 - (3) 2013-2014年各行业融资比例分析675
 - (4) 每轮融资平均金额分析676
 - (5) 融资单笔金额分析677
 - (6) 融资基金类别分析677
 - (7) 电子商务行业融资存在的问题678
 - (8) 电子商务行业主要融资建议679
 - 9.3.2 电子商务行业融资前景预测684

图表目录：

图表 1 电子商务行业分类37

图表 2 电子商务和信息化司的主要职能43

图表 3 2005年以来电子商务行业出台法规数量（单位：个）44

图表 4 中国电子商务行业“十二五”规划发展重点55

图表 5 2006-2014年三季度我国农村居民人均纯收入及其增长速度103

图表 6 2006-2014年三季度我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度103

图表 7 2006-2014年三季度我国社会消费品零售总额及其增长率107

图表 8 2013年9月-2014年9月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度107

图表 9 2014年9月份社会消费品零售总额主要数据108

图表 10 1993-2013年电子商务行业专利数量趋势图（单位：件）119

图表 11 申请人构成分析（单位：件）119

图表 12 申请人趋势分析（单位：件）120

图表 13 2013年各地区居民零售商销售额(十亿美元)131

图表 14 商户们如何为国外客户提供服务132

图表 15 电子商务各商品类别增长率133

图表 16 信用卡在线购买量的变化134

图表 17 2013年全球各地区社交费用135

图表 18 加拿大近期主要支付方式136

图表 19 美国2010年至2015年在线零售商预期136

图表 20 欧洲各国在线零售业预测138

图表 21 因特网零售前十(2012年)(人均美元)资料来源：欧洲商情市场调研公司138

图表 22 互联网对经济的贡献(在GDP中的比例)139

图表 23 电子商务对GDP增长和就业的贡献度(%)140

图表 24 欧洲国家个人电脑渗透率141

图表 25 欧洲移动商务增长走势141

图表 26 各国消费者购买别国货物比例142

图表 27 跨境电子零售商最关心的事项142

图表 28 跨境电子商务中消费者最关心的事项143

图表 29 流通中金融卡比例(人均持卡)146

图表 30 电商渗透图147

图表 31 全球互联网用户数量前十名(百万人)149

- 图表 32 亚洲各地区移动电话和光纤渗透率149
- 图表 33 2015-2020年亚太地区B2C在电子商务中份额的变化150
- 图表 34 拉丁美洲大众消费品网购商品分布152
- 图表 35 拉丁美洲/加勒比海的互联网用户数量和分布资料来源:互联网世界统计153
- 图表 36 拉丁美洲网民分布图(互联网用户占比)154
- 图表 37 未来十年包裹数量增速156
- 图表 38 最近五年互联网销售增长走势157
- 图表 39 2015-2020年中国电子商务市场交易规模165
- 图表 40 2012年中国电子商务服务企业区域分布图166
- 图表 41 2012年中国电子商务企业行业分布图167
- 图表 42 2013年度中国电子商务投诉领域分布185
- 图表 43 2012年度十大热点被投诉传统品牌电商194
- 图表 44 2013年度中国网络团购十大热点投诉问题195
- 图表 45 2013年中国网络团购十大被投诉网站196
- 图表 46 2015-2020年中国智能手机保有量规模199
- 图表 47 2009-2015年中国移动电子商务用户规模状况202
- 图表 48 2014Q3中国移动电子商务市场购物平台市场份额占比状况203
- 图表 49 2014Q3中国移动电商市场新型购物平台市场份额占比状况203
- 图表 50 2014Q1-Q3中国第三方移动支付细分市场交易规模结构227
- 图表 51 2015-2020年中国移动购物市场交易规模229
- 图表 52 2015-2020年中国网购交易额PC端和移动商占比230
- 图表 53 2015-2020年中国移动互联网市场规模231
- 图表 54 2015-2020年中国智能手机保有量232
- 图表 55 2015-2020年中国PC网民及移动网民规模233
- 图表 56 2015-2020年中国移动互联网细分行业结构占比234
- 图表 57 2015-2020年中国第三方移动支付市场交易规模236
- 图表 58 2015-2020年中国第三方移动支付市场交易规模结构237
- 图表 59 2009-2014年中国B2B市场交易规模241
- 图表 60 2009-2014年中国B2B电子商务企业规模242
- 图表 61 2012Q3-2014Q3中国中小企业B2B电子商务市场总营收规模243
- 图表 62 2009-2014年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模244
- 图表 63 2009-2014年中国B2B电子商务营收规模245

