

2015-2022年中国电子商务 市场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

《2015-2022年中国电子商务市场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/chuanmei1506/L31618B4I7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-06-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国电子商务市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了电子商务行业相关概述、中国电子商务产业运行环境、分析了中国电子商务行业的现状、中国电子商务行业竞争格局、对中国电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国电子商务产业发展前景与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

“十二五”时期，我国电子商务行业发展迅猛，产业规模迅速扩大，电子商务信息、交易和技术等服务企业不断涌现。2010年中国电子商务市场交易额已达4.5万亿元，同比增长22%。2011年我国电子商务交易总额再创新高，达到5.88万亿元，其中中小企业电子商务交易额达到3.21万亿元。

2012年第一季度，中国电子商务市场整体交易规模1.76万亿，同比增长25.8%，环比下降4.2%。2012年第二季度，我国电子商务市场整体交易规模1.88万亿，同比增长25.0%，环比增长7.3%。

截止到2013年底，中国电子商务市场交易规模达10.2万亿，同比增长29.9%。其中，B2B电子商务市场交易额达8.2万亿元，同比增长31.2%。网络零售市场交易规模达18851亿元，同比增长42.8%。排在前十的省份（含直辖市）分别为：广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建省、四川省、湖南省。

报告目录：

第一章 电子商务概述

第一节 电子商务相关介绍 1

一、电子商务的概念 1

二、电子商务的分类 1

三、电子商务的作用 4

四、电子商务主要应用系统 5

第二节 电子商务的发展 7

一、电子商务的三大阶段 7

二、中国电子商务的发展 7

三、电子商务发展的支撑环境 8

第二章 世界电子商务概况

第一节 世界电子商务发展状况 10

- 一、世界电子商务的发展历程 10
- 二、欧美国家电子商务飞速发展的动因 10
- 三、欧盟地区电子商务发展分析 11
- 四、拉美欧盟地区电子商务发展迅猛 12
- 五、2015-2022年全球电子商务销售额预测 13
- 六、2015年全球电子商务发展的五大趋势 14

第二节 美国 15

- 一、2014年美国零售电子商务总额 15
- 二、2014年美国旅行电子商务支出 16
- 三、2014年美国移动电子商务零售总额增长分析 16
- 四、2014年美国电子商务竞争程度分析 18
- 五、2015年美国移动购物开支预测 20

第三节 英国 22

- 一、英国电子商务全球领先 22
- 二、英国人网购开支为全球最高 22
- 三、2013年网购热带动英国零售业增长 23
- 四、2013年英国移动电子商务发展迅速 23

第四节 其他国家 26

- 一、新加坡政府力促电子商务发展 26
- 二、2014年法国电子商务发展迅猛 32
- 三、2014年韩国电子商务的发展回顾 33
- 四、2015年日运营商发力电子商务 34

第三章 中国电子商务行业

第一节 中国电子商务发展综述 36

- 一、中国电子商务的发展阶段 36
- 二、我国电子商务发展现状 38
- 三、我国电子商务发展存在的问题 39
- 四、我国电子商务未来发展走向 40

第二节 2013-2014年中国电子商务行业发展现状 41

- 一、2014年中国电子商务发展回顾 41
- 二、2015年电子商务步入标准化时代 42
- 三、2015年第四代电子商务助力产业升级 45
- 四、2015年电子商务发展趋势前瞻 47

第三节 企业应用电子商务分析 49

- 一、电子商务提升企业竞争力 49
- 二、国内企业电子商务发展战略 53
- 三、2015年传统企业开展电子商务前景分析 54

第四节 中小企业电子商务的应用 56

- 一、电子商务给中小企业带来的收益 56
- 二、中小企业电子商务服务模式的构建 57
- 三、国内中小企业电子商务应用分析 59

第五节 电子商务行业的盈利分析 62

- 一、中国电子商务的基本盈利模式 62
- 二、影响电子商务盈利模式成功的因素 65
- 三、2013年中国电子商务盈利难题 66
- 四、2014年电商巨头纷纷宣布年内盈利 67
- 五、2015年电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势 70

第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略 73

- 一、2015年中国电子商务行业发展隐忧 73
- 二、2015年电子商务线上线下的渠道融合策略 76
- 三、“十二五”期间制约我国电子商务发展的关键因素 77
- 四、“十二五”期间我国电子商务发展方向与策略 79

第四章 中国电子商务市场分析

第一节 2012-2014年中国电子商务市场概况 81

- 一、2012年中国电子商务市场数据监测 81
- 二、2013年中国电子商务市场数据监测 83
- 三、2014年中国网络购物市场数据监测 85
 - (一) 市场规模 85
 - (二) 网购结构 87

