

2009-2012年中国电子商务 产业运行形势及投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国电子商务产业运行形势及投资前景咨询报告》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.cction.com/report/200904/16113.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 2008-2009年世界电子商务产业运行形势分析

第一节2008-2009年世界电子商务产业发展概况

- 一、世界电子商务发展的技术支撑和经济环境
- 二、世界电子商务立法
- 三、金融危机给全球电子商务市场带来增长动力

第二节2008-2009年世界电子商务主要国家运行分析

- 一、美国
- 二、英国
- 三、新加坡
- 四、阿根廷
- 五、法国
- 六、韩国
- 七、日本

第二章 2008-2009年中国电子商务产业运行环境分析

第一节2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、存贷款利率变化

第二节2008-2009年中国电子商务行业政策环境分析

- 一、电子商务立法的核心部分
- 二、中国电子商务立法的问题及策略
- 三、电子商务行业的具体政策法规

第三节2008-2009年中国电子商务产业社会环境分析

第三章2008-2009年中国电子商务产业运行形势分析

第一节2008-2009年中国电子商务发展综述

- 一、企业应用电子商务分析
- 二、中小企业电子商务的应用
- 三、电子商务对企业的影响
- 四、电子商务安全及诚信体系

第二节2008-2009年中国电子商务行业的盈利分析

第三节2008-2009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

第四章 2008-2009年中国电子商务市场运行动态分析

第一节2008-2009年中国电子商务市场概况

- 一、电子商务市场的主要特点
- 二、电子商务市场机遇与挑战并存
- 三、电子商务市场目标客户群体分析

第二节2008-2009年中国电子商务市场消费心理分析

- 一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征
- 二、制约电子商务发展的心理因素分析
- 三、电子商务中现代企业的应对策略

第三节2008-2009年中国主要地区电子商务发展概况

- 一、浙江电子商务持续高速发展
- 二、江苏省政府积极推进企业电子商务发展
- 三、上海电子商务发展处于全国领先水平
- 四、深圳电子商务进入快速发展期

第五章 2008-2009年中国移动电子商务发展状况分析

第一节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

- 一、实施直面客户模式的基础分析
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第二节2008-2009年中国移动电子商务市场发展分析

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

四、中小企业应用移动电子商务发展分析

五、手机支付市场发展潜力大

第三节2008-2009年中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题

二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策

三、创新移动电子商务模式发展策略探析

四、移动电子商务的几个营销策略

五、中国移动电子商务发展建议

第六章 2008-2009年中国B2B电子商务模式产业运行态势分析

第一节2008-2009年中国B2B电子商务发展概况

一、中国B2B电子商务市场概况

二、国内外B2B电子商务比较

第二节2008-2009年中国B2B电子商务竞争分析

一、B2B行业主要竞争手段分析

二、B2B电子商务渠道竞争分析

三、中国B2B市场主要企业竞争状况

四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

第三节2008-2009年中国B2B电子商务的问题及解决策略

一、综合类B2B企业所存在的问题

二、B2B电子商务网站优化中存在的问题

三、中国B2B电子商务模式发展策略分析

四、B2B电子商务网站的优化策略

五、B2B企业成功运营的准则

第七章 2008-2009年中国电子商务其他经营模式运行走势分析

第一节 B2C（企业对消费者）

一、B2C模式概述

二、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

三、2008年中国电子商务B2C市场发展分析

四、B2C电子商务经营状况分析

五、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、中国C2C电子商务发展概况
- 二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析
- 三、2008年中国电子商务C2C市场发展状况
- 四、中国主要C2C企业经营状况分析
- 五、中国C2C电子商务存在的问题
- 六、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力
- 七、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

第八章2008-2009年中国电子商务产业市场竞争格局分析

第一节2008-2009年中国电子商务市场竞争状况分析

- 一、电子商务市场竞争激烈
- 二、中国网进军电子商务市场
- 三、外资大举进入中国电子商务领域

第二节2008-2009年中国主要地区移动电子商务格局分析

- 一、湖南移动电子商务发展状况
- 二、广州欲建移动电子商务产业园
- 三、广州移动电子商务时代悄然来临
- 四、福州移动电子商务抢占先机
- 五、3G带动江城移动电子商务快速发展
- 六、重庆出台移动电子商务发展规划

第九章 2008-2009年中国重点电子商务企业运营竞争力分析

第一节 环球资源

- 一、公司基本概况

- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、环球资源经营结构调整解读
- 四、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策

第二节 亚马逊公司

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、亚马逊网上书店经营管理状况
- 四、亚马逊与Google成在线读书市场霸主
- 五、亚马逊拓展中国市场的举措

第三节 阿里巴巴

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、阿里巴巴运营模式成功原因分析
- 四、阿里巴巴SWOT分析

第四节 中国制造网

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、中国制造网把握机会发展获得高额利润

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析

第六节 慧聪国际

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析

第七节 淘宝网

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析

第八节 EBAY易趣

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析

第九节 当当网

- 一、公司基本概况

二、2008-2009年公司经营状况分析

第十节 卓越 (Joyo)

一、公司基本概况

二、2008-2009年公司经营状况分析

第十一节 略.....

