

中国电子商务运营模式分析及发展规划建议报告2023-2028年

产品名称	中国电子商务运营模式分析及发展规划建议报告 2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国电子商务运营模式分析及发展规划建议报告2023-2028年.....【报告编号】

360634【出版日期】2022年12月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 电子商务概述1.1

电子商务的概念1.2 电子商务发展阶段1.3 电子商务的作用1.4 电子商务发展优势1.5

电子商务发展必要性第二章 2020-2022年中国电子商务市场总体发展分析2.1

2020-2022年中国电子商务市场发展现状2.1.1 电商发展历程2.1.2 电商发展规模2.1.3

“双十一”销售状况2.1.4 细分领域布局2.1.5 产业发展动因2.1.6 区域分布格局2.1.7 行业投资分析2.2

电商上市公司发展现状2.2.1 上市企业规模2.2.2 企业业务布局2.2.3 细分领域分布2.2.4 区域分布格局2.3

中国电子商务运营主要模式2.3.1 企业上网的初级模式2.3.2 B2B的重点发展模式2.3.3

B2C选择性交易模式2.3.4 主播直播带货新模式2.4 中国电商企业成本管理分析2.4.1

网络时代电商企业成本管理的特点2.4.2 我国电商企业成本控制存在的问题2.4.3

电商企业成本控制问题的成因分析2.4.4 网络时代电商企业成本控制的措施2.5

中国电子商务发展存在的问题及对策建议2.5.1 行业发展制约因素2.5.2 行业发展存在问题2.5.3

客户关系管理措施2.5.4 行业发展基本原则2.5.5 行业平台发展路径第三章

2020-2022年中国电子商务细分领域热点分析3.1 社交电商3.1.1 社交电商特点3.1.2 产品运营模式3.1.3

市场发展规模3.1.4 用户规模分析3.1.5 人均消费情况3.1.6 市场发展前景3.2 跨境电商行业3.2.1

行业发展历程3.2.2 市场交易规模3.2.3 行业的渗透率3.2.4 物流发展分析3.2.5 行业发展机遇3.2.6

行业发展问题3.2.7 行业发展建议3.3 农村电商3.3.1 行业发展意义3.3.2 行业发展特征3.3.3 网络零售规模3.3.4

农村网民规模3.3.5 产业融合途径3.3.6 行业运营问题3.3.7 行业发展策略3.4 生鲜电商3.4.1 行业发展历程3.4.2

市场交易规模3.4.3 市场融资规模3.4.4 典型生鲜电商3.4.5 平台运营模式3.4.6 物流发展困境3.4.7

行业营销建议3.5 母婴电商3.5.1 行业发展概述3.5.2 市场发展规模3.5.3 品牌创新升级3.5.4 平台发展问题3.5.5

平台优化策略3.5.6 未来发展趋势第四章 2020-2022年电子商务经营模式分析4.1 B2B（企业对企业）4.1.1

行业发展概述4.1.2 B2B交易规模4.1.3 B2B区域市场4.1.4 B2B融资情况4.1.5 B2B渠道竞争4.1.6

B2B营销问题4.1.7 B2B营销策略4.1.8 未来发展趋势4.2 B2C（企业对消费者）4.2.1 B2C模式概述4.2.2

市场交易规模4.2.3 平台运营模式4.2.4 平台营销策略4.2.5 B2C物流分析4.2.6 支付方式分析4.2.7

运营模式问题4.2.8 运营优化策略4.2.9 行业发展趋势4.3 C2C（消费者对消费者）4.3.1 C2C模式的概念4.3.2

发展环境及特征4.3.3 消费的影响因素4.3.4 C2C的税收分析4.3.5 C2C营销战略分析4.3.6
C2C模式优化建议4.3.7 C2C模式发展前景4.4 C2B（消费者对企业）4.4.1 C2B电商概念4.4.2
发展演进阶段4.4.3 C2B特点分析4.4.4 C2B产生基础4.4.5 C2B应用模式4.4.6 发展策略分析4.4.7
未来发展趋势4.5 O2O（离线商务模式）4.5.1 O2O发展概况4.5.2 O2O模式分析4.5.3 O2O模式突破4.5.4
市场发展规模4.5.5 主要应用领域4.5.6 O2O会员体系4.6 CBBS（网络分销模式）4.6.1 CBBS基本介绍4.6.2
新模式应用现状4.6.3 对产业链的影响第五章 2020-2022年中国电子商务关联行业运行状况5.1
