



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国电子商务市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国电子商务市场分析及投资策略研究报告》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/283197.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

2015年中国电子商务市场交易规模16.4万亿元，增长22.7%。其中网络购物增长36.2%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。另外，在线旅游39.9%、本地生活服务O2O38.3%的增长共同拉动电商增长。 2011-2018年中国电子商务市场交易规模

2015年电子商务市场细分行业结构中，B2B电子商务合计占比超过七成，B2B电子商务仍然是电子商务的主体；网络购物交易规模、在线旅游交易规模与本地生活服务O2O市场占比与2014年相比均有小幅提升。 2015年中国电子商务市场细分行业构成

2015年中国中小企业B2B运营商平台营收规模为215.9亿元，增长率为14.6%。艾瑞预测未来几年中国中小企业B2B运营平台营收增速仍保持10%以上，预计2018年营收规模将超过300亿元。

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。

报告目录：

第一章 电子商务行业概述 14

第一节 电子商务行业定义 14

第二节 电子商务行业发展历程 14

第三节 电子商务分类情况 23

第二章 中国电子商务行业发展环境分析 27

第一节 中国经济环境分析 27

一、GDP运行状况 27

二、工业生产形势 27

三、固定资产投资 28

四、进出口形势 29

第二节 电子商务行业相关政策 29

一、我国电子商务行业的政策法规体系	29
二、2015年商务部制定政策支持电子商务发展	37
三、2015年国家发文促进电子商务健康发展	37
四、我国电子商务税收立法进展情况	40
五、电子商务"十三五"发展规划	40
第三节 中国电子商务行业发展社会环境分析	46
一、居民消费情况	46
二、居民收入情况	48
第三章 2015年中国电子商务行业发展状况综合分析	50
第一节 电子商务整体监测数据	50
一、交易规模	50
二、细分领域	50
三、区域分布	51
四、从业人员	52
五、产业融合	54
第二节 中国主要地区电子商务发展概况与数据	55
一、总体概况	55
二、广东省	56
三、江苏省	57
四、浙江省	58
五、上海市	59
六、北京市	61
七、山东省	62
第三节 2015年中国电子商务十强城市	64
第四节 电子商务融资分析	65
一、市场概况	65
二、市场特点	65
三、行业分布	66
四、地域分布	67
五、融资监测表	68
第五节 2015年电子商务行业发展动态	72

