

2023-2029年中国电子商务 市场深度研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国电子商务市场深度研究与市场供需预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202308/24-551172.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

随着我国网络技术普及率的日益提高，通过网络进行购物、交易、支付等的电子商务新模式发展迅速。电子商务凭借其低成本、高效率的优势，不但受到普通消费者的青睐，还有效促进中小企业寻找商机、赢得市场，已成为我国转变发展方式、优化产业结构的重要动力。

近年来，我国电子商务行业发展迅猛，产业规模迅速扩大。国家统计局电子商务交易平台调查显示，2021年，全国电商交易额42.3万亿元，同比增长19.6%，两年平均增长10.2%。从交易内容看，商品类交易额31.3万亿元，同比增长16.6%；服务类交易额11万亿元，增长28.9%。从交易对象看，对单位（B2B+B2G）电商交易额24.8万亿元，同比增长18.8%；对消费者（B2C+C2C）电商交易额17.5万亿元，同比增长20.6%。从地区看，东部地区电商交易额27.4万亿元，同比增长18.2%；中部地区电商交易额7.1万亿元，增长22.6%；西部地区电商交易额6.5万亿元，增长24.2%；东北地区电商交易额1.3万亿元，增长11.8%。

商务部资料显示，2021年，全国网上零售额达13.1万亿元，其中，实物商品网上零售额首次突破10万亿元，达10.8万亿元。2021年，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为24.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率为23.6%。网络零售市场保持稳步增长，成为稳增长、保就业、促消费的重要力量。2022年全国网上零售额13.79万亿元，同比增长4%。其中，实物商品网上零售额11.96万亿元，同比增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%。

融资动态方面，2022年中国电商服务商共发生56起融资，同比下降45.6%。2022年中国电商服务商融资额为62.9亿元，同比下降47.6%。轮次分布上来看，Pre-A轮、A轮、A+轮融资共9起，占比39.13%；B轮、B++轮融资共4起（17.39%），C轮融资1起（4.35%），战略投资2起（8.7%），天使轮3起（13.04%），种子轮1起（4.35%），Pre级3起（13.04%）。

第十三届全国人大常委会第五次会议通过的《中华人民共和国电子商务法》在2019年1月1日起正式施行。这是中国电商领域首部综合性法律，法律涉及电子商务经营主体、经营行为、合同、快递物流、电子支付等方面，对电子商务发展中比较典型的问题做出明确具体的规定，为电子商务的健康发展奠定法律框架。2020年11月3日，国家市场监督管理总局发布了新版《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》（以下简称《暂行办法》）。此版《暂行办法》是根据2020年10月23日国家市场监督管理总局令第31号修订的。《暂行办法》有四类商品不适用七日无理由退货：一是消费者定制的商品；二是鲜活易腐的商品；三是在线下载或者消

费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；四是交付的报纸、期刊。

2021年10月26日，《“十四五”电子商务发展规划》（以下简称《规划》）对外发布。《规划》指出，到2025年，我国电子商务高质量发展取得显著成效。电子商务新业态新模式蓬勃发展，企业核心竞争力大幅增强，网络零售持续引领消费增长，高品质的数字化生活方式基本形成。电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。未来我国电子商务市场仍将保持平稳健康发展，投资潜力巨大。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国电子商务市场深度研究与市场供需预测报告》共十六章。首先介绍了电子商务的概念、分类、作用等，接着分析了国际国内电子商务行业的现状、市场运行情况和细分领域热点的发展，并详细介绍了B2B、B2C、C2C、C2B、移动电子商务的发展。随后，报告对电子商务市场做了网上支付发展分析、政策环境分析和重点企业运营状况分析。最后，报告对中国电子商务市场的发展前景及趋势进行科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对电子商务市场有个系统的了解、或者想投资电子商务相关行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 电子商务概述

