

2019-2025年中国电商市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国电商市场运行态势及行业发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/457790.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

随着各电商平台的发展，越来越多的消费者倾向于网购，不论是婴幼儿产品、服装、奢侈品、美妆产品、家电等都是线上采购的常见产品，更有不少消费者热衷于海外品牌。一直以来国内电商发展速度越来越快、市场规模越来越庞大，用户网购的数量同样屡创新高，我国电商用户从2012年的2.42亿人增长至2018年的6.08亿人。

2012-2018年中国电商用户规模统计

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 电商行业发展综述

1.1 电商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 电商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 电商行业在国民经济中的地位

1.2.3 电商行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 电商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国电商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 电商行业运行环境分析

2.1 电商行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 电商行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 电商行业社会环境分析

2.3.1 电商产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 电商产业发展对社会发展的影响

2.4 电商行业技术环境分析

2.4.1 电商技术分析

2.4.2 电商技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国电商行业运行分析

3.1 我国电商行业发展状况分析

3.1.1 我国电商行业发展阶段

3.1.2 我国电商行业发展总体概况

3.1.3 我国电商行业发展特点分析

3.2 2016-2018年电商行业发展现状

我国网络购物交易规模逐年扩大，我国网络零售额从2014年的27898亿元增长至2018年的90065亿元，2019年上半年网络零售额达到48160.6亿元。网络购物不但规模增长迅速，而且在我国的商品零售中的地位也越来越高，如2014年网络零售额仅为社会消费品零售总额的10.6%；到了2018年，比重已经达到23.6%；2019年上半年数据显示，网络零售额所占比重进一步提到，达到24.7%。

2014-2019年上半年中国社会消费品零售总额及网络零售额统计

3.2.1 2016-2018年我国电商所属行业市场规模

3.2.2 2016-2018年我国电商行业发展分析

3.2.3 2016-2018年中国电商企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016-2018年重点省市市场分析

3.4 电商细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2018年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 电商产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2018年电商价格走势

3.5.2 影响电商价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2019-2025年电商产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要电商企业价位及价格策略

第四章 我国电商所属行业整体运行指标分析

4.1 2016-2018年中国电商所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 所属行业市场规模分析

4.2 2016-2018年中国电商所属行业产销情况分析

4.2.1 我国电商所属行业工业总产值

4.2.2 我国电商所属行业工业销售产值

4.2.3 我国电商所属行业产销率

4.3 2016-2018年中国电商所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 所属行业营运能力分析

4.3.4 所属行业发展能力分析

第五章 我国电商行业供需形势分析

5.1 电商行业供给分析

5.1.1 2016-2018年电商行业供给分析

5.1.2 2019-2025年电商行业供给变化趋势

5.1.3 电商行业区域供给分析

5.2 2016-2018年我国电商行业需求情况

5.2.1 电商行业需求市场

5.2.2 电商行业客户结构

5.2.3 电商行业需求的地区差异

5.3 电商市场应用及需求预测

5.3.1 电商应用市场总体需求分析

(1) 电商应用市场需求特征

(2) 电商应用市场需求总规模

5.3.2 2019-2025年电商行业领域需求量预测

(1) 2019-2025年电商行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2019-2025年电商行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业电商产品/服务需求分析预测

第六章 电商行业产业结构分析

6.1 电商产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链条的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国电商行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章 我国电商行业产业链分析

7.1 电商行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2 电商上游行业分析

7.2.1 电商产品成本构成

7.2.2 2016- 2018年上游所属行业发展现状

7.2.3 2019-2025年上游所属行业发展趋势

7.2.4 上游供给对电商所属行业的影响

7.3 电商下游所属行业分析

7.3.1 电商下游所属行业分布

7.3.2 2016- 2018年下游所属行业发展现状

7.3.3 2019-2025年下游所属行业发展趋势

7.3.4 下游需求对电商所属行业的影响

第八章 我国电商行业渠道分析及策略

8.1 电商行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对电商行业的影响

8.1.3 主要电商企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 电商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 电商行业营销策略分析

8.3.1 中国电商营销概况

8.3.2 电商营销策略探讨

8.3.3 电商营销发展趋势

第九章 我国电商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 电商行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 电商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 电商行业集中度分析