- 一、 2015年度中国网络零售行业大事件 72
- 二、 2015年倒闭的电商网站 73
- 三、 2015年团购行业十大事件盘点 73

第四章 2015年中国电子商务细分行业发展分析 76

第一节 B2B电子商务现状与数据 76

- 一、 市场规模 76
- 二、 企业规模 76
- 三、 市场营收 77 2011-2018年中国中小企业B2B运营商台营收规模

四、 市场份额 78 2012-2015年中国主要中小企业B2B电子商运营商平台营收市场份额

五、 用户规模 80

六、 发展趋势 81

第二节 网络零售市场现状与数据 81

一、 交易规模 81 2011-2018年中国网络购物市场交易规模及增长率

二、 零售占比 82

三、 企业规模 83

四、 市场份额 84

五、 用户规模 85

六、 网店规模 86

七、 移动电商 86

八、 移动购物 88

九、 海外代购 88

第三节 网络团购市场现状与数据 89

一、 交易规模 89

二、 开团数量 91

三、 折扣走势 92

四、 市场份额 92 2011-2018年中国网络购物市场交易规模结构

五、 城市分布 94

第五章 2015年下半年中国电子商务行业分析 96

第一节 电子商务整体监测数据 96

一、交易规模 96

二、细分领域 96

三、人员规模 97

第二节 B2B电子商务监测数据 99

一、交易规模 99

二、企业规模 99

三、市场营收 100

四、市场份额 102

五、用户规模 103

第三节 网络零售监测数据 103

一、交易规模 103

二、占社会消费品零售总额比例 104

三、市场份额 105

四、用户规模 106

五、移动电商 107

第四节 电商投诉监测数据 109

一、投诉领域 109

二、投诉金额 110

三、投诉地区 111

四、投诉性别 112

五、十大网络购物被投诉网站 113

六、十大网购购物热点投诉问题 114

七、十大网络团购被投诉网站 116

八、十大网络团购热点投诉问题 117

第五节 网络理财监测数据 117

一、日年化收益率 117

二、理财产品明细 119

第六节 2015年下半年中国电子商务市场运行动态 120

一、2015年下半年B2B行业大事件 120

二、2015年下半年网络零售行业大事件 123

第六章 中国电子商务市场竞争分析 126

第一节 电子商务对五力模型的影响 126

一、潜在的进入者 126

二、替代产品压力 127

三、现有竞争对手的激烈程度 127

四、供应者的竞价能力 128

五、购买者的竞价能力 128

第二节 中国电子商务竞争要素分析 129

一、价格竞争 129

二、产品竞争 129

三、服务竞争 132

第三节 产品应用市场 134

一、外贸企业电子商务的应用状况 134

二、工业品领域企业电子商务应用 136

三、大型企业电子商务的应用 141

四、中小企业电子商务的应用 144

第七章 电子商务消费者研究 148

第一节 电子商务市场目标客户群体分析 148

一、目标明确客户 148

二、目标不是很明确 149

三、无目标的游客 149

第二节 电子商务市场消费心理分析 150

一、电子商务中消费心理的变化趋势 150

二、制约电子商务发展的心理因素分析 151

三、电子商务中现代企业的应对策略 152

第八章 电子商务国内重点生产厂家分析 154

第一节 亚马逊公司（Amazon） 154

一、2013年亚马逊经营状况 154

二、2015年亚马逊经营状况分析 156

三、2015年亚马逊经营状况分析 158

第二节 广州唯品会信息科技有限公司 (Vipshop Holdings Limited) 159

一、2014年唯品会经营状况分析 159

二、2015年唯品会经营状况分析 161

三、2015年第三季度唯品会经营状况分析 163

第三节 环球资源 (Global Sources) 165

一、2013年环球资源经营状况 165

二、2015年环球资源经营状况 167

三、2015年环球资源经营状况 169

第四节 焦点科技股份有限公司 171

一、经营效益分析 171

二、业务经营分析 174

三、财务状况分析 175

四、未来前景展望 181

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 181

一、经营效益分析 181

二、业务经营分析 185

三、财务状况分析 185

四、未来前景展望 191

第六节 慧聪网有限公司 192

五、2014年慧聪网经营状况分析 192

六、2015年慧聪网经营状况分析 194

七、2015年慧聪网经营状况分析 196

第九章 2017-2022年电子商务行业发展趋势及投资风险分析 199

第一节 当前电子商务市场存在的问题 199

一、中国电子商务存在的主要不足 199

二、制约电子商务行业发展的瓶颈 201

三、中小企业发展电子商务的隐忧 202

四、西部地区发展电子商务的挑战及对策 203

第二节 中国电子商务行业前景展望 206

- 一、 电子商务面临的机遇与挑战 206
- 二、 中国电子商务产业发展前景乐观 207
- 三、 2017-2022年中国电子商务市场规模预测 209
- 第三节 中国电子商务发展趋势 210
- 一、 中国电子商务行业的发展方向 210
- 二、 我国电子商务行业发展走势分析 212
- 三、 中国电子商务未来发展的重点 214

第十章 浅议电子商务的投资价值与风险 217

第一节 电子商务的投资建议 217

- 一、 垂直行业B2B平台成为市场焦点 217
- 二、 B2C成为网购未来发展趋势 217
- 三、 跨国电子商务拓展企业发展空间 218

第二节 电子商务的投资风险 218

- 一、 政策风险 218
- 二、 信用风险 218
- 三、 安全风险 219
- 四、 市场风险 219
- 五、 技术风险 219

第三节 投资展望 219

图表目录：

- 图表 1 2013-2016年10月国内生产总值增长速度（累计同比） 27
- 图表 2 2013-2016年10月规模以上工业增加值增速（月度同比） 28
- 图表 3 2013-2016年10月固定资产投资（不含农户）增速（累计同比） 29
- 图表 4 2013-2016年10月居民消费价格上涨情况（月度同比） 47
- 图表 5 2013-2016年10月工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 47
- 图表 6 2013-2016年10月农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 48
- 图表 7 2013-2016年10月城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比） 49
- 图表 8 2009-2015年中国电子商务市场交易规模 50
- 图表 9 2015年中国电子商务市场细分行业构成 51
- 图表 10 2015年中国电子商务服务企业区域分布图 52

