

2010-2015年中国移动电子 商务行业投资分析及深度研究咨询报告

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

《2010-2015年中国移动电子商务行业投资分析及深度研究咨询报告》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/R03/R0301/201012/31-63364.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

→内容简介

移动电子商务（M-commerce）是指通过手机、PDA(个人数字助理)、掌上电脑、笔记本电脑等移动通讯设备与无线上网技术结合所构成的一个电子商务体系。相对于传统的电子商务而言，移动电子商务可以真正使任何人在任何时间、任何地点得到整个网络的信息和服务。与传统通过电脑(台式PC、笔记本电脑)平台开展的电子商务相比，移动电子商务拥有更为广泛的用户基础。目前，中国互联网用户接近3亿，而手机用户已超过6亿（有效号码数量），并具有数量众多的PDA，因此它具有更为广阔的市场前景。移动电子商务不仅能提供互联网上的直接购物，还是一种全新的销售与促销渠道。它全面支持移动互联网业务，可以实现电信、信息、媒体和娱乐服务的电子支付。移动电子商务不同于目前的销售方式，它能充分满足消费者的个性化需求，设备的选择以及提供服务与信息的方式完全由用户自己控制。移动电子商务与传统电子商务的区别在于其服务对象的移动性、服务要求的即时性、服务终端的私人性和服务方式的方便性。移动电子商务具有随时随地的特点。与传统的电子商务相比，移动电子商务的最大特点是“随时随地”和“个性化”。传统电子商务已经使人们感受到了网络所带来的便利和乐趣，但它的局限在于台式电脑携带不便，而移动电子商务则可以弥补传统电子商务的这种缺憾，可以让人们随时随地购买彩票、炒股或者购物，感受独特的商务体验。因特网、移动通信技术和其它技术的完善组合创造了移动电子商务，但真正推动市场发展的却是多样的服务。目前，移动电子商务主要提供以下服务：(1)银行业务，(2)交易，(3)订票，(4)购物，(5)娱乐，(6)无线医疗，(7)移动应用服务

近年来，我国移动电子商务有了很大的发展，但是行业发展中仍然存在很多问题。目前，几乎没有移动电子商务方面的法律、法规，而传统的商务和电子商务的法律、法规不能完全适用移动电子商务；安全保障应当是最先考虑和始终保证的一个问题。无线网路中的攻击者不需要寻找攻击目标，攻击目标会漫游到攻击者所在的小区，信息可能被窃取和篡改；移动终端的丢失意味着别人将会看到电话、数字证书等重要数据，拿到移动终端的人就可以进行移动支付、访问内部网络和文件系统；移动电子商务属于新事物，商业模式还需要逐渐完善，而构建安全灵活的移动支付机制是完善商业模式的关键环节；移动电子商务在配送、支付和信用上不仅没有跨越任何传统商务的瓶颈，甚至其地点的不确定性更是给配送、身份确认等方面增加了不小的难度。电子商务的兴起，对中国来说是挑战大于机遇。其次，中国在电子商务发展过程中遇到的问题，远比一般发达国家多得多，不仅需要解决EDI商务由封闭到开放的转变问题、因特网商务中大宗交易的保密和安全问题，以及电子纳税及其管理问题等等，而且还存在亟待解决的一系列特有的主要问题。在这种形势下我国移动电子商务应该寻求什么样的发展、应该怎样发展呢？

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，对国际电子商务行业发展概况、国内电子商务行业发展概况、国内移动电子商务市场发展现状、移动电子商务经营模式、相关法律法规进行了详细介绍和分析。全面总结了中国移动电子商务行业发展情况，从多个角度揭示了中国移动电子商务市场发展状况。报告深入分析了中国移动电子商务市场发展的主要态势，在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。报告还对市场供需状况、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，揭示移动电子商务行业的市场发展影响因素，是移动电子商务公司、投资机构及相关研究单位极具参考价值的专业性报告。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 国内外电子商务行业概况