1.1 电子商务相关介绍

1.1.1 电子商务的概念

1.1.2 电子商务的分类

1.1.3 电子商务的作用

1.1.4 电子商务的系统

1.2 电子商务的发展

1.2.1 电子商务发展优势

1.2.2 电子商务发展历程

1.2.3 电子商务发展环境

1.2.4 电子商务网站规则

第二章 2021-2023年世界电子商务行业分析

2.1 世界电子商务发展状况

- 2.1.1 全球发展形势
- 2.1.2 市场发展特点
- 2.1.3 基础条件分析
- 2.1.4 行业发展规模
- 2.1.5 区域发展分析
- 2.1.6 市场发展趋势
- 2.2 世界电子商务立法概况
 - 2.2.1 国际电子商务立法基本情况
 - 2.2.2 国际电子商务合同法发展解读
 - 2.2.3 世界电子商务认证机构管理方式
 - 2.2.4 全球电子商务监管进展
 - 2.2.5 全球电子商务政策趋势
- 2.3 美国
 - 2.3.1 市场发展特点
 - 2.3.2 市场政策环境
 - 2.3.3 市场发展规模
 - 2.3.4 市场渗透率分析
 - 2.3.5 企业竞争格局
 - 2.3.6 未来发展趋势
- 2.4 欧盟
 - 2.4.1 市场发展特点
 - 2.4.2 市场支撑体系
 - 2.4.3 市场发展规模
 - 2.4.4 企业竞争格局
 - 2.4.5 税收动态分析
 - 2.4.6 市场发展问题
 - 2.4.7 市场发展建议
- 2.5 日本
 - 2.5.1 市场政策环境
 - 2.5.2 市场发展特点
 - 2.5.3 市场发展规模
 - 2.5.4 市场发展展望

2.6 韩国

2.6.1 市场政策环境分析

2.6.2 电商市场发展特点

2.6.3 整体市场发展规模

2.6.4 跨境电商发展状况

2.6.5 主要电子商务平台

2.7 其他国家

2.7.1 俄罗斯

2.7.2 印度

2.7.3 澳大利亚

2.7.4 新西兰

2.7.5 越南

2.7.6 巴西

2.7.7 柬埔寨

第三章 2021-2023年中国电子商务行业发展综合分析

3.1 中国电子商务行业发展现状

3.1.1 迭代创新促进消费新增长

3.1.2 品质消费成为网购新风尚

3.1.3 跨境电商引领外贸新业态

3.1.4 农村电商取得扶贫新成效

3.1.5 市场主体积极开拓新市场

3.1.6 产业深度融合展现新进展

3.1.7 政策法规建设推出新举措

3.1.8 丝路电商合作呈现新局面

3.2 中国电子商务产业园区发展分析

3.2.1 电商产业园基本概述

3.2.2 电商产业园发展阶段

3.2.3 电商产业园发展规模

3.2.4 电商产业园发展模式

3.2.5 电商产业园发展问题

3.2.6 电商产业园衍生发展

- 3.3 传统企业转型电子商务态势
 - 3.3.1 电商提升企业竞争力
 - 3.3.2 制造业企业转型趋势
 - 3.3.3 转型电商面临的困境
 - 3.3.4 传统企业转型的策略
- 3.4 2021-2023年主要地区电子商务发展概况
 - 3.4.1 区域格局
 - 3.4.2 北京市
 - 3.4.3 上海市
 - 3.4.4 重庆市
 - 3.4.5 广东省
 - 3.4.6 江苏省
 - 3.4.7 浙江省
 - 3.4.8 海南省
 - 3.4.9 山东省
 - 3.4.10 福建省
- 3.5 电子商务行业盈利模式剖析
 - 3.5.1 电商企业盈利模式
 - 3.5.2 盈利模式影响因素
 - 3.5.3 盈利模式问题分析
 - 3.5.4 优化盈利模式策略
- 3.6 中国电子商务行业存在的问题及策略
 - 3.6.1 行业发展存在问题
 - 3.6.2 行业发展制约因素
 - 3.6.3 企业成本控制问题
 - 3.6.4 中小企业电商隐忧
 - 3.6.5 行业发展基本原则
 - 3.6.6 行业发展模式选择
 - 3.6.7 行业发展对策建议
 - 3.6.8 企业成本控制对策

