

2012-2016年中国移动电子 商务行业现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国移动电子商务行业现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1205/C34775037V.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-05-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国移动电子商务行业现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了全球电子商务产业运行状况、中国电子商务产业运行状况等，接着分析了中国网上支付产业市场运行的现状，然后介绍了中国移动电子商务产业竞争格局、。随后，报告对中国重点电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动电子商务产业的-前景。您若想对中国移动电子商务行业有个系统的了解或者想投资移动电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国移动电子商务行业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

移动电子商务就是利用手机、PDA及掌上电脑等无线终端进行的B2B、B2C或C2C的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

第一章 2010-2011年全球电子商务产业运行状况分析 1

第一节 2010-2011年全球电子商务产业运行环境分析 1

一、全球经济现状及影响分析 1

二、国外电子商务安全研究综述 11

三、电子商务国外买家群体构成和特征 15

四、国外发展电子商务的政策及对我国的启示 15

第二节 2010-2011年全球电子商务产业运行总况 21

一、全球电子商务逆势而上 21

二、全球电子商务区域排名情况 23

三、全球电子商务物流配送体系发展现状 24

第三节 2010-2011年全球部分国家地区电子商务运行分析 27

一、美国 27

二、英国 29

三、其他国家 29

- 1、新加坡政府力促电子商务发展 29
- 2、阿根廷网上交易发展势头迅速 30
- 3、法国电子商务蓬勃发展 30
- 4、韩国电子商务交易额大幅上涨 31
- 5、日本将引领亚太地区B2C电子商务销售 31

第二章2010-2011年中国电子商务产业运行态势分析 32

第一节 2010-2011年中国电子商务发展综述 32

- 一、中国电子商务行业大事盘点 32
- 二、国内电子商务进入了一个高速发展的阶段 40
- 三、电子商务市场规模增长迅猛 41
- 四、中国电子商务企业用户数量 45
- 五、中国网络购物交易额占社会消费品零售总额 45
- 六、发现电子商务的机遇 46

第二节 2010-2011年电子商务网站发展分析 48

- 一、电子商务行业站点数量增长 48
- 二、电子商务网站访客行为分析 49
- 三、电子商务站点经营模式分析 51

第三节 2010-2011年电子商务热点问题探讨 56

- 一、我国电子商务中的诚信问题及对策 56
- 二、我国电子商务税收问题研究 58
- 三、电子商务网络信息安全问题研究 59

第三章2010-2011年中国移动电子商务产业运行环境分析 65

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 65

- 一、中国GDP分析 65
- 二、消费价格指数分析 66
- 三、城乡居民收入分析 68
- 四、社会消费品零售总额 70
- 五、全社会固定资产投资分析 71
- 六、进出口总额及增长率分析 72

第二节 2010-2011年中国移动电子商务产业政策环境分析 74

一、《中华人民共和国电子签名法》 74

二、《北京市信息化促进条例》 79

三、《上海市数字认证管理办法》 85

四、《广东省电子商务交易条例》 88

第三节 2010-2011年中国移动电子商务产业社会环境分析 92

一、人口环境分析 92

二、教育环境分析 93

三、文化环境分析 94

四、生态环境分析 95

第四章 2010-2011年中国移动电子商务业运行走势分析 96

第一节 2010-2011年中国移动电子商务概述 96

一、移动电子商务的含义及服务内容 96

二、移动电子商务的优点 97

三、移动电子商务的应用 98

四、移动电子商务主要技术分析 100

第二节 2010-2011年移动电子商务行业运行态势分析 101

一、移动电子商务成单率相对较低 101

二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析 101

三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略 104

四、移动电子商务将开创网络商务新时代 105

五、手机版淘宝有望带来移动电子商务2.0时代 105

第三节 2010-2011年中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略 107

一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题 107

二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策 109

三、创新移动电子商务模式发展策略探析 111

四、移动电子商务的几个营销策略 114

五、中国移动电子商务发展建议 116

第五章 2010-2011年中国移动电子商务产业运行态势分析 117

第一节 中国移动电子商务市场发展分析 117

- 一、中国已具备移动电子商务发展的条件 117
- 二、中国移动电子商务发展现状 120
- 三、阿里巴巴率先进军3G移动电子商务 122
- 四、中小企业应用移动电子商务发展分析 123
- 五、手机支付市场发展潜力大 124
- 第二节 中国主要地区移动电子商务发展状况 125
 - 一、湖南移动电子商务发展状况 125
 - 二、广州欲建移动电子商务产业园 125
 - 三、广州移动电子商务时代悄然来临 134
 - 四、福州移动电子商务抢占先机 137
 - 五、3G带动江城移动电子商务快速发展 139
 - 六、重庆出台移动电子商务发展规划 140