第一章 2010年全球电子商务产业运行状况分析 1

第一节 2010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 2

三、电子商务国外买家群体构成和特征 8

四、国外发展电子商务的政策及对我国的启示 9

第二节 2010年全球电子商务产业运行总况 11

一、全球电子商务逆势而上 11

二、全球电子商务区域排名情况 12

三、全球电子商务物流配送体系发展现状 13

第三节 2010年全球部分 国家地区电子商务运行分析 16

一、美国 16

二、英国 22

三、其他国家 24

第二章 2010年中国电子商务产业运行态势分析 30

- 第一节 2010年中国电子商务发展综述 30
 - 一、中国电子商务行业大事盘点 30
 - 二、国内电子商务进入了一个高速发展的阶段 31
 - 三、电子商务市场规模增长迅猛 34
 - 四、中国电子商务企业用户数量 36
 - 五、中国网络购物交易额占社会消费品零售总额 37
 - 六、发现电子商务的机遇 38

第二节 2010年电子商务网站发展分析 40

- 一、电子商务行业站点数量增长 40
- 二、电子商务网站访客行为分析 41
- 三、电子商务站点经营模式分析 42

第三节 2010年电子商务热点问题探讨 44

- 一、我国电子商务中的诚信问题及对策 44
- 二、我国电子商务税收问题研究 48
- 三、电子商务网络信息安全问题研究 51

第二部分 我国移动电子商务行业发展分析

第三章 2010年中国移动电子商务产业运行环境分析 61

第一节 2010年中国宏观经济环境分析 61

- 一、中国GDP分析 61
- 二、消费价格指数分析 62
- 三、城乡居民收入分析 66
- 四、社会消费品零售总额 67
- 五、全社会固定资产投资分析 72
- 六、进出口总额及增长率分析 77

第二节 2010年中国移动电子商务产业政策环境分析 82

- 一、《中华人民共和国电子签名法》 82
- 二、《北京市信息化促进条例》 90
- 三、《上海市数字认证管理办法》 100
- 四、《广东省电子商务交易条例》 105

第三节 2010年中国移动电子商务产业社会环境分析 112

- 一、人口环境分析 112

- 二、教育环境分析 115
- 三、文化环境分析 116
- 四、生态环境分析 119

第四章 2010年中国移动电子商务业运行走势分析 122

第一节 2010年中国移动电子商务概述 122

- 一、移动电子商务的含义及服务内容 122
- 二、移动电子商务的优点 124
- 三、移动电子商务的应用 125
- 四、移动电子商务主要技术分析 126

第二节 2010年移动电子商务行业运行态势分析 127

- 一、移动电子商务成单率相对较低 127
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析 127
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略 130
- 四、移动电子商务将开创网络商务新时代 132
- 五、手机版淘宝有望带来移动电子商务2.0时代 133

第五章 2010年中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略 136

第一节 中国移动电子商务存在问题分析 136

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题 136
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题 137

第二节 中国移动电子商务存在问题的解决策略 140

- 一、我国发展电子商务的对策 140
- 二、创新移动电子商务模式发展策略探析 141
- 三、移动电子商务的几个营销策略 143
- 四、中国移动电子商务发展建议 145

第六章 2010年中国移动电子商务产业运行态势分析 147

第一节 中国移动电子商务市场发展分析 147

- 一、中国已具备移动电子商务发展的条件 147
- 二、中国移动电子商务发展现状 150
- 三、阿里巴巴率先进军3G移动电子商务 153

- 四、中小企业应用移动电子商务发展分析 155
- 五、手机支付市场发展潜力大 158
- 第二节 中国主要地区移动电子商务发展状况 165
 - 一、湖南移动电子商务发展状况 165
 - 二、广州欲建移动电子商务产业园 166
 - 三、广州移动电子商务时代悄然来临 167
 - 四、福州移动电子商务抢占先机 168
 - 五、3G带动江城移动电子商务快速发展 169
 - 六、重庆出台移动电子商务发展规划 170