第四章 2021-2023年中国电子商务市场分析

- 4.1 2021-2023年中国电子商务市场的发展
 - 4.1.1 市场交易规模
 - 4.1.2 网上零售规模
 - 4.1.3 区域市场格局
 - 4.1.4 市场就业形势
 - 4.1.5 市场融资情况
- 4.2 电子商务市场目标客户群体分析
 - 4.2.1 目标明确客户
 - 4.2.2 目标不是很明确
 - 4.2.3 无目标的游客
- 4.3 电子商务市场消费心理分析
 - 4.3.1 制约电商的心理因素
 - 4.3.2 消费心理的主要特点
 - 4.3.3 现代企业的应对策略
- 4.4 中国电子商务网站发展分析
 - 4.4.1 电子商务网站特点
 - 4.4.2 用户体验评价要素
 - 4.4.3 电商网站营销路径
 - 4.4.4 电商网站成本构成
 - 4.4.5 电商网站建设问题
 - 4.4.6 电商网站建设建议
- 4.5 电子商务市场竞争状况
 - 4.5.1 电商竞争主要方面
 - 4.5.2 电商企业数量规模
 - 4.5.3 电商企业结构分布
 - 4.5.4 电商企业竞争态势
 - 4.5.5 电商企业竞争格局
 - 4.5.6 电商企业竞争策略
 - 4.5.7 海外竞争力提升战略
 - 4.5.8 未来电商竞争形势
 - 4.5.9 电子商务竞争趋势

第五章 2021-2023年中国跨境电子商务市场深度分析

5.1 中国跨境电商行业发展分析

5.1.1 行业发展历程

5.1.2 行业发展特征

5.1.3 服务体系完善

5.1.4 国际合作机制

5.1.5 市场创新举措

5.2 2021-2023年中国跨境电子商务市场运行分析

5.2.1 市场交易规模

5.2.2 区域发展状况

5.2.3 企业竞争格局

5.2.4 用户画像分析

5.2.5 试点城市动态

5.2.6 市场融资情况

5.3 中国跨境电商商业模式分析

5.3.1 商业模式概述

5.3.2 商业模式份额

5.3.3 按运营模式分类

5.3.4 按经营品类分类

5.3.5 按清关模式分类

5.4 中国跨境电商行业发展问题分析

5.4.1 关税征收不明确

5.4.2 支付体系不成熟

5.4.3 物流配套不协调

5.4.4 监管体系不完善

5.4.5 电商走出去挑战

5.5 中国跨境电商行业发展建议

5.5.1 完善关税体制

5.5.2 健全支付体系

5.5.3 创新物流模式

5.5.4 强化跨境监管

第六章 2021-2023年B2B电子商务模式分析

6.1 中国B2B电子商务基本概况

6.1.1 B2B基本内涵

6.1.2 B2B成本分析

6.1.3 B2B模式分析

6.2 2021-2023年中国B2B电子商务市场的发展

6.2.1 市场发展历程

6.2.2 市场发展变化

6.2.3 市场交易规模

6.2.4 细分市场发展

6.2.5 电商营收规模

6.2.6 电商营收结构

6.2.7 市场融资动态

6.3 2021-2023年B2B电子商务竞争分析

6.3.1 企业竞争格局分析

6.3.2 上市公司市值排名

6.3.3 上市企业营收状况

6.3.4 新三板企业运营状况

6.3.5 “独角兽”企业分布

6.3.6 主要竞争手段分析

6.3.7 B2B渠道竞争分析

6.4 B2B电子商务市场融资状况分析

6.4.1 融资规模状况

6.4.2 融资金额排名

6.4.3 融资金额分布

6.4.4 融资领域分布

6.4.5 融资轮次分布

6.4.6 融资地域分布

6.5 B2B电子商务发展的问题及解决策略

6.5.1 行业标准化问题

6.5.2 金融服务问题

6.5.3 网络营销问题

- 6.5.4 发展策略分析
- 6.5.5 完善监管体系
- 6.5.6 优化金融服务
- 6.6 中国B2B电子商务发展的前景及趋势
 - 6.6.1 行业发展机遇
 - 6.6.2 行业发展趋势
 - 6.6.3 竞争趋势分析
 - 6.6.4 B2B纵深化发展

