

2017-2022年中国移动电子 商务行业监测及投资趋势研究报告

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

《2017-2022年中国移动电子商务行业监测及投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201612/139027.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

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、C2C或O2O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。

移动电子商务(M-Commerce),它由电子商务(E-Commerce)的概念衍生出来,电子商务以PC机为主要界面,是“有线的电子商务”;而移动电子商务,则是通过手机、PDA(个人数字助理)这些可以装在口袋里的终端与我们谋面,无论何时、何地都可以开始。有人预言,移动商务将决定21世纪新企业的风貌,也将改变生活与旧商业的地形地貌。

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,拥有更为广泛的用户基础。截至2011年年底,我国互联网网民数量达到5.13亿人,全国手机用户达100,692万户,其中手机网民规模达到3.6亿人;随着3G牌照的发放,爱立信曾对腾讯科技表示,预测2011年移动宽带用户数将超越固定宽带用户数。因此它具有更为广阔的市场前景。

随着移动通信技术和计算机的发展,移动电子商务的发展已经经历了3代。

报告目录:

第一章 2014-2016年全球电子商务产业运行状况分析 1

第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国电子商务产业运行态势分析	32
第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国移动电子商务产业运行环境分析	65
第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国移动电子商务业运行走势分析	96
第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网上支付产业市场运行透析	141
第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国移动电子商务产业竞争格局分析	155
第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国移动电子商务产业提升竞争力策略分析 164

第八章 2014-2016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、企业发展简况分析 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、企业发展简况分析 171

二、亚马逊企业经营情况分析分析 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、企业发展简况分析 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、企业发展简况分析 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、2014-2016年份公司成长性分析 189

三、2014-2016年份公司财务能力分析 189

四、2014-2016年份公司偿债能力分析 191

五、2014-2016年份公司现金流量分析表 191

六、2014-2016年份公司经营能力分析 193

七、2014-2016年份公司盈利能力分析 194

第六节 慧聪国际 194

一、企业发展简况分析 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、企业发展简况分析 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、企业发展简况分析 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 2017-2022年中国移动电子商务投资机会与风险分析 208

第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国移动电子商务产业前景预测与趋势展望	215
第一节 2017-2022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
四、移动电子商务发展方向预测	221
五、中小企业电子商务应用趋势分析	221
第二节 2017-2022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 2017-2022年中国移动电子商务的市场盈利预测分析	227
一、2017-2022年中国移动电子商务市场盈利能力	227
二、2017-2022年中国移动电子商务市场偿债能力	228

部分图表目录:

图表：2014-2016年美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%）	1
图表：2014-2016年美国实际GDP各构成要素季环比折年率走势（单位：%）	1
图表：2014-2016年各因素对美国经济增长的贡献度（单位：%）	2
图表：2014-2016年美国工业产值增长及产能利用率变化（单位：%）	3
图表：2014-2016年美国CPI&PPI变化趋势（单位：%）	3
图表：2014-2016年美国失业率变化（单位：%）	4
图表：欧元区GDP季同比增长变化（单位：%）	5
图表：2014-2016年欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化	6
图表：2014-2016年欧元区CPI、PPI同比增长变化（单位：%）	7
图表：2014-2016年欧元区失业率变化（单位：%）	7
图表：2014-2016年日本实际GDP环比年率变化（单位：%）	8
图表：2014-2016年日本工业产值情	9
图表：2014-2016年日本CPI增长变化（单位：%）	10
图表：2014-2016年日本失业率变化（单位：%）	10
图表：GII计划提出的政策框架的金字塔	16

图表：2014-2016年全球移动支付用户总量和交易规模 21

图表：2016年美国消费者最信任的手机支付品牌 22

图表：2013-2016年全球移动交易量 23

图表：2014-2016年未来EMV进入美国人数比率分析 28

图表：2014-2016年中国网络购物市场交易规模 41

图表：2016年C2C网购网站市场份额 42

图表：2016年B2C网购网站市场份额 43

图表：2014-2016年电子商务站点的数据 48

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201612/139027.html>