

2012-2016年中国电子商务 产业市场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年中国电子商务产业市场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/chuanmei1208/W450434GLE.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-08-23

【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年中国电子商务产业市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。介绍了电子商务行业相关概述、中国电子商务产业运行环境、分析了中国电子商务行业的现状、中国电子商务行业竞争格局、对中国电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国电子商务产业发展前景与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

电子商务推动生产生活方式的发展，已经渗透到各个行业和领域，对拉动经济增长、促进转变有着重要作用。电子商务服务业正在成为现代服务业一个核心产业。截至2011年底，中国网民规模突破5亿关口，达5.13亿人。中国网络购物用户规模达1.94亿人，同比增长20.8%，网购使用率37.8%，未来网络购物用户规模将持续增长。网络购物用户对于网络购物的依赖性较高，大部分网络购物用户浏览网购网站的频率较高。其中，超过四成网购消费者每天浏览网购网站一次以上，近六成用户每天都要进行网购网站的浏览。而对于绝大多数（接近95%）的网购用户来讲，每周至少浏览一次网购网站。

2011年中国电子商务交易总额为5.8万亿元，同比增长29.2%，其中网络购物交易规模突破7825亿元，占社会消费品零售总额比重达到4.3%。其中，B2B领域，无论是中小企业、还是规模较大企业均加大了网络渠道的应用，通过互联网促成交易的达成。得益于网购的蓬勃发展，物流业市场得到井喷式发展，年均增长率达27.23%。2011年底，中国电子商务服务企业突破15万家，中国网上零售市场成交值达230亿美金，已仅次于美国位列第二，随着基础建设和网上贸易的发展，预计未来3年内，中国电子商务交易额将保持年均29%以上的增长速度。到2015年我国网络消费用户数量将激增至3.29亿人。网络消费支出有望使中国电子商务市场的规模超过美国，达12万亿元人民币以上，成为全球第一大电子商务市场。

一方面，目前网络购物用户不到2亿，仍有巨大的增长空间，为电子商务的发展提供的持续稳定的用户基础；另一方面，随着互联网向传统行业进一步渗透，传统零售业和互联网结合得日益紧密，各类新型电子商务网站和应用将进一步涌现。2012年中国电子商务企业采用网上招标或网上零售的比例超过40%，呈现出社交化、本地化、移动化的新动向。电子商务行业仍将保持快速增长、对传统经济的影响之外，市场集中度将进一步提升，电子商务领域或将迎来一轮上市潮。展望电子商务未来发展，信息技术在当前的科技变革中处于一个核心的位置，中国很有可能在信息科技发展的下一个浪潮中，创造出具有全球竞争力的新一代信息科技产业。