图表 64 2013年中国B2B服务商市场份额占比图247

图表 65 2009-2014年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模249

图表 66 2012Q3-2014Q3中国网络财物市场交易规模260

图表 67 2009-2014年中国网络零售市场交易规模261

图表 68 2014Q3中国B2C财物网站交易规模市场份额262

图表 69 2008-2013年中国个人网站数量（单位：万家）264

图表 70 2015-2020年中国网络团购用户规模及渗透率277

图表 71 2015-2020年中国网络团购交易规模及渗透率278

图表 72 四大商业银行的收入结构图299

图表 73 2014年3季度中国网上银行市场交易份额301

图表 74 2013Q3-2014Q3中国网上银行交易规模302

图表 75 2009-2014年中国代运营市场交易规模373

图表 76 SEM结构模式419

图表 77 论坛营销网络营销的部分内容430

图表 78 浙江网盛生意宝股份有限公司负债能力分析493

图表 79 浙江网盛生意宝股份有限公司利润能力分析495

图表 80 浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力分析497

图表 81 浙江网盛生意宝股份有限公司运营能力分析499

图表 82 浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力分析500

图表 83 浙江网盛生意宝股份有限公司发展能力分析501

图表 84 近4年中国制造网流动资产周转次数变化情况505

图表 85 近4年中国制造网流动资产周转次数变化情况505

图表 86 近4年中国制造网产权比率变化情况506

图表 87 近4年中国制造网产权比率变化情况506

图表 88 近4年中国制造网销售毛利率变化情况506

图表 89 近4年中国制造网销售毛利率变化情况507

图表 90 近4年中国制造网资产负债率变化情况507

图表 91 近4年中国制造网资产负债率变化情况508

图表 92 近4年中国制造网总资产周转次数变化情况508

图表 93 近4年中国制造网总资产周转次数变化情况508

图表 94 近4年中国制造网固定资产周转次数情况509

图表 95 近4年中国制造网固定资产周转次数变化情况509

图表 96 慧聪网经济指标分析514

图表 97 慧聪网盈利能力分析515

图表 98 慧聪网运营能力分析516

图表 99 慧聪网偿债能力分析517

图表 100 慧聪网发展能力分析518

图表 101 环球资源利润分析520

图表 102 环球资源资产负债分析522

图表 103 环球资源现金流量分析523

图表 104 环球资源主要指标分析524

图表 105 近4年敦煌网经流动资产周转次数变化情况527

图表 106 近4年敦煌网经流动资产周转次数变化情况527

图表 107 近4年敦煌网经产权比率变化情况528

图表 108 近4年敦煌网经产权比率变化情况528

图表 109 近4年敦煌网经销售毛利率变化情况528

图表 110 近4年敦煌网经销售毛利率变化情况529

图表 111 近4年敦煌网经资产负债率变化情况529

图表 112 近4年敦煌网经资产负债率变化情况530

图表 113 近4年敦煌网经总资产周转次数变化情况530

图表 114 近4年敦煌网经总资产周转次数变化情况530

图表 115 近4年敦煌网经固定资产周转次数情况531

图表 116 近4年敦煌网经固定资产周转次数情况531

图表 117 近4年淘金地流动资产周转次数变化情况537

图表 118 近4年淘金地流动资产周转次数变化情况537

图表 119 近4年淘金地产权比率变化情况537

图表 120 近4年淘金地产权比率变化情况538

图表 121 近4年淘金地销售毛利率变化情况538

图表 122 近4年淘金地销售毛利率变化情况539

图表 123 近4年淘金地资产负债率变化情况539

图表 124 近4年淘金地资产负债率变化情况539

图表 125 近4年淘金地总资产周转次数变化情况540

图表 126 近4年淘金地总资产周转次数变化情况540

图表 127 近4年淘金地固定资产周转次数情况541

图表 128 近4年淘金地固定资产周转次数情况541

图表 129 近4年百纳网流动资产周转次数变化情况544

图表 130 近4年百纳网流动资产周转次数变化情况544

图表 131 近4年百纳网产权比率变化情况545

图表 132 近4年百纳网产权比率变化情况545

图表 133 近4年百纳网销售毛利率变化情况546

图表 134 近4年百纳网销售毛利率变化情况546

图表 135 近4年百纳网资产负债率变化情况547

图表 136 近4年百纳网资产负债率变化情况547

图表 137 近4年百纳网总资产周转次数变化情况548

图表 138 近4年百纳网总资产周转次数变化情况548

图表 139 近4年百纳网固定资产周转次数情况549

图表 140 近4年百纳网固定资产周转次数情况549

图表 141 近4年中国供应商流动资产周转次数变化情况552

图表 142 近4年中国供应商流动资产周转次数变化情况552