第七章 2021-2023年电子商务其他经营模式分析

- 7.1 B2C（企业对消费者）
 - 7.1.1 B2C模式概述
 - 7.1.2 B2C市场监管政策
 - 7.1.3 B2C市场发展规模
 - 7.1.4 B2C电商发展特点
 - 7.1.5 B2C市场竞争格局
 - 7.1.6 B2C电商企业动态
 - 7.1.7 B2C跨境电商平台
 - 7.1.8 B2C电商营销模式
 - 7.1.9 B2C市场发展问题
 - 7.1.10 B2C市场发展对策
 - 7.1.11 B2C市场发展趋势
- 7.2 C2C（消费者对消费者）
 - 7.2.1 C2C模式的概念
 - 7.2.2 C2C电商发展特征
 - 7.2.3 C2C消费影响因素
 - 7.2.4 C2C电商市场规模
 - 7.2.5 C2C典型电商平台
 - 7.2.6 C2C税收征管问题
 - 7.2.7 C2C税收征管对策
- 7.3 C2B（消费者对企业）
 - 7.3.1 C2B电商概念

- 7.3.2 发展演进阶段
- 7.3.3 C2B产生基础
- 7.3.4 C2B商业模式
- 7.3.5 C2B典型案例
- 7.3.6 农村C2B发展
- 7.3.7 未来发展策略
- 7.3.8 模式转变方向
- 7.4 O2O（离线商务模式）
- 7.4.1 O2O模式概念
- 7.4.2 O2O模式分类
- 7.4.3 O2O网站特征
- 7.4.4 O2O发展背景
- 7.4.5 主要应用领域
- 7.4.6 外卖O2O市场
- 7.4.7 生鲜电商O2O
- 7.4.8 医药O2O发展
- 7.4.9 零售O2O发展
- 7.5 S2B2C
- 7.5.1 模式基本内涵
- 7.5.2 模式运作流程
- 7.5.3 模式应用条件
- 7.5.4 模式应用机遇
- 7.5.5 模式发展建议

第八章 2021-2023年移动电子商务发展分析

- 8.1 移动电子商务概述
- 8.1.1 移动电子商务含义
- 8.1.2 移动电子商务优点
- 8.1.3 移动电商主要技术
- 8.2 利用移动技术实施直面客户电子商务模式
- 8.2.1 模式实施基础
- 8.2.2 移动技术影响

- 8.2.3 选择模式策略
- 8.3 2021-2023年中国移动电子商务市场分析
 - 8.3.1 移动电商发展历程
 - 8.3.2 移动电商市场规模
 - 8.3.3 移动电商竞争格局
 - 8.3.4 移动电商用户数量
 - 8.3.5 移动电商买家数量
- 8.4 移动电子商务发展SWOT分析
 - 8.4.1 发展优势
 - 8.4.2 发展劣势
 - 8.4.3 发展机遇
 - 8.4.4 发展挑战
- 8.5 移动电子商务发展中的问题及解决策略
 - 8.5.1 移动电商问题
 - 8.5.2 经营问题及对策
 - 8.5.3 创新发展策略
 - 8.5.4 移动电商营销策略
 - 8.5.5 移动电商发展建议
- 8.6 移动电子商务的市场前景及趋势
 - 8.6.1 行业未来前景
 - 8.6.2 电商平台趋势
 - 8.6.3 行业发展趋势

第九章 电子商务对企业的影响

- 9.1 电子商务环境下对传统会计的影响
 - 9.1.1 对传统会计环境的影响
 - 9.1.2 对相关会计要素的影响
 - 9.1.3 对传统会计模式的影响
 - 9.1.4 传统会计明细信息变化
 - 9.1.5 电子商务下会计面临的问题
 - 9.1.6 电子商务下会计发展对策
- 9.2 电子商务对企业财务管理的影响

- 9.2.1 电子商务企业财务管理的现状
- 9.2.2 电子商务对企业财务管理的影响
- 9.2.3 电子商务企业加强财务管理策略
- 9.3 电子商务对现代企业管理的影响
 - 9.3.1 对现代企业管理的影响
 - 9.3.2 对现代企业管理的作用
 - 9.3.3 对现代企业带来的弊端
 - 9.3.4 电商下企业管理应对策略
- 9.4 电子商务环境下中小企业发展分析
 - 9.4.1 电子商务对中小企业的影晌
 - 9.4.2 电子商务对中小企业的作用
 - 9.4.3 中小企业开展电商面临问题
 - 9.4.4 中小企业实施电子商务对策