第七章 2010年中国网上支付产业市场运行透析 172

- 第一节 2010年我国网上支付现状及对策 172
 - 一、进一步建立与完善法律法规 172
 - 二、建立富有效率的社会信用体系 173
 - 三、建立统一的安全认证体系 173
 - 四、实现网上支付工具多样化 174
 - 五、央行酝酿为第三方支付发牌或促行业洗牌 175
- 第二节 2010年中国网上支付用户的调研情况 176
 - 一、网民在网络支付中的态度及分布 176
 - 二、网民了解网上支付的渠道及方式 178
 - 三、网民网上支付满意度 178
 - 四、电子支付是网络购物的主要支付方式 180
- 第三节 2010年中国网上银行分析 181
 - 一、中国网上银行产业链结构 181
 - 二、中国网上银行的发展现状 182
 - 三、中国网上银行的特点 183
 - 四、中国网上银行存在的问题及发展策略 183
 - 五、未来中国网上银行用户规模预测 188

第三部分 我国移动电子行业竞争格局分析

第八章 2010年中国移动电子商务产业竞争格局分析 197

第一节 2010年中国移动电子商务竞争现状分析 197

一、移动电子商务竞争力分析	197
二、双边市场下的移动电子商务平台竞争策略	197
三、3G将使移动电子商务成为企业竞争的一个重要战场	201
第二节 2010年中国主要地区移动电子商务产业格局分析	203
一、湖南	203
二、广州	207
三、福州	211
四、重庆	216
第三节 2010年中国移动电子商务产业提升竞争力策略分析	218
第九章 2010年中国重点电子商务企业竞争力与关键性财务分析	221
第一节 环球资源	221
一、公司简介	221
二、环球资源推出全新采购平台	222
三、环球资源经营状况	222
四、环球资源经营业务分析	222
五、环球资源公司愿景	225
第二节 亚马逊公司	226
一、公司简介	226
二、亚马逊公司经营状况分析	227
三、亚马逊网上书店经营管理状况	227
四、亚马逊促销手段的分析	233
第三节 阿里巴巴	236
一、公司简介	236
二、阿里巴巴的经营特点分析	237
三、阿里巴巴运营模式成功原因分析	239
四、阿里巴巴SWOT分析	241
五、阿里巴巴经营状况	243
第四节 中国制造网	247
一、公司简介	247
二、中国制造网引领中国电子商务发展	248
三、中国制造网上市情况分析	249

