

2011-2015年中国移动电子 商务行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国移动电子商务行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1105/5912853KQW.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-05-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国移动电子商务行业深度调研与投资前景研究报告》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，以及我中心对移动电子商务行业的实地调研，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，具有重要的参考价值！

随着移动互联网的不断发展，移动电子商务将创造新的无线增值市场，据2011年第一季度移动互联网报告显示，2011Q1手机电子商务表现较为突出，所占比例达到21.6%。无疑，电子商务已经进入移动时代，移动电子商务将是未来移动网络以及企业移动营销的重要领域。而作为移动电子商务一大亮点的“移动通用实名”服务，则代表了企业未来移动电子商务新的发展方向。

第一章 2010-2011年全球电子商务产业运行状况分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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2010-2011年中国电子商务产业运行态势分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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2010-2011年中国移动电子商务产业运行环境分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国移动电子商务业运行走势分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国网上支付产业市场运行透析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国移动电子商务产业竞争格局分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国移动电子商务产业提升竞争力策略分析

第八章 2010-2011年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、公司简介

二、环球资源推出全新采购平台

三、环球资源经营状况

四、环球资源经营结构调整解读

五、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、公司简介

二、亚马逊公司经营状况分析

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、公司简介

二、阿里巴巴的经营特点分析

三、阿里巴巴运营模式成功原因分析

四、阿里巴巴SWOT分析

五、阿里巴巴经营状况

第四节 中国制造网

一、公司简介

二、中国制造网引领中国电子商务发展

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、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第六节 慧聪国际

一、公司简介

二、慧聪主营业务范围

三、慧聪经营状况分析

四、慧聪“金榜题名”产品面世

第七节 淘宝网

一、公司简介

二、淘宝网的产品与服务

三、淘宝在国内零售业影响力巨大

四、淘宝网运营情况

五、淘宝网的娱乐营销策略

第八节 EBAY易趣

一、公司简介

二、eBay经营状况

三、易趣的商业模式和市场推广策略

四、易趣在与淘宝竞争中的失误决策

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 2011-2015年中国移动电子商务投资机会与风险分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国移动电子商务产业前景预测与趋势展望

第一节 2011-2015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

五、移动电子商务发展方向预测

六、中小企业电子商务应用趋势分析

第二节 2011-2015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 2011-2015年中国移动电子商务的市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010-2011年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010-2011年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 全球电子商务销售额

图表 全球Internet 接入量

图表 全球电子商务贸易总额

图表 不同的角度的电子商务的定义

图表 广义的电子商务和狭义电子商务

图表 不同标准的电子商务分类

图表 三种典型的电子商务

图表 2006-2011年英国网络购物用户规模预测

图表 2004-2008年美国B2B电子商务市场交易额发展及预测
图表 2003-2007美国电子商务零售额增长情况
图表 行业电子商务网站创建年度分布图
图表 B2B电子商务分类一（按贸易类型）
图表 B2B电子商务分类二（按贸易主导主体类型）
图表 2001-2007年中国电子商务市场总体规模增长图 单位亿元（人民币）
图表 2003-2007年中国网上零售市场规模
图表 2005年环球资源公司各季度营业收入状况 单位：万美元
图表 1995-2006 年亚马逊营业收入、利润及销售净利润率
图表 2007年阿里巴巴综合损益情况（港币：亿元）
图表 2007年阿里巴巴现金流量情况（港币：亿元）
图表 2007年阿里巴巴资产负债情况（港币：亿元）
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司成长性分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司财务能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司经营效率分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司现金流量分析表
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司经营能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力分析
图表 中国三大旅带网站情况比较表
图表 2003-2009年我国GDP总量及增长情况
图表 2009年我国工业增加值及增幅对比图
图表 略……

通过《2011-2015年中国移动电子商务行业深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1105/5912853KQW.html>