移动支付市场5.1.1 移动支付政策5.1.2 主要商业模式5.1.3 市场交易规模5.1.4 企业竞争格局5.1.5
第三方移动支付5.1.6 风险防范措施5.1.7 未来发展趋势5.2 电商物流市场5.2.1 电商物流定义5.2.2
电商物流指数5.2.3 电商物流模式5.2.4 跨境电商物流5.2.5 县域电商物流5.2.6 行业困境分析5.2.7
企业发展机遇第六章 2020-2022年中国电子商务市场重点省市发展状况6.1 深圳市6.1.1
跨境电商的发展现状6.1.2 电子商务协会的成立6.1.3 电商发展存在的问题6.1.4 电商发展的政策建议6.2
浙江省6.2.1 跨境电商发展现状6.2.2 电商发展相关政策6.2.3 企业竞争现实困境6.2.4 企业竞争提升策略6.2.5
电子商务发展路径6.3 福建省6.3.1 电子商务发展情况6.3.2 电子商务存在问题6.3.3 电子商务发展路径6.3.4
电子商务发展建议6.3.5 跨境电商创新对策6.3.6 跨境电商发展策略6.4 湖南省6.4.1 电子商务发展现状6.4.2
跨境电商生态构建6.4.3 电商企业发展建议6.4.4 跨境电商人才培养6.4.5 电子商务发展规划6.5 江苏省6.5.1
电子商务发展情况6.5.2 跨境电商人才培养6.5.3 跨境电商掣肘因素6.5.4 跨境电商竞争效应6.5.5
农村电子商务情况6.5.6 区域电商发展情况6.6 云南省6.6.1 电子商务发展现状6.6.2 跨境电商发展特点6.6.3
农村电商发展情况6.6.4 自贸区跨境电商发展6.6.5 农产品电商发展路径第七章
2023-2028年中国电子商务发展前景及趋势分析7.1 中国电子商务行业前景展望7.1.1 行业的发展机遇7.1.2
RCEP带来的前景7.1.3 “十四五”发展展望7.2 中国电子商务发展方向及趋势7.2.1 电子商务发展趋势7.2.2
农村电商发展路径7.2.3 直播电商发展趋势图表目录图表1 中国电子商务各发展阶段典型特征图表2
2012-2022年双十一活动期间全网销售额图表3 2017-2022年双十一单日全网销售额图表4
2016-2022年双十一单日全网包裹数图表5 2014-2022年双十一平均客单价图表6
2022年双十一当天各时段全网销售额与包裹数图表7 2017-2022年双十一单日各平台销售额占比图表8
2012-2022年天猫双十一期间成交额图表9 2017-2022年京东双十一销售额图表10
2020-2022年直播电商双十一整体数据对比图表11 2020-2022年淘宝双十一预售首日数据图表12
2022年中国电商服务商融资事件数轮次图表13 2022年中国电商服务商融资事件数省份图表14
2022年度中国电子商务市值TOP10图表15 2022年中国零售电商上市公司业务布局情况分析图表16
2022年中国电商上市公司细分领域分布图表17 2022年中国电商上市公司所在城市分布图表18
中国电商直播平台入局情况图表19 社交电商主要类型及相应特点图表20
2014-2022年社交电商行业交易规模及其增长率图表21
2016-2022年社交电商行业用户规模及其增长率图表22
2016-2022年社交电商行业人均年消费额及其增长率图表23 中国跨境电商发展历程图表24
2017-2022年中国跨境电商市场交易规模图表25 跨境电商行业渗透率及其增长率图表26
2016-2022年中国农村网络零售额及增长速度图表27
2017-2022年中国农村网民规模及普及率统计情况图表28 生鲜电商发展历程图表29
2014-2022年中国生鲜电商市场交易规模图表30 2020年中国生鲜电商融资事件图表31
2022年中国生鲜电商融资数据榜图表32 盒马鲜生发展简要历程图表33 生鲜电商发展模式图表34
中国母婴电商发展历程图表35 中国母婴电商产业链全景图图表36 中国B2B电子商务发展历程图表37
2016-2025年B2B电商区域市场占比情况图表38 2022年B2B电商融资总金额行业图图表39
2022年B2B电商融资数据榜图表40 2019-2022年中国网络零售B2C市场季度交易规模图表41
2022年中国网络零售B2C市场交易份额图表42 2016-2020年中国本地生活服务O2O市场规模图表43
2021-2022年国家出台移动支付相关政策一览表图表44 互联网巨头移动支付竞争格局图表45
2021-2022年中国第三方移动支付市场交易规模图表46 直邮模式流程图表47 集物流模式图表48
保税仓模式流程图表49 不同物流模式的优劣势对比图表50 四大物流模式对比