第一部分 行业发展现状

第一章 电子商务行业概论 1

第一节 电子商务概述 1

一、电子商务定义 1

二、电子商务起源及发展 2

三、电子商务基本特征 3

第二节 电子商务基本模式 4

一、电子商务分类 4

二、电子商务功能 7

三、电子商务运营模式 9

第二章 全球电子商务产业运行状况分析 14

第一节 全球电子商务发展概况 14

一、全球电子商务发展概述 14

二、全球电子商务的新特点分析 14

第二节 全球电子商务产业运行环境 18

一、全球电子商务运营环境 18

二、美国及欧盟电子商务立法现状分析 20

三、电子商务的新拐点分析 25

第三章 全球电子商务产业发展方式透析 30

第一节 美国电子商务发展概况 30

一、美国电子商务概况 30

二、美国电子商务产业分析 34

第二节 欧洲电子商务发展概况 35

一、西欧消费者网上购物现状 35

二、欧洲电子商务的专业化与产业化 38

第三节 全球电子商务发展前景 43

一、2012年全球电子商务热潮再度来袭 43

二、电子商务服务业将成为全球领先的战略性新兴产业 44

第四章 中国电子商务产业运行状况分析 46

第一节 中国电子商务发展概况 46

一、中国电子商务发展史 46

二、中国电子商务发展概况 47

三、中国电子商务发展趋势 49

第二节 中国电子商务发展的存在问题分析 51

一、中国电子商务发展存在的问题 51

二、中国电子商务B2C与C2C平台发展严重不平衡 52

第五章 中国电子商务产业发展方式透析 54

第一节 中国电子商务发展及模式分析 54

一、电子商务模式分析 54

二、我国电子商务中的诚信问题及对策 56

三、我国电子商务税收问题研究 59

四、电子商务网络信息安全问题研究 63

第二节 中国电子商务的发展模式 75

一、我国电子商务发展对策 75

二、电子商务代运营模式崛起 77

三、创新能力成为衡量中国社会化电子商务平台发展重要指标 82

第二部分 经营状况分析

第六章 2011-2012年中国网上支付产业市场运行透析 85

第一节 2011-2012年我国网上支付现状 85

一、网购用户每天浏览购物网站分析 85

二、2011年全国网上支付额 86

三、我国网络支付新时代分析 86

第二节 我国网上支付分析与对策 89

一、2011-2012年我国网上支付发展分析 89

二、我国网上支付对策 100

第三节 2012年中国网上银行分析 102

一、中国网上银行产业链结构 102

二、中国网上银行的发展现状 103

三、中国网上银行的特点 104

四、中国网上银行存在的问题及发展策略 105

五、未来中国网上银行发展预测 108

第七章 2011-2012年中国电子商务发展状况分析 114

第一节 2011年中国电子商务行业发展状况 114

一、2011年中国电子商务交易总额 114

二、2011年度中国B2C电子商务市场特征	114
第二节 2012年中国电子商务行业发展状况分析	116
一、2012年一季度中国电子商务融资监测	116
二、2012年中国电子商务领域将迎来一轮上市潮	120
第三节 2012中国电子商务行业发展现状	121
一、2012年中国电子商务从业人员趋势	121
二、2012年全球电子商务市场潜力排名	122
三、电商与实体经济结合会愈加紧密	122
第三部分 经营模式分析	
第八章 2011-2012年中国B2B和B2C电子商务模式探讨	126
第一节 B2B电子商务相关概述	126
一、B2B模式概述和流程	126
二、B2B网站的盈利方式	127
三、中国B2B电子商务模式发展策略分析	128
四、B2B电子商务网站的优化策略	132
第二节 2012年中国B2B电子商务模式阐述	135
一、B2B电子商务模式对交易成本的影响	135
二、B2B平台盈利模式探讨	140
三、2011年B2B日用奢侈品电子商务成交额	142
四、2012年B2B电子商务模式仍有巨大的市场发展空间	144
第三节 B2C电子商务相关概述	145
一、B2C模式概述	145
二、B2C模式分类	146
三、中国B2C网站面临困难及对策	147
第四节 2012年中国B2C电子商务模式阐述	148
一、中国电子商务B2C市场发展趋势	148
二、中国B2C企业电子商务格局优劣势分析	151
三、2012年B2C成为中国主流	158
四、2012年电子商务将面临巨大挑战	159
第九章 中国电子商务其他经营模式运行分析	162
第一节 中国C2C运行分析	162
一、C2C的概念	162

二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析	162
三、中国C2C电子商务发展概况	163
四、中国C2C市场规模分析	164
五、中国C2C电子商务存在的问题	165
六、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力	168
七、中国C2C电子商务市场发展趋势解析	170
第二节 中国C2B运行分析	171
一、C2B电子商务模式的概念	171
二、C2B电子商务模式发展的背景	174
三、C2B电子商务模式的应用	175
四、电子商务C2B营销新模式发展探析	176
五、C2B电子商务模式发展展望	179
第十章 2012年中国重点电子商务经营模式运行分析与企业财务分析	181
第一节 阿里巴巴	181
一、阿里巴巴简介和经营范围	181
二、阿里巴巴运营模式和盈利模式分析	185
三、阿里巴巴经营状况	194
四、2012年阿里巴巴销售额预测	196
第二节 环球资源	198
一、公司简介	198
二、公司核心业务	199
三、环球资源经营状况	201
四、环球资源用品牌制胜未来	203
第三节 京东商城	207
一、京东商城简介	207
二、京东商城经营模式和服务体系	207
三、京东商城财务分析	209
四、2012年京东商城将超越天猫	210
第四节 亚马逊中国	211
一、亚马逊中国简介	211
二、亚马逊经营模式	212
三、亚马逊经营销售	213