图表 143 近4年中国供应商产权比率变化情况552

图表 144 近4年中国供应商产权比率变化情况553

图表 145 近4年中国供应商销售毛利率变化情况553

图表 146 近4年中国供应商销售毛利率变化情况553

图表 147 近4年中国供应商资产负债率变化情况554

图表 148 近4年中国供应商资产负债率变化情况554

图表 149 近4年中国供应商总资产周转次数变化情况555

图表 150 近4年中国供应商总资产周转次数变化情况555

图表 151 近4年中国供应商固定资产周转次数情况556

图表 152 近4年中国供应商固定资产周转次数情况556

图表 153 近4年中国网库流动资产周转次数变化情况560

图表 154 近4年中国网库流动资产周转次数变化情况560

图表 155 近4年中国网库产权比率变化情况561

图表 156 近4年中国网库产权比率变化情况561

图表 157 近4年中国网库销售毛利率变化情况562

图表 158 近4年中国网库销售毛利率变化情况562

图表 159 近4年中国网库资产负债率变化情况563

图表 160 近4年中国网库资产负债率变化情况563

图表 161 近4年中国网库总资产周转次数变化情况564

图表 162 近4年中国网库总资产周转次数变化情况564

图表 163 近4年中国网库固定资产周转次数情况565

图表 164 近4年中国网库固定资产周转次数情况565

图表 165 近4年全球五金网流动资产周转次数变化情况568

图表 166 近4年全球五金网流动资产周转次数变化情况569

图表 167 近4年全球五金网产权比率变化情况569

图表 168 近4年全球五金网产权比率变化情况569

图表 169 近4年全球五金网销售毛利率变化情况570

图表 170 近4年全球五金网销售毛利率变化情况570

图表 171 近4年全球五金网资产负债率变化情况571

图表 172 近4年全球五金网资产负债率变化情况571

图表 173 近4年全球五金网总资产周转次数变化情况572

图表 174 近4年全球五金网总资产周转次数变化情况572

图表 175 近4年全球五金网固定资产周转次数情况573

图表 176 近4年全球五金网固定资产周转次数变化情况573

图表 177 近4年中国制造交易网流动资产周转次数变化情况575

图表 178 近4年中国制造交易网流动资产周转次数变化情况576

图表 179 近4年中国制造交易网产权比率变化情况576

图表 180 近4年中国制造交易网产权比率变化情况577

图表 181 近4年中国制造交易网销售毛利率变化情况577

图表 182 近4年中国制造交易网销售毛利率变化情况578

图表 183 近4年中国制造交易网资产负债率变化情况578

图表 184 近4年中国制造交易网资产负债率变化情况578

图表 185 近4年中国制造交易网总资产周转次数变化情况579

图表 186 近4年中国制造交易网总资产周转次数变化情况579

图表 187 近4年中国制造交易网固定资产周转次数情况580

图表 188 近4年中国制造交易网固定资产周转次数变化情况580

图表 189 近4年铭万网流动资产周转次数变化情况585

图表 190 近4年铭万网流动资产周转次数变化情况585

图表 191 近4年铭万网产权比率变化情况586

图表 192 近4年铭万网产权比率变化情况586
图表 193 近4年铭万网销售毛利率变化情况586
图表 194 近4年铭万网销售毛利率变化情况587
图表 195 近4年铭万网资产负债率变化情况587
图表 196 近4年铭万网资产负债率变化情况588
图表 197 近4年铭万网总资产周转次数变化情况588
图表 198 近4年铭万网总资产周转次数变化情况589
图表 199 近4年铭万网固定资产周转次数情况589
图表 200 近4年铭万网固定资产周转次数变化情况589
图表 201 近4年天猫商城流动资产周转次数变化情况594
图表 202 近4年天猫商城流动资产周转次数变化情况594
图表 203 近4年天猫商城产权比率变化情况594
图表 204 近4年天猫商城产权比率变化情况595
图表 205 近4年天猫商城销售毛利率变化情况595
图表 206 近4年天猫商城销售毛利率变化情况596
图表 207 近4年天猫商城资产负债率变化情况596
图表 208 近4年天猫商城资产负债率变化情况596
图表 209 近4年天猫商城总资产周转次数变化情况597
图表 210 近4年天猫商城总资产周转次数变化情况597
图表 211 近4年天猫商城固定资产周转次数情况598
图表 212 近4年天猫商城固定资产周转次数变化情况598
图表 213 近4年京东商城流动资产周转次数变化情况602
图表 214 近4年京东商城流动资产周转次数变化情况602
图表 215 近4年京东商城产权比率变化情况603
图表 216 近4年京东商城产权比率变化情况603
图表 217 近4年京东商城销售毛利率变化情况604
图表 218 近4年京东商城销售毛利率变化情况604
图表 219 近4年京东商城资产负债率变化情况605
图表 220 近4年京东商城资产负债率变化情况605
图表 221 近4年京东商城总资产周转次数变化情况606
图表 222 近4年京东商城总资产周转次数变化情况606
图表 223 近4年京东商城固定资产周转次数情况607