第十章 2021-2023年电子商务在不同领域的应用

- 10.1 农村电子商务
 - 10.1.1 农村电商发展历程
 - 10.1.2 主要运行模式分析
 - 10.1.3 农村电商市场规模
 - 10.1.4 农村电商发展特点
 - 10.1.5 农村电商融资情况
 - 10.1.6 农村电商发展问题
- 10.2 零售业电子商务
 - 10.2.1 对零售行业的影响
 - 10.2.2 零售业挑战与变革
 - 10.2.3 电商下的零售新模式
 - 10.2.4 电商下零售发展现状
 - 10.2.5 零售电商消费评级
 - 10.2.6 零售电商融资情况
 - 10.2.7 零售电商发展策略
 - 10.2.8 零售电商政策建议
- 10.3 旅游业电子商务

- 10.3.1 旅游电商体系结构
- 10.3.2 在线旅游用户规模
- 10.3.3 在线旅游竞争分析
- 10.3.4 旅游电商发展挑战
- 10.3.5 旅游电商品牌策略
- 10.3.6 旅游电商发展方向
- 10.4 医药电子商务
 - 10.4.1 行业发展历程
 - 10.4.2 行业发展规模
 - 10.4.3 行业品类分布
 - 10.4.4 行业用户画像
 - 10.4.5 行业区域布局
 - 10.4.6 企业发展动态
 - 10.4.7 行业商业模式
 - 10.4.8 行业发展问题
 - 10.4.9 行业发展建议
- 10.5 汽车行业电子商务
 - 10.5.1 汽车电商发展状况
 - 10.5.2 二手车电商发展规模
 - 10.5.3 二手车电商竞争分析
 - 10.5.4 二手车电商用户分布
 - 10.5.5 汽车后市场电商概述
 - 10.5.6 汽车电商发展问题
 - 10.5.7 汽车电商发展策略
 - 10.5.8 汽车电商发展趋势

第十一章 电子商务安全及诚信体系

- 11.1 电子商务安全概述
 - 11.1.1 电商安全的含义
 - 11.1.2 电商的安全要素
 - 11.1.3 电商安全的现状
 - 11.1.4 电商的安全问题

- 11.1.5 电商的安全风险
- 11.1.6 电商的安全管理
- 11.2 电子商务网络信息安全
 - 11.2.1 主要信息安全技术
 - 11.2.2 数字认证授权机构
 - 11.2.3 电商信息安全协议
 - 11.2.4 电商信息安全策略
- 11.3 企业电子商务网站的安全
 - 11.3.1 电商网站安全的重要性与现状
 - 11.3.2 企业电子商务网站存在的问题
 - 11.3.3 解决企业电商网站问题的措施
- 11.4 移动电子商务安全
 - 11.4.1 移动电商安全研究意义
 - 11.4.2 移动电商的安全隐患
 - 11.4.3 移动电商的安全对策
 - 11.4.4 电商中支付安全问题
 - 11.4.5 电商中支付安全对策
- 11.5 电子商务诚信建设发展分析
 - 11.5.1 主要电商信用模式分析
 - 11.5.2 电商信用危机原因透析
 - 11.5.3 电商诚信建设发展现状
 - 11.5.4 电商诚信建设主要挑战
 - 11.5.5 电商诚信建设发展趋势

第十二章 2021-2023年网上支付市场分析

- 12.1 中国网上支付发展概述
 - 12.1.1 网上支付发展历史
 - 12.1.2 网上支付市场需求
 - 12.1.3 网上支付实现条件
 - 12.1.4 网上支付基本功能
- 12.2 中国网上支付用户的调研情况
 - 12.2.1 网上支付用户规模分析