图表 11	2009-2015年中国电子商务服务企业直接从业人员规模	53
图表 12	2009-2015年中国电子商务服务企业带动从业人员规模	53
图表 13	电子商务与国民经济深度融合产业图	54
图表 14	2015年中国电子商务城市十强榜单	64
图表 15	2015年中国电子商务投融资事件细分行业分布图	66
图表 16	2015年中国电子商务投融资事件地域分布图	67
图表 17	2015年Q1电子商务企业融资案例监测表	68
图表 18	2015年Q2电子商务企业融资案例监测表	69
图表 19	2015年Q3电子商务企业融资案例监测表	70
图表 20	2015年Q4电子商务企业融资案例监测表	71
图表 21	2009-2015年中国b2b市场交易规模	76
图表 22	2009-2015年中国b2b电子商务企业规模	77
图表 23	2009-2015年中国B2B电子商务营收规模	77
图表 24	2015年中国B2B服务商市场份额占比图	79
图表 25	2009-2015年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模	80
图表 26	2009-2015中国网络零售市场交易规模	82
图表 27	2009-2015年网购规模占社会消费品零售总额比例	83
图表 28	2009-2015年中国B2B、C2C电子商务企业数量增长图	83
图表 29	2015年中国B2C网络购物交易市场份额占比图	84
图表 30	2015年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图	85
图表 31	2009-2015年中国网络购物用户规模增长图	85
图表 32	2009-2015年中国个人网店数量规模增长图	86
图表 33	2009-2015年中国移动电子商务市场规模增长图	87
图表 34	2009-2015年中国移动电子商务用户规模	88
图表 35	2009-2015年中国海外代购市场交易规模	88
图表 36	2011-2016年团购交易额对比图	89
图表 37	2015年团购朋交易额统计图	90
图表 38	2015年团购类别比例图	90
图表 39	2015年团购开团数与商品销量结比图	91
图表 40	2015年团购折扣走势图	92
图表 41	2015年团购网站市场份额对比图	93
图表 42	2015年团购累计关闭网站与累计动营网站对比图	94

图表 43	2015年城市团购TOP20	95
图表 44	2010-2015年中国电子商务市场交易规模	96
图表 45	2015年下半年中国电子商务市场细分行业构成	97
图表 46	2010-2015年中国电子商务服务企业直接从业人员规模	98
图表 47	2010-2015年中国电子商务企业带动从业人员规模	98
图表 48	2010-2015年中国B2B市场交易规模	99
图表 49	2010-2015年中国B2B电子商务企业规模	100
图表 50	2010-2015年中国B2B电子商务营收规模	101
图表 51	2015年下半年中国B2B服务商市场份额占比图	102
图表 52	2010-2015年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模	103
图表 53	2009-2015年中国网络零售市场交易规模	104
图表 54	2009-2015年网购规模占社会消费品零售总额比例	105
图表 55	2015年下半年中国B2C网络购物交易市场份额占比图	106
图表 56	2009-2015年中国网络购物用户规模增长图	107
图表 57	2009-2015年中国移动电子商务市场规模增长图	108
图表 58	2015年下半年中国电子商务投诉领域分布	109
图表 60	2015年下半年中国电子商务投诉金额分布	110
图表 62	2015年下半年全国十大热点电子商务投诉地区	111
图表 64	2015年下半年中国电子商务投诉性别比例	112
图表 66	2015年下半年中国网络购物十大被投诉网站	113
图表 68	2015年下半年中国网络购物十大热点投诉问题	114
图表 70	2015年下半年中国TOP20网络购物被投诉网站榜单	115
图表 72	2015年下半年中国O2O/团购十大被投诉网站	116
图表 74	2015年下半年中国网络团购十大热点投诉问题	117
图表 76	各电商网络理财产品近7日年率走势图	118
图表 77	2015年1月1日-7月22日7日各电商网络理财产品年化收益率最高值与最低值对比图	119
图表 78	olomo产品外包装	130
图表 79	vancl产品外包装	130
图表 80	olomo产品内包装	131
图表 81	vancl产品内包装	131
图表 82	工业品企业一般销售模式示意图	138