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 250

一、企业概况 250

二、2009-2010年财务分析 250

三、2010年公司动态 254

四、生意通电子商务服务分析 255

第六节 慧聪国际 256

一、公司简介 256

二、慧聪主营业务范围 257

三、慧聪经营状况分析 258

四、慧聪“金榜题名”产品面世 258

第七节 淘宝网 259

一、公司简介 259

二、淘宝网的产品与服务 260

三、淘宝网运营情况 261

四、淘宝网的网络营销策略 263

第八节 EBAY易趣 268

一、公司简介 268

二、eBay经营状况 268

三、易趣的商业模式分析 270

四、易趣未来发展 272

第九节 其他电子商务企业 272

一、万国商业网 272

二、铭万网 274

三、当当网 275

四、买麦网 277

第四部分 我国移动电子商务行业发展趋势及前景分析

第十章 2011-2015年中国移动电子商务产业趋势展望 279

第一节 2011-2015年中国电子商务产业五大趋势 279

一、“双核”电子商务 279

二、电子商务网站增长趋势 279

三、电子商务应用云计算 280

四、SaaS的应用	280
五、速成网站和自助建站成为企业首选	281
第二节 2011-2015年中国电子商务发展展望	281
一、电子商务模式创新趋势	281
二、外贸电子商务发展趋势	289
三、移动电子商务发展方向预测	291
四、中小企业电子商务应用趋势分析	293
第三节 2011-2015年电子商务发展的国际化趋势分析	298
一、电子商务与企业信息化的融合分析	298
二、电子商务服务业发展分析	299
三、全球电子商务的增长期分析	300
第四节 2011-2015年国际电子商务的发展趋势分析	301
第十一章 2011-2015年中国移动电子商务的发展前景分析	304
第一节 2011-2015年中国移动电子商务的市场前景	304
一、中国移动电子商务市场化前景广阔	304
二、移动电子商务的发展趋势	305
三、移动电子商务的市场竞争格局预测分析	309
第二节 2011-2015年中国移动电子商务的市场盈利预测分析	311
第五部分 我国移动电子商务行业投资分析	
第十二章 2011-2015年中国移动电子商务投资机会与风险分析	315
第一节 2011-2015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	317
三、危机给电子商务带来投资机会	319
四、电子商务创造第二次产业机会	320
五、电子商务成为投资热点	321
六、电子商务西进带来改变	323
第二节 2011-2015年中国移动电子商务投资机会与风险分析	325
一、投资机会分析	325
二、投资风险分析	331

三、专家建议 341

图表目录：

- 图表：2006-2011年亚太地区B2C电子商务市场规模 29
- 图表：2010年我国国内生产总值 61
- 图表：2007-2010年我国国内生产总值 61
- 图表：2010年1-6月我国居民消费价格指数 62
- 图表：2008-2009年我国居民消费价格指数 62
- 图表：2010年7月我国居民消费价格指数 63
- 图表：2010年8月我国居民消费价格指数 63
- 图表：2010年9月我国居民消费价格指数 64
- 图表：2010年10月我国居民消费价格指数 65
- 图表：2010年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 66
- 图表：2010年1月社会消费品零售总额 67
- 图表：2010年2月社会消费品零售总额 67
- 图表：2010年3月社会消费品零售总额 68
- 图表：2010年4月社会消费品零售总额 68
- 图表：2010年5月社会消费品零售总额 69
- 图表：2010年6月社会消费品零售总额 69
- 图表：2010年7月社会消费品零售总额 70
- 图表：2010年8月社会消费品零售总额 70
- 图表：2010年8月社会消费品零售总额 71
- 图表：2010年8月社会消费品零售总额 71
- 图表：2009-2010年我国社会消费品零售总额 72
- 图表：2010年2月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 73
- 图表：2010年3月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 73
- 图表：2010年4月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 74
- 图表：2010年5月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 74
- 图表：2010年6月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 75
- 图表：2010年7月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 75
- 图表：2010年8月我国固定资产完成额（本期累计数比上2009年同期增长） 76
- 图表：2010年9月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 76

图表：2010年10月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 77

图表：2010年1月我国进出口总额 77

图表：2010年2月我国进出口总额 78

图表：2010年3月我国进出口总额 78

图表：2010年4月我国进出口总额 79

图表：2010年5月我国进出口总额 79

图表：2010年6月我国进出口总额 80

图表：2010年7月我国进出口总额 80

图表：2010年8月我国进出口总额 81

图表：2010年9月我国进出口总额 81

图表：2010年10月我国进出口总额 82

图表：阿里巴巴布局移动电子商务案例 154

图表：2009年1-12月手机产量全国合计 160

图表：2009年1-12月手机产量北京市合计 160

图表：2009年1-12月手机产量天津市合计 160

图表：2009年1-12月手机产量辽宁省合计 160

图表：2009年1-12月手机产量吉林省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量上海市合计 161

图表：2009年1-12月手机产量江苏省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量浙江省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量安徽省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量福建省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量江西省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量山东省合计 161