- 12.2.2 手机网络支付用户规模
- 12.3 中国网上支付市场发展分析
 - 12.3.1 移动支付发展阶段
 - 12.3.2 网络支付发展现状
 - 12.3.3 网络支付业务金额
 - 12.3.4 网络支付业务规模
 - 12.3.5 网络支付发展前景
- 12.4 中国网络购物市场网上支付分析
 - 12.4.1 2019年网购用户分析
 - 12.4.2 2020年网购用户分析
 - 12.4.3 2021年网络购物预测
 - 12.4.4 网络购物市场发展现状
 - 12.4.5 市场配套服务情况
- 12.5 中国航空客票市场网上支付分析
 - 12.5.1 机票代理演变历程
 - 12.5.2 在线机票预订规模
 - 12.5.3 在线机票厂商分析
 - 12.5.4 网上支付存在隐患
 - 12.5.5 机票普及发展障碍
- 12.6 中国网上银行分析
 - 12.6.1 网上银行产业链结构
 - 12.6.2 中国网上银行的特点
 - 12.6.3 2019年网上银行规模
 - 12.6.4 2020年网上银行规模
 - 12.6.5 2021年网上银行规模
 - 12.6.6 发展问题及发展策略

第十三章 2021-2023年电子商务物流业发展分析

- 13.1 电商物流概念及模式
 - 13.1.1 电子商务物流的定义
 - 13.1.2 电子商务物流的优势
 - 13.1.3 电子商务环境下物流模式

- 13.2 中国电子商务物流发展综述
 - 13.2.1 市场发展现状
 - 13.2.2 市场发展规模
 - 13.2.3 市场竞争格局
 - 13.2.4 电商物流指数
 - 13.2.5 企业配送模式
 - 13.2.6 电商物流模式
- 13.3 农村电商物流发展状况
 - 13.3.1 农村电商物流发展环境
 - 13.3.2 农村电商物流发展现状
 - 13.3.3 农村电商物流基础设施
 - 13.3.4 农村电商物流发展模式
 - 13.3.5 农村电商物流发展问题
 - 13.3.6 农村电商物流发展趋势
- 13.4 电商物流行业存在的问题及发展策略
 - 13.4.1 行业困境分析
 - 13.4.2 产业发展瓶颈
 - 13.4.3 面临主要挑战
 - 13.4.4 行业发展建议
 - 13.4.5 行业应对策略
 - 13.4.6 企业发展战略
- 13.5 中国电商物流行业前景预测
 - 13.5.1 电商物流市场空间
 - 13.5.2 电商物流发展趋势
 - 13.5.3 铁路电商物流前景
 - 13.5.4 跨境电商物流前景

第十四章 2021-2023年中国电子商务行业的政策环境

- 14.1 中国电子商务行业政策综述
 - 14.1.1 行业行政主管部门介绍
 - 14.1.2 行业主要政策法规汇总
 - 14.1.3 电子商务相关立法状况

- 14.1.4 网上争议解决机制建设
- 14.1.5 电子商务政策实施挑战
- 14.1.6 电子商务政策发展机遇
- 14.1.7 电子商务政策发展趋势
- 14.2 2021-2023年中国电子商务标准化发展分析
 - 14.2.1 电子商务标准化建设情况
 - 14.2.2 电子商务标准国际化进展
 - 14.2.3 电子商务标准化发展趋势
- 14.3 2021-2023年中国电子商务市场规范治理政策分析
 - 14.3.1 质量监管政策
 - 14.3.2 虚假宣传治理
 - 14.3.3 个人信息保护
 - 14.3.4 知识产权保护
 - 14.3.5 重点领域治理
- 14.4 2021-2023年中国电子商务细分领域主要政策解析
 - 14.4.1 跨境电商相关政策
 - 14.4.2 农村电商相关政策
 - 14.4.3 工业电商相关政策
- 14.5 2021-2023年中国主要省市电子商务行业重点政策解读
 - 14.5.1 广东省
 - 14.5.2 山东省
 - 14.5.3 四川省
 - 14.5.4 河北省
 - 14.5.5 江西省
 - 14.5.6 湖北省
 - 14.5.7 浙江省