图表 224 近4年京东商城固定资产周转次数变化情况607

图表 225 近4年亚马逊中国流动资产周转次数变化情况613

图表 226 近4年亚马逊中国流动资产周转次数变化情况613

图表 227 近4年亚马逊中国产权比率变化情况613

图表 228 近4年亚马逊中国产权比率变化情况614

图表 229 近4年亚马逊中国销售毛利率变化情况614

图表 230 近4年亚马逊中国销售毛利率变化情况614

图表 231 近4年亚马逊中国资产负债率变化情况615

图表 232 近4年亚马逊中国资产负债率变化情况615

图表 233 近4年亚马逊中国总资产周转次数变化情况616

图表 234 近4年亚马逊中国总资产周转次数变化情况616

图表 235 近4年亚马逊中国固定资产周转次数情况617

图表 236 近4年亚马逊中国固定资产周转次数情况617

图表 237 当当网盈利模式620

图表 238 当当网利润分析621

图表 239 当当网资产负债分析622

图表 240 当当网现金流量分析623

图表 241 当当网主要指标分析624

图表 242 近4年淘宝网流动资产周转次数变化情况629

图表 243 近4年淘宝网流动资产周转次数变化情况630

图表 244 近4年淘宝网产权比率变化情况630

图表 245 近4年淘宝网产权比率变化情况630

图表 246 近4年淘宝网销售毛利率变化情况631

图表 247 近4年淘宝网销售毛利率变化情况631

图表 248 近4年淘宝网资产负债率变化情况632

图表 249 近4年淘宝网资产负债率变化情况632

图表 250 近4年淘宝网总资产周转次数变化情况633

图表 251 近4年淘宝网总资产周转次数变化情况633

图表 252 近4年淘宝网固定资产周转次数情况634

图表 253 近4年淘宝网固定资产周转次数情况634

图表 254 近4年拍拍网流动资产周转次数变化情况637

图表 255 近4年拍拍网流动资产周转次数变化情况638

图表 256 近4年拍拍网产权比率变化情况638
图表 257 近4年拍拍网产权比率变化情况639
图表 258 近4年拍拍网销售毛利率变化情况639
图表 259 近4年拍拍网销售毛利率变化情况639
图表 260 近4年拍拍网资产负债率变化情况640
图表 261 近4年拍拍网资产负债率变化情况640
图表 262 近4年拍拍网总资产周转次数变化情况641
图表 263 近4年拍拍网总资产周转次数变化情况641
图表 264 近4年拍拍网固定资产周转次数情况642
图表 265 近4年拍拍网固定资产周转次数变化情况642
图表 266 近4年易趣网流动资产周转次数变化情况646
图表 267 近4年易趣网流动资产周转次数变化情况646
图表 268 近4年易趣网产权比率变化情况647
图表 269 近4年易趣网产权比率变化情况647
图表 270 近4年易趣网销售毛利率变化情况648
图表 271 近4年易趣网销售毛利率变化情况648
图表 272 近4年易趣网资产负债率变化情况649
图表 273 近4年易趣网资产负债率变化情况649
图表 274 近4年易趣网总资产周转次数变化情况650
图表 275 近4年易趣网总资产周转次数变化情况650
图表 276 近4年易趣网固定资产周转次数情况651
图表 277 近4年易趣网固定资产周转次数情况651
图表 278 2015-2020年中国B2B电子商务运营商营收规模及预测（单位：亿元，%）669
图表 279 2015-2020年中国网络经济市场规模预测（单位：亿元，%）671
图表 280 2012Q3-2014Q3中国电子商务市场交易规模672
图表 281 2012Q3-2014Q3中国电子商务市场细分行业构成673

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251765.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。