四、亚马逊建立中国最大物流中心 215

第五节 苏宁易购 216

一、苏宁易购简介 216

二、苏宁易购经营模式 217

三、苏宁易购发展前景 219

第六节 QQ商城 220

一、QQ商城简介 220

二、QQ商城经营模式 220

三、QQ商城发展前景 221

第七节 当当网 224

一、当当网简介 224

二、当当网经营模式 225

三、当当网经营状况 226

四、当当网月销售额破千万 227

第八节 凡客诚品 228

一、凡客诚品简介 228

二、凡客诚品经营模式 229

三、凡客诚品发展前景 230

第九节 1号店 231

一、1号店简介 231

二、1号店经营模式 231

三、1号店经营状况 235

四、1号店营业额 236

第十节 其他电子商务企业 240

一、红孩子 240

二、买卖网 244

三、亲民商城 246

第十一章 2011-2012年中国中小型企业电子商务运营分析 248

第一节 中国中小型企业发展电子商务分析 248

一、2012年电子商务影响着中小型企业 248

二、2011年中国中小企业B2B电子商务交易额 249

三、我国中小企业电子商务模式分析 253

第二节 中国中小型企业发展电子商务存在问题及对策 255

一、我国中小企业发展电子商务存在的主要问题 255

二、中小型企业运用电子商务是发展趋势 257

三、2012年电子商务提升企业核心竞争力措施分析 260

第三节 中国中小型企业发展电子商务方向 264

一、我国中小企业发展电子商务的必要性 264

二、中国中小企业电子商务发展战略 264

三、中小企业电子商务发展对策 271

四、十二五中国将推动中小企业普及电子商务 273

第四部分 行业趋势及投资分析

第十二章 2012-2016年中国电子商务产业前景预测与趋势展望 275

第一节 中国电子商务发展方向 275

一、中国电子商务的十大发展趋势 275

二、中国将创造出新一代的信息科技产业 287

第二节 2012-2016年中国电子商务发展前景 293

一、中国电子商务飞速发展将全球领先 293

二、2013年中国电子商务零售市场预测 296

三、2015年中国电子商务市场将成为世界第一 296

第十三章 2012-2016年中国电子商务投资机会战略研究 298

第一节 2012年中国电子商务产业投资概况 298

一、中国电子商务投资状况分析 298

二、中国电子商务投资政策导向 301

三、电子商务行业投资价值分析 314

第二节 2012-2016年中国电子商务产业投资机会分析 315

一、电子商务竞争优势与投资机会 315

二、跨国电子商务存在的投资机会 316

三、电子商务垂直细分投资机会 317

四、2012年电子商务投资机会 318

五、电子商务衍生业投资机会 320

第三节 2012-2016年中国电子商务产业投资风险分析 322

一、电子商务信息安全风险与防范 322

二、电子商务第三方支付风险控制 325

三、电子商务金融服务与风险防范 329

四、电子商务诚信问题分析 331

五、软件电子商务质量风险的规制 336

第四节 策略建议 341

一、电子商务风险分析 341

二、电子商务交易运行的风险与对策 342

图表目录

图表：全球电子商务运营环境 18

图表：2011年美国电子零售商营销预算分配情况 34

图表：西欧消费者网上购物现状 35

图表：西欧网上购物集中国家 36

图表：英国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例 37

图表：德国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例 37

图表：法国前5家电子商务网站访问量及活跃用户比例 38

图表：法国NETEVEN公司运营模式 42

图表：德国的EMONS集团电子商务物流工作流程 42

图表：中央及浙江省有关政策 48

图表：中国社会化电子商务行业厂商发展潜力评价标准 82

图表：中国社会化电子商务行业实力矩阵 83

图表：用户浏览网购网站的频率 85

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量全国合计 91

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量北京市合计 91

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量天津市合计 91

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量辽宁省合计 91

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量黑龙江合计 91

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量上海市合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量江苏省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量浙江省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量安徽省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量福建省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量江西省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量山东省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量湖北省合计 92