图表 83	中国电子商务地区发展态势图	141
图表 84	不同规模中小企业曾有建站行为的比例	145
图表 85	不同规模中小企业曾有建立独立企业网站行为的比例	145
图表 86	2010-2013年亚马逊综合损益表	154
图表 87	2010-2013年亚马逊不同地区销售情况表	155
图表 88	2011-2016年亚马逊综合收益表	156
图表 89	2011-2016年亚马逊不同地区销售情况表	157
图表 90	2015年亚马逊综合收益表	158
图表 91	2010-2013年唯品会全面收益表	159
图表 92	2011-2014年唯品会不同产品收入情况	160
图表 93	2012-2015年唯品会全面收益表	161
图表 94	2012-2015年唯品会不同产品收入情况	162
图表 95	2015年第三季度唯品会全面收益表（未经审计）	163
图表 96	2010-2013年环球资源综合损益表	165
图表 97	2010-2013年环球资源不同业务收入情况	166
图表 98	2010-2013年环球资源各地区收入情况表	166
图表 99	2011-2016年环球资源综合损益表	167
图表 100	2011-2016年环球资源不同业务收入情况	168
图表 101	2011-2016年环球资源各地区收入情况表	169
图表 102	2013-2016年环球资源综合损益表	169
图表 103	2013-2016年环球资源不同业务收入情况	170
图表 104	2012-2015年10月末焦点科技股份有限公司总资产和净资产	171
图表 105	2012-2015年焦点科技股份有限公司营业收入和净利润	172
图表 106	2015年焦点科技股份有限公司营业收入和净利润	172
图表 107	2012-2015年焦点科技股份有限公司现金流量	173
图表 108	2015年焦点科技股份有限公司现金流量	173
图表 109	2015年焦点科技股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域	174
图表 110	2012-2015年焦点科技股份有限公司成长能力	175
图表 111	2015年焦点科技股份有限公司成长能力	176
图表 112	2012-2015年焦点科技股份有限公司短期偿债能力	176
图表 113	2015年焦点科技股份有限公司短期偿债能力	177
图表 114	2012-2015年焦点科技股份有限公司长期偿债能力	177

图表 115	2015年焦点科技股份有限公司长期偿债能力	178
图表 116	2012-2015年焦点科技股份有限公司运营能力	178
图表 117	2015年焦点科技股份有限公司运营能力	179
图表 118	2012-2015年焦点科技股份有限公司盈利能力	180
图表 119	2015年焦点科技股份有限公司盈利能力	180
图表 120	2012-2015年10月末浙江网盛生意宝股份有限公司总资产和净资产	182
图表 121	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司营业收入和净利润	182
图表 122	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司营业收入和净利润	183
图表 123	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司现金流量	184
图表 124	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司现金流量	184
图表 125	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域	185
图表 126	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司成长能力	186
图表 127	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司成长能力	186
图表 128	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司短期偿债能力	187
图表 129	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司短期偿债能力	187
图表 130	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司长期偿债能力	188
图表 131	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司长期偿债能力	189
图表 132	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司运营能力	189
图表 133	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司运营能力	190
图表 134	2012-2015年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力	191
图表 135	2015年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力	191
图表 136	2011-2014年慧聪网合并综合收益表	193
图表 137	2014年慧聪网分部销售收入情况	194
图表 138	2012-2015年慧聪网合并综合收益表	194
图表 139	2015年慧聪网分部销售收入情况	196
图表 140	2013-2016年第三季慧聪网合并综合收益表	196
图表 141	2017-2022年中国电子商务市场交易规模预测	210

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283197.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。