图表：2009年1-12月手机产量湖北省合计 162

图表：2009年1-12月手机产量湖南省合计 162

图表：2009年1-12月手机产量广东省合计 162

图表：2009年1-12月手机产量重庆市合计 162

图表：2009年1-12月手机产量四川省合计 162

图表：2009年1-12月手机产量贵州省合计 162

图表：2010年1-11月手机产量全国合计 162

图表：2010年1-11月手机产量北京市合计 162

图表：2010年1-11月手机产量天津市合计 163

图表：2010年1-11月手机产量内蒙古市合计 163

图表：2010年1-11月手机产量辽宁省合计 163

图表：2010年1-11月手机产量吉林省合计 163

图表：2010年1-11月手机产量上海市合计 163

图表：2010年1-11月手机产量江苏省合计 163

图表：2010年1-11月手机产量浙江省合计 163

图表：2010年1-11月手机产量福建省合计 163

图表：2010年1-11月手机产量江西省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量山东省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量河南省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量湖北省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量广东省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量重庆市合计 164

图表：2010年1-11月手机产量四川省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量贵州省合计 164

图表：2010年1-11月手机产量陕西省合计 165

图表：2009-2010年我国网民购物情况 177

图表：2009-2010年我国网民网上支付情况 177

图表：2009年各网上支付平台使用率及满意度 179

图表：网民网络购物支付方式 180

图表：网购电子支付方式 180

图表：中国网上银行产业链结构 182

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量全国合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量北京市合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量天津市合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量山西省合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量辽宁省合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量吉林省合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量黑龙江合计 189

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量上海市合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量江苏省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量浙江省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量安徽省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量福建省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量江西省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量山东省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量湖北省合计 190

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量广东省合计 191

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量广西区合计 191

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量重庆市合计 191

图表：2009年1-12月微型计算机设备产量陕西省合计 191

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量全国合计 191

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量北京市合计 191

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量天津市合计 191

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量辽宁省合计 191

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量黑龙江合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量上海市合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量江苏省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量浙江省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量安徽省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量福建省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量江西省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量山东省合计 192

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量湖北省合计 193

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量湖南省合计 193

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量广东省合计 193

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量广西区合计 193

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量重庆市合计 193

图表：2010年1-11月微型计算机设备产量四川省合计 193

图表：2009年1-12月笔记本计算机产量全国合计 193

图表：2009年1-12月笔记本计算机产量北京市合计 193

图表：2009年1-12月笔记本计算机产量上海市合计 194

图表：2009年1-12月笔记本计算机产量江苏省合计 194

图表：2009年1-12月笔记本计算机产量浙江省合计 194
图表：2009年1-12月笔记本计算机产量福建省合计 194
图表：2009年1-12月笔记本计算机产量江西省合计 194
图表：2009年1-12月笔记本计算机产量湖北省合计 194
图表：2009年1-12月笔记本计算机产量广东省合计 194
图表：2009年1-12月笔记本计算机产量陕西省合计 194
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量全国合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量北京市合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量上海市合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量江苏省合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量浙江省合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量福建省合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量江西省合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量山东省合计 195
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量湖北省合计 196
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量湖南省合计 196
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量广东省合计 196
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量重庆市合计 196
图表：2010年1-11月笔记本计算机产量四川省合计 196
图表：2007-2008年环球资源营业收入情况 223
图表：环球资源各细分业务变化趋势 223
图表：2008-2010年阿里巴巴总营收 243
图表：2008-2010年阿里巴巴国际交易状况 244
图表：2008-2010年阿里巴巴国际交易增长情况 244
图表：2008-2010年阿里巴巴国内交易情况 245
图表：2008-2010年阿里巴巴毛利情况 246
图表：2008-2010年阿里巴巴运营利润 246
图表：2008-2010年阿里巴巴净利润 247

中国产业研究报告网发布的《2010-2015年中国移动电子商务行业投资分析及深度研究咨询报告》，内容严谨、数据翔实，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研究

分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司主营构成 250

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司每股指标 251

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司获利能力 251

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司经营能力 252

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力 252

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司资本结构 252

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司发展能力 252

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司现金流量 253

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司主营业务收入 253

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司主营业务利润 253

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司营业利润 253

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司利润总额 254

图表：2009-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司净利润 254

图表：2008-2012年中国移动电子商务用户规模 311

图表：2008-2012年中国移动电子商务实物交易用户规模 312

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/201012/31-63364.html>