9.1.4 电商行业SWOT分析

9.2 中国电商行业竞争格局综述

9.2.1 电商行业竞争概况

(1) 中国电商行业竞争格局

(2) 电商行业未来竞争格局和特点

(3) 电商市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国电商行业竞争力分析

(1) 我国电商行业竞争力剖析

(2) 我国电商企业市场竞争的优势

(3) 国内电商企业竞争能力提升途径

9.2.3 电商市场竞争策略分析

第十章 电商行业领先企业经营形势分析

10.1 中粮海优(北京)有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 生鲜平台概况简介

10.1.3 平台运营模式分析

10.1.4 平台物流模式分析

10.2 顺丰控股(集团)股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 生鲜平台概况简介

10.2.3 平台运营模式分析

10.2.4 平台物流模式分析

10.3 北京沱沱工社生态农业股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 生鲜平台概况简介

10.3.3 平台运营模式分析

10.3.4 平台物流模式分析

10.4 阿里巴巴集团控股有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 生鲜平台概况简介

10.4.3 平台运营模式分析

10.4.4 平台物流模式分析

10.5 纽海信息技术(上海)有限公司竞争力分析

- 10.5.1 企业发展基本情况
- 10.5.2 生鲜平台概况简介
- 10.5.3 平台运营模式分析
- 10.5.4 平台物流模式分析
- 10.6 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司竞争力分析
- 10.6.1 企业发展基本情况
- 10.6.2 生鲜平台概况简介
- 10.6.3 平台运营模式分析
- 10.6.4 平台物流模式分析
- 10.7 苏宁云商集团股份有限公司竞争力分析
- 10.7.1 企业发展基本情况
- 10.7.2 生鲜平台概况简介
- 10.7.3 平台运营模式分析
- 10.7.4 平台物流模式分析
- 10.8 北京本来工坊科技有限公司竞争力分析
- 10.8.1 企业发展基本情况
- 10.8.2 生鲜平台概况简介
- 10.8.3 平台运营模式分析
- 10.8.4 平台物流模式分析
- 10.9 上海天天鲜果电子商务有限公司竞争力分析
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 生鲜平台概况简介
- 10.9.3 平台运营模式分析
- 10.9.4 平台物流模式分析
- 10.10 北京每日优鲜电子商务有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 生鲜平台概况简介
- 10.10.3 平台运营模式分析
- 10.10.4 平台物流模式分析

第十一章 2019-2025年电商行业投资前景

- 11.1 2019-2025年电商市场发展前景
- 11.1.1 2019-2025年电商市场发展潜力
- 11.1.2 2019-2025年电商市场发展前景展望
- 11.1.3 2019-2025年电商细分行业发展前景分析

11.2 2019-2025年电商市场发展趋势预测

11.2.1 2019-2025年电商行业发展趋势

11.2.2 2019-2025年电商市场规模预测

11.2.3 2019-2025年电商行业应用趋势预测

11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测

11.3 2019-2025年中国电商行业供需预测

11.3.1 2019-2025年中国电商行业供给预测

11.3.2 2019-2025年中国电商行业需求预测

11.3.3 2019-2025年中国电商供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2019-2025年电商行业投资机会与风险

12.1 电商行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.2 2019-2025年电商行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.3 2019-2025年电商行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

12.3.2技术风险及防范

12.3.3供求风险及防范

12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章 电商行业投资战略研究

13.1 电商行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国电商品牌的战略思考

13.2.1 电商品牌的重要性

13.2.2 电商实施品牌战略的意义

13.2.3 电商企业品牌的现状分析

13.2.4 我国电商企业的品牌战略

13.2.5 电商品牌战略管理的策略

13.3 电商经营策略分析

13.3.1 电商市场细分策略

13.3.2 电商市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 电商新产品差异化战略

13.4 电商行业投资战略研究

13.4.1 2018年电商行业投资战略

13.4.2 2019-2025年电商行业投资战略

13.4.3 2019-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 电商行业研究结论（AK LR）

14.2 电商行业投资价值评估

14.3 电商行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：电商行业生命周期

图表：电商行业产业链结构

图表：2016-2018年全球电商行业市场规模

图表：2016-2018年中国电商行业市场规模

图表：2016-2018年电商行业重要数据指标比较

图表：2016-2018年中国电商市场占全球份额比较

图表：2016-2018年电商行业工业总产值

图表：2016-2018年电商行业销售收入

图表：2016-2018年电商行业利润总额

图表：2016-2018年电商行业资产总计

图表：2016-2018年电商行业负债总计

图表：2016-2018年电商行业竞争力分析

图表：2016-2018年电商市场价格走势

图表：2016-2018年电商行业主营业务收入

图表：2016-2018年电商行业主营业务成本

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/457790.html>