第十五章 2020-2023年国内外电子商务重点企业分析

- 15.1 环球资源
 - 15.1.1 企业发展概况
 - 15.1.2 平台运营模式
 - 15.1.3 利润来源分析

- 15.1.4 企业竞争优势
- 15.2 亚马逊
 - 15.2.1 企业发展概况
 - 15.2.2 企业经营状况
 - 15.2.3 电商行业发展
 - 15.2.4 企业商业模式
 - 15.2.5 FBA配送模式
 - 15.2.6 企业发展战略
- 15.3 阿里巴巴
 - 15.3.1 企业发展概况
 - 15.3.2 企业经营状况
 - 15.3.3 企业发展模式
 - 15.3.4 企业战略合作
 - 15.3.5 未来发展战略
- 15.4 京东
 - 15.4.1 企业发展概况
 - 15.4.2 企业经营状况
 - 15.4.3 企业合作动态
 - 15.4.4 企业发展路线
- 15.5 焦点科技股份有限公司
 - 15.5.1 企业发展概况
 - 15.5.2 经营效益分析
 - 15.5.3 业务经营分析
 - 15.5.4 财务状况分析
 - 15.5.5 核心竞争力分析
 - 15.5.6 未来前景展望
- 15.6 浙江网盛生意宝股份有限公司
 - 15.6.1 企业发展概况
 - 15.6.2 经营效益分析
 - 15.6.3 业务经营分析
 - 15.6.4 财务状况分析
 - 15.6.5 核心竞争力分析

- 15.6.6 公司发展战略
- 15.6.7 未来前景展望
- 15.7 慧聪集团
 - 15.7.1 企业发展概况
 - 15.7.2 企业经营状况
 - 15.7.3 企业战略合作
 - 15.7.4 企业布局方向
- 15.8 敦煌网
 - 15.8.1 平台发展概况
 - 15.8.2 商业运营模式
 - 15.8.3 平台服务模式
 - 15.8.4 利润来源分析
 - 15.8.5 营销配套体系
 - 15.8.6 资金管理服务
 - 15.8.7 物流配套体系

第十六章 2023-2029年中国电子商务发展前景及趋势分析

- 16.1 中国电子商务行业前景展望
 - 16.1.1 发展机遇分析
 - 16.1.2 未来发展方向
 - 16.1.3 行业发展趋势
- 16.2 中国电子商务细分行业发展趋势
 - 16.2.1 电商服务业的走势
 - 16.2.2 跨境电商发展趋势
 - 16.2.3 农村电商发展趋势
- 16.3 2023-2029年中国电子商务行业预测分析
 - 16.3.1 2023-2029年中国电子商务行业影响因素分析
 - 16.3.2 2023-2029年中国网上零售交易额预测

附录

附录一：《电子商务法》

图表目录

- 图表1 我国电子商务发展历程
- 图表2 2019年全球各地区网络零售数据
- 图表3 2019年网络零售增速排名前十的国家
- 图表4 2018-2019年网络零售市场排名前十的国家
- 图表5 美国消费者网购产品品类
- 图表6 美国消费者网购支付方式占比
- 图表7 2009-2020年美国电商渗透率
- 图表8 2019年美国电商平台市场GMV份额
- 图表9 欧盟各国互联网使用及网上购物情况
- 图表10 电子商务产业园特点
- 图表11 电子商务产业园分类
- 图表12 电子商务产业园发展阶段
- 图表13 2015-2020年我国跨境电商综合试验区新增数量统计
- 图表14 2019年东部地区省市的网络零售市场情况
- 图表15 2019年中部地区省份的网络零售市场情况
- 图表16 2019年西部地区省区市的网络零售市场情况
- 图表17 2019年东北地区省份的网络零售市场情况
- 图表18 2019年地方网络零售店铺数TOP10情况
- 图表19 2021年浙江省各地市网络零售和居民网络消费基本情况
- 图表20 2021年浙江省各行业网络零售基本情况
- 图表21 2021年浙江省前十县（市、区）网络零售基本情况
- 图表22 “十三五”期间浙江省跨境网络零售进出口基本情况
- 图表23 “十三五”期间浙江跨境电商出口活跃网店数量情况
- 图表24 “十三五”期间各地市跨境电商网络零售出口额
- 图表25 2015-2020年中国电子商务交易额
- 图表26 2019年中国网络零售各品类零售额占比及同比增速
- 图表27 2015-2020年中国网上零售交易规模
- 图表28 2019年中国网络零售市场各区域零售额占比及同比增速
- 图表29 2019年前十省市网络零售额占全国网络零售额比重
- 图表30 2014-2019年中国电子商务就业规模

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202308/24-551172.html>