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量湖南省合计 93

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量广东省合计 93

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量重庆市合计 93

图表：2011年1-12月微型计算机设备产量四川省合计 93

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量全国合计 93

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量北京市合计 93

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量天津市合计 93

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量辽宁省合计 93

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量黑龙江合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量上海市合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量江苏省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量浙江省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量安徽省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量福建省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量江西省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量山东省合计 94

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量湖北省合计 95

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量湖南省合计 95

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量广东省合计 95

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量重庆市合计 95

图表：2012年1-5月微型计算机设备产量四川省合计 95

图表：2011年1-12月移动手机产量全国合计 95

图表：2011年1-12月移动手机产量北京市合计 95

图表：2011年1-12月移动手机产量天津市合计 95

图表：2011年1-12月移动手机产量辽宁省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量吉林省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量上海市合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量江苏省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量浙江省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量福建省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量江西省合计 96

图表：2011年1-12月移动手机产量山东省合计	96
图表：2011年1-12月移动手机产量河南省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量湖北省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量湖南省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量广东省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量重庆市合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量四川省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量贵州省合计	97
图表：2011年1-12月移动手机产量陕西省合计	97
图表：2012年1-5月移动手机产量全国合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量北京市合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量天津市合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量辽宁省合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量上海市合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量江苏省合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量浙江省合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量福建省合计	98
图表：2012年1-5月移动手机产量江西省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量山东省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量河南省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量湖北省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量湖南省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量广东省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量重庆市合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量四川省合计	99
图表：2012年1-5月移动手机产量贵州省合计	100
图表：中国网上银行产业链结构	103
图表：我国网上银行业务发展的历程	110
图表：网上银行银行客户分层	111
图表：2011年与2012年第一季度中国电子商务融资金额对比图	117
图表：2011年电子商务融资单笔金额统计表	117
图表：2012年Q1电子商务融资行业比例图	118

图表：2004-2012年中国电子商务B2C市场收入规模 149

图表：2004-2012年中国电子商务B2C用户规模 150

图表：中国主流B2C平台手机品牌Android智能机分销比例 159

图表：2006-2011年中国电子商务C2C市场交易额及增长图 164

图表：2008年中国C2C电子商务服务市场品牌结构 165

图表：2012Q1中国B2B市场份额：阿里巴巴52.4%居首 195

图表：2011Q1-2012Q1环球资源网营收变化情况 202

图表：2011Q1-2012Q1环球资源网主要业务营收分布变化情况 203

图表：2010-2011年中国中小企业电子商务营收规模 250

图表：2011年主要B2B电子书网运营商营收规模市场份额 251

图表：2010-2011年阿里巴巴营收模式及市场份额 252

略……

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、工业和信息化部、中国信息协会、中国互联网协会、中国电子商务协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对国际电子商务市场发展概况、国内电子商务市场发展概况、国内电子商务市场发展现状、电子商务经营模式、相关法律法规进行了详细介绍和分析。全面总结了国内电子商务市场发展情况，从多个角度揭示了中国电子商务市场结构与供需关系特点。报告深入分析了影响中国电子商务市场发展的主要因素，在此基础上，对市场发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。报告还对市场供需因素、市场竞争格局以及发展趋势、行业发展对策等多方面进行了深度剖析，揭示电子商务行业的市场发展影响因素，是电子商务公司、投资机构及相关研究单位极具参考价值的专业性报告

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1208/W450434GLE.html>