第十章 2008-2009年中国电子商务在不同行业的应用领域分析

第一节 农业电子商务

一、农业电子商务主要运行模式分析

二、中国农业电子商务的应用与发展分析

三、农业电子商务期待建立第三方平台

四、发展农业电子商务的举措

五、中国农业电子商务发展潜力巨大

第二节 零售业电子商务

一、电子商务给零售业带来的影响

二、零售行业涉足B2C电子商务的机遇和挑战

三、电子商务提高零售行业核心竞争水平

四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐

五、中国零售业应用电子商务的主要障碍

六、中国零售业电子商务发展的策略

第三节 医药电子商务

一、中国医药行业电子商务应用状况

二、中国主要医药电子商务企业收入来源分析

三、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势

四、中国医药电子商务发展落后

五、医药电子商务发展面临的问题

六、医药行业发展电子商务机遇良好

七、中国医药行业引入电子商务是必然趋势

第四节 汽车零部件业电子商务

一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处

二、国际汽车零部件业电子商务发展分析

三、中国汽车零部件电子商务应用状况

四、中国汽车零部件业需要发展电子商务

五、国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策

六、汽车零部件企业发展电子商务的策略

第五节 旅游业的电子商务

一、旅游电子商务概念及功能

二、旅游电子商务体系的结构

三、中国旅游业电子商务发展状况

四、电子商务渐成熟旅游业需创新争夺市场

五、中国旅游业电子商务存在的问题

六、推动中国旅游业电子商务发展的策略

第六节 物流业电子商务

一、电子商务与现代物流的关系

二、电子商务企业物流管理中的技术应用

三、中国电子商务物流业发展中的问题

四、电子商务时代对现代物流的要求及解决策略

五、电子商务物流业的发展趋势

第十一章 2008-2009年中国网上支付产业市场态势分析

第一节 2008-2009年中国网上支付用户的调研情况

一、网民在网络支付中的态度及分布

二、网民了解网上支付的渠道及方式

三、网民未来网上支付计划

第二节 2008-2009年中国网络购物市场网上支付分析

一、中国网络购物市场现状

二、电子支付是网络购物的主要支付方式

第三节 2008-2009年中国航空客票市场网上支付分析

一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式

二、电子客票的网上支付存在的隐患

三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍

第四节 2008-2009年中国网上银行分析

一、中国网上银行产业链结构

二、中国网上银行的特点

三、中国网上银行存在的问题及发展策略

四、未来中国网上银行用户规模预测

第十二章 2009-2012年中国电子商务产业发展趋势预测分析

第一节2009-2012年中国电子商务产业发展趋势分析

一、 “十一五”中国电子商务发展规划

二、 中国专业电子商务网站的发展趋势

三、 电子商务+SaaS的发展空间广阔

第二节2009-2012年中国移动电子商务的市场前景及发展趋势

一、 中国移动电子商务市场化前景广阔

二、 移动电子商务的发展趋势

第三节2009-2012年中国中国电子商务产业市场预测分析

第四节2009-2012年中国电子商务产业市场盈利预测分析

第十三章2009-2012年中国电子商务产业投资机会与风险分析

第一节2009-2012年中国电子商务产业投资环境分析

第二节2009-2012年中国电子商务产业投资机会分析

一、 区域投资热点分析

二、 投资潜力分析

第三节2009-2012年中国电子商务产业投资风险分析

一、 市场运营风险

二、 技术风险

三、 政策风险

四、 进入退出风险

第四节 专家投资建议

第十四章 金融危机对电子商务产业的影响及企业应对策略分析

第一节 金融危机对电子商务产业的影响

一、 2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析

二、 金融危机对中国电子商务产业的传导机制

第二节 我国电子商务产业应对金融危机的主要策略探讨

一、 政策角度

二、增强内功修炼，提升产品质量

三、海外并购策略

第三节 应对金融危机建议

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 存贷款利率变化

图表 网民对网上支付的态度

图表 不同学历网民使用网上支付比例

图表 不同行业网民使用网上支付分布

图表 网民了解网上支付的主要渠道

图表 网民使用过和最常使用的支付方式

图表 网民使用过和最常使用的配送方式

图表 网民未来最可能使用的网上支付方式

图表 网民未来使用网上支付的主要用途

图表 网民未来进行网上交易的预期

图表2009-2012年中国中国电子商务产业市场预测分析

图表2009-2012年中国电子商务产业市场盈利预测分析

图表 略.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/16113.html>