第六章 2010-2011年中国网上支付产业市场运行透析 141

第一节 2010-2011年我国网上支付现状及对策 141

- 一、进一步建立与完善法律法规 141
- 二、建立富有效率的社会信用体系 142
- 三、建立统一的安全认证体系 142
- 四、实现网上支付工具多样化 143
- 五、央行酝酿为第三方支付发牌或促行业洗牌 143

第二节 2010-2011年中国网上支付用户的调研情况 144

- 一、网民在网络支付中的态度及分布 144
- 二、网民了解网上支付的渠道及方式 145
- 三、网民未来网上支付计划 146
- 四、电子支付是网络购物的主要支付方式 147

第三节 2010-2011年中国网上银行分析 147

- 一、中国网上银行产业链结构 147
- 二、中国网上银行的发展现状 148
- 三、中国网上银行的特点 148
- 四、中国网上银行存在的问题及发展策略 149
- 五、未来中国网上银行用户规模预测 151

第七章 2010-2011年中国移动电子商务产业竞争格局分析 155

第一节 2010-2011年中国移动电子商务竞争现状分析 155

一、移动电子商务竞争力分析 155

二、双边市场下的移动电子商务平台竞争策略 156

三、3G将使移动电子商务成为企业竞争的一个重要战场 159

第二节 2010-2011年中国主要地区移动电子商务产业格局分析 161

一、湖南 161

二、广州 161

三、福州 163

四、重庆 164

第三节 2010-2011年中国移动电子商务产业提升竞争力策略分析 164

第八章 2010-2011年中国重点电子商务企业竞争力与关键性财务分析 166

第一节 环球资源 166

一、公司简介 166

二、环球资源推出全新采购平台 167

三、环球资源经营状况 168

四、环球资源经营结构调整解读 169

五、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策 169

第二节 亚马逊公司 171

一、公司简介 171

二、亚马逊公司经营状况分析 171

三、亚马逊网上书店经营管理状况 172

四、亚马逊与Google成在线读书市场霸主 173

五、亚马逊拓展中国市场的举措 175

第三节 阿里巴巴 176

一、公司简介 176

二、阿里巴巴的经营特点分析 176

三、阿里巴巴运营模式成功原因分析 179

四、阿里巴巴SWOT分析 181

五、阿里巴巴经营状况 183

第四节 中国制造网 184

一、公司简介	184
二、中国制造网引领中国电子商务发展	185
三、中国制造网把握机会发展获得高额利润	187
第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司	188
一、公司基本情况概述	188
二、2008-2011年1-9月份公司成长性分析	189
三、2008-2011年1-9月份公司财务能力分析	189
四、2008-2011年1-9月份公司偿债能力分析	191
五、2008-2011年1-9月份公司现金流量分析表	191
六、2008-2011年1-9月份公司经营能力分析	193
七、2008-2011年1-9月份公司盈利能力分析	194
第六节 慧聪国际	194
一、公司简介	194
二、慧聪主营业务范围	194
三、慧聪经营状况分析	195
四、慧聪金榜题名产品面世	195
第七节 淘宝网	196
一、公司简介	196
二、淘宝网的产品与服务	197
三、淘宝在国内零售业影响力巨大	197
四、淘宝网运营情况	198
五、淘宝网的娱乐营销策略	198
第八节 EBAY易趣	200
一、公司简介	200
二、EBAY经营状况	200
三、易趣的商业模式和市场推广策略	200
四、易趣在与淘宝竞争中的失误决策	202
第九节 其他电子商务企业	203
一、万国商业网	203
二、铭万网	205
三、当当网	205
四、卓越 (Joyo)	206

