2023-2029年中国移动电子商务行业深度研究与投资潜力分析报告

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年中国移动电子商务行业深度研究与投资潜力分析报告》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/R0301/202210/25-512551.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

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。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。

1999年中华网赴美上市，向全球宣告了中国互联网行业的崛起，同时以网易、搜狐、新浪为代表的中国门户网站模式的萌芽，也预示着中国互联网真正站起来了。中国互联网探索成长期特点

2009年中国3G商用开启移动互联时代，互联网步入快速发展期。中国互联网快速发展期特点

从当前平台看，淘宝直播用户依托于淘宝，淘宝用户培养时间较长，对平台信赖感强，高客单的珠宝也成为重要类目，淘宝 2022 年人均支出在 9000 元+，人均消费高体现了用户对平台的依赖与高信赖度。

看抖音和快手，直播带货以快手产品价格为参考，快手用户通常更青睐低价好用的产品，快手0-30元和30-50元价格的产品较为火爆，产品和用户更加下沉，抖音用户对价格的接受度更高，50-200元产品整体均有爆款。2017-2022国内主要电商平台人均支出趋势

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国移动电子商务行业深度研究与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国移动电子商务行业市场发展环境、移动电子商务整体运行态势等，接着分析了中国移动电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了移动电子商务市场竞争格局。随后，报告对移动电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对移动电子商务产业有个系统的了解或者想投资中国移动电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2017-2022年全球电子商务产业运行状况分析
第一节 2017-2022年全球电子商务产业运行环境分析
一、全球经济现状及影响分析
二、国外电子商务安全研究综述
三、电子商务国外买家群体构成和特征
四、国外发展电子商务的政策及对我国的启示
第二节 2017-2022年全球电子商务产业运行总况
一、全球电子商务逆势而上
二、全球电子商务区域排名情况
三、全球电子商务物流配送体系发展现状
第三节 2017-2022年全球部分国家地区电子商务运行分析
一、美国
二、英国
三、其他国家
1、新加坡政府力促电子商务发展
2、阿根廷网上交易发展势头迅速
3、法国电子商务蓬勃发展
4、韩国电子商务交易额大幅上涨
5、日本将引领亚太地区B2C电子商务销售

第二章 2017-2022年中国电子商务产业运行态势分析

预计2020年直播电商市场规模达9610亿，同比增长111%，接近万亿水平。2022年直播电商之于电商大盘的渗透率为4.1%，预计2020年渗透率在7%~9%之间，直播电商赛道红利基于低渗透因素将继续显现。

直播电商之于电商大盘的渗透率依旧较低，18年以及19年，直播电商渗透率在1.4%、4.1%，预计20年渗透率在7%~9%左右，尽管消费大盘可能有疫情的影响，但是直播电商赛道红利基于低渗透因素将继续显现。2017-2020年直播电商市场规模及增速预测

第一节 2017-2022年中国电子商务发展综述
一、中国电子商务行业大事盘点
二、国内电子商务进入了一个高速发展的阶段
三、电子商务市场规模增长迅猛

四、中国电子商务企业用户数量
五、中国网络购物交易额占社会消费品零售总额
六、发现电子商务的机遇
第二节 2017-2022年电子商务网站发展分析
一、电子商务行业站点数量增长
二、电子商务网站访客行为分析
三、电子商务站点经营模式分析
第三节 2017-2022年电子商务热点问题探讨
一、我国电子商务中的诚信问题及对策
二、我国电子商务税收问题研究
三、电子商务网络信息安全问题研究

第三章 2017-2022年中国移动电子商务产业运行环境分析
第一节 2017-2022年中国宏观经济环境分析
一、中国GDP分析
二、消费价格指数分析
三、城乡居民收入分析
四、社会消费品零售总额
五、全社会固定资产投资分析
六、进出口总额及增长率分析
第二节 2017-2022年中国移动电子商务产业政策环境分析
一、《中华人民共和国电子签名法》
二、《北京市信息化促进条例》
三、《上海市数字认证管理办法》
四、《广东省电子商务交易条例》
第三节 2017-2022年中国移动电子商务产业社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析

第四章 2017-2022年中国移动电子商务业运行走势分析

第一节 2017-2022年中国移动电子商务概述
一、移动电子商务的含义及服务内容
二、移动电子商务的优点
三、移动电子商务的应用
四、移动电子商务主要技术分析
第二节 2017-2022年移动电子商务行业运行态势分析
一、移动电子商务成单率相对较低
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
四、移动电子商务将开创网络商务新时代
五、手机版淘宝有望带来移动电子商务2.0时代
第三节 2017-2022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

