

2021-2026年中国网商运营市场竞争格局及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国网商运营市场竞争格局及投资战略规划报告》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/channel/yunying/668500.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

网商服务是网络时代进步的新产物。网商服务是以网商为服务主体，通过专业的“问、闻、望、切”式标准网商企业诊断分析系统，找出企业网络营销体系和网络营销方式的病症，并提供适合企业发展的电子商务整体解决方案，用培训、指导、组织、策划、改善、托管、优化等手段，让网商企业通过网络进行品牌推广、产品销售和渠道建设，从而取得高效持续的经济效益。

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 网商相关概述

第一节 网商基础概述

一、网商经营特点

二、网商经营模式

第二节 网商的交易平台

第三节 网商与电子支付

第四节 网商与在线交流

第五节 2020年度中国十大网商介绍

一、b2c

二、c2c

第二章 2020年中国网商行业市场发展环境解析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、中国gdp分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2020年中国网商市场政策环境分析

一、中国式网商管理政策

二、“网商”需要政策扶持

三、加盟政策

四、相关产业政策法规

第三节 2020年中国网商市场技术环境分析

第四节 2020年中国网商市场社会环境分析

- 一、中国电子商务蓬勃发展
- 二、中国互联网及计算机普及状况
- 三、中国人口学历

第三章 2020年中国网商运行新形势透析

第一节 2020年中国网商运营动态分析

- 一、中西部首届网商大会在郑州举办
- 二、华南首届网商网货交易会
- 三、网商容天下2020年上海峰会互动论坛

第二节 2020年中国网商运行综述

- 一、全网电子商务时代来临
- 二、网商数量和交易量持续扩大
- 三、成长路径多元化
- 四、网商协作生态化
- 五、国际化持续展开
- 六、社会化趋势日益显著

第三节 2020年中国网商发展的动力机制

- 一、外部环境不断改善
- 二、网商自身的内在动力
- 三、电子商务服务商提升服务

第四节 2020年中国网络诚信体系分析

- 一、阿里巴巴b2b诚信体系
- 二、淘宝网诚信体系
- 三、电子支付诚信体系
- 四、生活服务诚信体系

第五节 2020年中国网商的社会经济影响

- 一、提高企业竞争实力，强化企业竞争优势
- 二、促进企业转型，提高应变能力
- 三、直接带动相关产业的发展
- 四、促进产业升级和区域经济发展
- 五、有力地推动创业和就业

第四章 2020年中国网货市场运行分析

第一节 中国网货崛起

- 一、网货世界日益主流化

二、网货的进化之路

三、网货的特性：货真价实、海量个性

四、网货的缘起

第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界

一、网商：商业新世界的主体

二、网货：商业新世界的交易物

三、网规：商业新世界的规则

第五章 2020年中国网商经营模式运行态势分析

第一节 b2c（企业对消费者）

一、b2c模式概述

二、b2c电子商务模式具体分类

三、b2c模式电子商务的顾客满意度解析

四、中国b2c电子商务迎来快速发展期

五、2020年中国电子商务b2c市场发展分析

六、b2c电子商务经营状况分析

七、我国b2c电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 c2c（消费者对消费者）

一、c2c的概念

二、c2c电子商务模式发展环境及特征解析

三、中国c2c电子商务发展概况

四、2020年中国电子商务c2c市场发展状况

五、中国主要c2c企业经营状况分析

六、中国c2c电子商务存在的问题

七、盈利模式模糊给c2c产业发展带来压力

八、中国c2c电子商务市场发展趋势解析

第三节 c2b（消费者对企业）

一、c2b电子商务模式的概念

二、c2b电子商务模式产生的基础

三、c2b电子商务模式的应用

四、c2b延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务c2b营销新模式发展探析

六、c2b电子商务模式发展展望

第六章 2020年中国十大网商运行竞争力分析

第一节 深圳市大石久恒实业有限公司

第二节 广州市金圣斯皮具制品有限公司

第三节 李宁官方网店

第四节 韩至旗舰店（杭州哈拉麦奇服饰有限公司）

第五节 夫妻运动正品折扣店

第六节 北京京东世纪贸易有限公司

第七节 7天连锁酒店集团

第八节 深圳市华龙帝升科技有限公司

第九节 英科国际控股有限公司

第十节 南京欧飞网络有限公司

第七章 2020年中国网商相关产业运行分析—电子商务

第一节 2020年中国电子商务发展综述

- 一、中国电子商务的发展阶段
- 二、中国行业电子商务网站的发展概述
- 三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节 2020年中国电子商务行业运行分析

- 一、中国电子商务行业发展态势解析
- 二、贸易战促使电子商务成为主流趋势
- 三、贸易战下电子商务风景独好
- 四、“两会”促温中国电子商务行业

第三节 2020年企业应用电子商务分析

- 一、电子商务提升企业竞争力
- 二、企业应用电子商务主要竞争点分析
- 三、国内企业电子商务发展战略
- 四、中国企业开展电子商务具体实施策略

第四节 2020年中小企业电子商务的应用分析

- 一、电子商务给中小企业带来的收益
- 二、贸易战促使中小企业电子商务需求井喷
- 三、中小企业电子商务服务模式的构建
- 四、中小企业电子商务服务平台发展方向

第五节 2020年电子商务行业的盈利分析

- 一、中国电子商务的基本盈利模式
- 二、电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点
- 三、电子商务企业赢利的三大原则
- 四、企业电子商务盈利的关键要点

第六节 2020年中国电子商务行业存在的问题及策略

- 一、中国电子商务存在的不足

二、电子商务行业法律风险加大

三、电子商务面临物流和售后服务制约

四、中国开展电子商务的主要障碍与对策

五、我国发展电子商务的原则与模式选择

第八章 2020年中国网商相关产业运行分析—网络购物

第一节 2020年中国网络购物现状分析

一、中国网络购物处于成长期

二、中国网上购物快速发展

三、淘宝极大推动网上购物的发展

四、网上购物呈现市场集中化

五、网上购物行为也呈现明显的性别倾向

第二节 推动中国网购市场快速发展的主要原因简析

一、网民数和网购人数的急剧增长

二、上网购物已成为主流消费人群的消费习惯之一

第三节 2020年中国网络购物市场问题分析

一、中国网络购物消费者权益问题

二、中国网络购物安全问题

三、中国网络购物的支付结算问题

四、中国网络购物商家信誉的问题

五、中国网络购物立法问题

第四节 解决对策探讨

一、银行竞争促进银行支付卡问题解决

二、搜索功能解决信息流问题

三、形成地域化发展解决物流问题

四、引导人们接受网络购物，培养人们的网络购物习惯

五、降低网络商店门槛，让更多传统企业开展网络购物服务

第九章 2021-2026年中国新商业文明的样貌分析

第一节 新商业文明的样貌展望

一、新商业文明的结构(AK HT)

二、新商业文明的未来想象

三、把握新商业文明的机遇

第二节 网商运行前景展望分析

一、企业网商的"过冬"之道

二、中国网商发展大事记

第三节 2021-2026年中国网商投资预测分析

图表目录：

图表2016-2020年中国gdp总量及增长趋势图

图表我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表2016-2020年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表2016-2020年我国货物进出口总额走势图

图表2016-2020年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表2016-2020年中国就业人数走势图

图表2016-2020年中国城镇就业人数走势图

图表2016-2020年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表2016-2020年我国总人口数量增长趋势图

图表2020年人口数量及其构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yunying/668500.html>