五、买麦网 207

第九章2012-2015年中国移动电子商务投资机会与风险分析 208

第一节 2012-2015年中国电子商务产业投资机会分析 208

一、电子商务竞争优势与投资机会 208

二、跨国电子商务存在的投资机会 209

三、危机给电子商务带来投资机会 209

四、电子商务创造第二次产业机会 209

五、电子商务成为投资热点 211

六、电子商务西进带来改变 211

第二节2012-2015年中国移动电子商务投资机会与风险分析 212

一、投资机会分析 212

二、投资风险分析 215

第十章2012-2015年中国移动电子商务产业前景预测与趋势展望 215

第一节 2012-2015年中国电子商务产业新趋势探析 215

一、电子商务五大趋势分析 215

二、电子商务模式创新趋势 216

三、外贸电子商务发展趋势 220

五、移动电子商务发展方向预测 221

六、中小企业电子商务应用趋势分析 221

第二节2012-2015年中国移动电子商务的市场前景及发展趋势 224

一、中国移动电子商务市场化前景广阔 224

二、移动电子商务的发展趋势 225

三、移动电子商务的市场竞争格局预测分析 226

第三节2012-2015年中国移动电子商务的市场盈利预测分析 227

一、2012-2015年中国移动电子商务市场盈利能力 227

二、2012-2015年中国移动电子商务市场偿债能力 228

图表目录

图表 2008-2011年2季度美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%） 1

图表 2008-2011年1季度美国实际GDP各构成要素季环比折年率走势（单位：%） 1

图表 2008-2011年2季度各因素对美国经济增长的贡献度（单位：%） 2

图表 2009-2011年9月美国工业产值增长及产能利用率变化（单位：%） 3

图表 2008-2011年6月美国CPI&PPI变化趋势（单位：%） 3

图表 2009-2011年6月美国失业率变化（单位：%） 4

图表 欧元区GDP季同比增长变化（单位：%） 5

图表 2008-2011年6月欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化 6

图表 2008-2011年6月欧元区CPI、PPI同比增长变化（单位：%） 7

图表 2009-2011年6月欧元区失业率变化（单位：%） 7

图表 2008-2011年2季度（季调后）日本实际GDP环比年率变化（单位：%） 8

图表 2011年1月-2011年6月日本工业产值情 9

图表 2009-2011年6月日本CPI增长变化（单位：%） 10

图表 2009-2011年6月日本失业率变化（单位：%） 10

图表 GII计划提出的政策框架的金字塔 16

图表 2010-2011年全球移动支付用户总量和交易规模 21

图表 2011年美国消费者最信任的手机支付品牌 22

图表 2010-2013年全球移动交易量 23

图表 2009-2011年未来EMV进入美国人数比率分析 28

图表 2010-2011年三季度中国网络购物市场交易规模 41

图表 2011年3季度C2C网购网站市场份额 42

图表 2011年3季度B2C网购网站市场份额 43

图表 2008-2011年电子商务站点的数据 48

图表 2011年上半年在线零售行业显现雪球效应 50

图表 2011年上半年B2C访客页面停留时间增长分析 51

图表 2011年上半年B2C站点首次入站访客来源 51

图表 2011年上半年B2C站点注册访客来源分析 52

图表 团购行业开始进入理性发展阶段 53

图表 团购站点对导航网站依赖度较高 54

图表 团购站点首次注册访客来源分析 54

图表 2006-2011年我国季度GDP增长率 单位：% 66

图表 2001-2011年10月居民消费价格指数（上年同月=100） 67

图表 2008-2011年我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 % 68

图表 2008-2011年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 70

图表 2001-2011年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 71

图表 200-2011年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 73

图表 2008-2011年进出口走势图 单位: % 74

图表 2006-2010年农村居民人均纯收入及其增长速度 92

图表 2006-2010年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 92

图表 2006-2010年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 93

图表 移动技术关键成功因素与核心竞争力 102

图表 移动电子商务的移动运营商核心模式 112

图表 移动电子商务子类及业务模式 114

图表 中国移动电子商务主导模式 118

图表 移动电子商务四类主导模式对比 120

图表 2010-2011年前三季度中国第三方支付行业互联网支付交易金额 145

图表 2007-2014年中国网上银行交易额分析 151

图表 个人网银交易规模市场份额所占比例分析 152

图表 中国企业网上银行交易规模市场分类比例分析 153

图表 网上银行发展建议 154

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司成长性分析 189

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司成长性图例分析 189

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司负债分析 189

图表 2010-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司利润分配分析 190

图表 2010-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司利润分配图例分析 190

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司偿债能力分析 191

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司偿债能力图例分析 191

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司现金流量分析 191

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司经营能力分析 193

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司经营能力图例分析 193

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司盈利能力分析 194

图表 2008-2011年1-9月份网盛生意宝股份有限公司盈利能力图例分析 194

图表 2010-2011年7月中国电子商务网站融资情况分析 211

图表 2012-2015年移动电子商务盈利能力分析 228

图表 2012-2015年移动电子商务盈利能力图例分析 228

图表 2012-2015年移动电子商务偿债能力分析 229

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1205/C34775037V.html>