第五章 2017-2022年中国移动电子商务产业运行态势分析
第一节 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
第二节 中国主要地区移动电子商务发展状况
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

第六章 2017-2022年中国网上支付产业市场运行透析
第一节 2017-2022年我国网上支付现状及对策
一、进一步建立与完善法律法规
二、建立富有效率的社会信用体系
三、建立统一的安全认证体系
四、实现网上支付工具多样化
五、央行酝酿为第三方支付发牌或促行业洗牌
第二节 2017-2022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
四、电子支付是网络购物的主要支付方式
第三节 2017-2022年中国网上银行分析
一、中国网上银行产业链结构
二、中国网上银行的发展现状
三、中国网上银行的特点
四、中国网上银行存在的问题及发展策略
五、未来中国网上银行用户规模预测

第七章 2017-2022年中国移动电子商务产业竞争格局分析
第一节 2017-2022年中国移动电子商务竞争现状分析
一、移动电子商务竞争力分析
二、双边市场下的移动电子商务平台竞争策略
三、3G将使移动电子商务成为企业竞争的一个重要战场
第二节 2017-2022年中国主要地区移动电子商务产业格局分析
一、湖南
二、广州
三、福州
四、重庆
第三节 2017-2022年中国移动电子商务产业提升竞争力策略分析

第八章中国重点电子商务企业竞争力与关键性财务分析
第一节 环球资源
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第二节 亚马逊公司
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
措
第三节 阿里巴巴
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第四节 中国制造网
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司
一、公司基本情况概述

二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第六节 慧聪国际
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第七节 淘宝网
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第八节 EBAY易趣
一、公司基本情况概述
二、成长性分析
三、财务能力分析
四、偿债能力分析
五、现金流量分析表
六、经营能力分析
第九节 其他电子商务企业
一、万国商业网
二、铭万网
三、当当网
四、卓越（Joyo）
五、买麦网

第九章 2023-2029年中国移动电子商务投资机会与风险分析
第一节 2023-2029年中国电子商务产业投资机会分析
一、电子商务竞争优势与投资机会
二、跨国电子商务存在的投资机会
三、危机给电子商务带来投资机会
四、电子商务创造第二次产业机会
五、电子商务成为投资热点
六、电子商务西进带来改变
第二节 2023-2029年中国移动电子商务投资机会与风险分析
一、投资机会分析
二、投资风险分析

第十章 2023-2029年中国移动电子商务产业前景预测与趋势展望（）
第一节 2023-2029年中国电子商务产业新趋势探析
一、电子商务五大趋势分析
二、电子商务模式创新趋势
三、外贸电子商务发展趋势
四、移动电子商务发展方向预测
五、中小企业电子商务应用趋势分析
第二节 2023-2029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
三、移动电子商务的市场竞争格局预测分析（）
第三节 2023-2029年中国移动电子商务的市场盈利预测分析
一、2023-2029年中国移动电子商务市场盈利能力
二、2023-2029年中国移动电子商务市场偿债能力

图表目录:

图表：2017-2022年美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%）
图表：2017-2022年美国实际GDP各构成要素季环比折年率走势（单位：%）
图表：2017-2022年各因素对美国经济增长的贡献度（单位：%）

图表：2017-2022年美国工业产值增长及产能利用率变化（单位：%）
图表：2017-2022年美国CPI&PPI变化趋势（单位：%）
图表：2017-2022年美国失业率变化（单位：%）
图表：欧元区GDP季同比增长变化（单位：%）
图表：2017-2022年欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化
图表：2017-2022年欧元区CPI、PPI同比增长变化（单位：%）
图表：2017-2022年欧元区失业率变化（单位：%）
图表：2017-2022年日本实际GDP环比年率变化（单位：%）
图表：2017-2022年日本工业产值情
图表：2017-2022年日本CPI增长变化（单位：%）
图表：2017-2022年日本失业率变化（单位：%）
图表：GII计划提出的政策框架的金字塔
图表：2017-2022年全球移动支付用户总量和交易规模
图表：2022年美国消费者最信任的手机支付品牌
图表：2017-2022年全球移动交易量
图表：2017-2022年未来EMV进入美国人数比率分析
图表：2017-2022年中国网络购物市场交易规模
图表：2017-2022年中国第三方支付行业互联网支付交易金额
图表：2017-2022年中国网上银行交易额分析
图表：个人网银交易规模市场份额所占比例分析
图表：中国企业网上银行交易规模市场分类比例分析
图表：网上银行发展建议
更多图表请见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/202210/25-512551.html