- (三) 市场格局 88
- (四) 竞争态势 89
- (五) 品类分布 91
- 四、2015电子商务行业发展预测 92
- 五、2015年电子商务行业投资决策研究观点 94
- 第二节 电子商务市场目标客户群体分析 95
 - 一、目标明确客户 95
 - 二、目标不是很明确 96
 - 三、无目标的游客 97
- 第三节 电子商务市场消费心理分析 97
 - 一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征 97
 - 二、制约电子商务发展的心理因素分析 98
 - 三、电子商务中现代企业的应对策略 99
- 第四节 2013年中国网民电子商务用户研究 101
 - 一、2013年中国网民总体规模 101
 - 二、2013年中国手机网民规模 103
 - 三、2013年中国分省网民规模 104
 - 四、2013年中国农村网民规模 106
 - 五、2013年网络购物用户消费调查 107
- 第五节 电子商务市场竞争状况 108
 - 一、2013年电子商务竞争特征 108
 - 二、2014年电子商务竞争市场格局 110
 - 三、2014年电商争当优质品牌孵化器 111
 - 四、2014年我国电子商务巨头发展情况分析 112
 - 五、2014年电商大战升级在所难免 114
 - 六、2014年电子商务新一轮洗牌或将开始 115
 - 七、2014年垂直电商的战国争霸 116
 - 八、2014年电商已从价格竞争转向产业链竞争 118
- 第六节 中国主要地区电子商务发展概况 121
 - 一、浙江省电子商务产业十二五发展规划 121
 - 二、2013年上海市电子商务交易额 131
 - 三、2013年重庆电子商务产业分析 132

四、2013年杭州市电子商务产业增加值	132
五、2013年河北省电子商务交易额	133
六、2013年青岛市电子商务交易额	133
七、2014年深圳市电子商务交易额	135
八、2014年北京起草电子商务发展意见	135
九、2014年广州通过《关于加快电子商务发展的实施方案》	136
十、2014年广东放宽电子商务企业市场准入	136
十一、2014年河北省电子商务“十百千”助推产业升级	137
十二、2014年江西将大力扶持发展电子商务	138
十三、厦门市征集2014年电子商务备选项目	140
十四、2015年长沙市电子商务交易额预计	141
第七节 2014年中国农村地区电子商务发展分析	141
一、潜在机会	141
二、市场增量巨大	143
三、积极布局	143
四、广铺物流以点带面发展	144
五、政策刺激	145
六、困难待解	146
第二部分 电子商务行业细分市场分析	
第五章 B2B电子商务模式	149
第一节 中国B2B电子商务发展概况	149
一、B2B电子商务的定义及分类	149
二、B2B的发展阶段分析	151
三、2013年中小企业B2B企业营收规模	152
四、2013年中小企业B2B电子商务行业分析	157
五、2014年1月份B2B网站排行榜	162
六、2014年中国B2B市场发展前景展望	162
七、2014年电商投资转向B2B	163
八、2014年B2B市场3大爆发点	166
九、2014年传统B2B平台发展趋势	167
十、2014年B2B将由“信息平台”转型为“交易平台”	170

- 十一、中国B2B电子商务未来发展趋势 171
- 第二节 B2B电子商务竞争分析 172
 - 一、B2B行业主要竞争手段分析 172
 - 二、B2B电子商务渠道竞争分析 174
 - 三、中国B2B市场主要企业竞争状况 176
 - 四、“B2B+搜索”竞争新模式探析 177
- 第三节 B2B电子商务的问题及解决策略 179
 - 一、综合类B2B企业所存在的问题 179
 - 二、B2B电子商务网站优化中存在的问题 180
 - 三、B2B电子商务网站的优化策略 182
 - 四、第三方B2B电子商务平台发展策略 182

第六章 电子商务其他经营模式

- 第一节 B2C（企业对消费者） 186
 - 一、B2C模式概述 186
 - 二、B2C电子商务模式具体分类 186
 - 三、2013年中国B2C市场交易额 188
 - 四、2013年B2C行业格局数据：平台与自营 190
 - 五、2014年2月国内B2C网站访问量排名 191
 - 六、2014年中国电商市场将成全球第二 192
 - 七、2014年B2C电商有望盈利 193
 - 八、2014年我国B2C行业将面临大洗牌 194
- 第二节 C2C（消费者对消费者） 195
 - 一、C2C的概念 195
 - 二、2012-2013年C2C企业交易数据变化对比 195
 - 三、2014年淘宝去C2C化步伐加快 196
- 第三节 C2B（消费者对企业） 198
 - 一、C2B电子商务模式的概念 198
 - 二、C2B电子商务模式产生的基础 198
 - 三、C2B电子商务模式的应用 199
 - 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起 200
 - 五、电子商务C2B营销新模式发展探析 204

- 六、C2B电子商务模式发展展望 206
- 七、“80、90后”热衷C2B定制家电 208
- 八、2014年海尔借道天猫试水C2B 210
- 九、2014年企业转型青睐C2B模式 211
- 十、2014年C2B模式渐成趋势，消费者越加拥有话语权 212
- 第四节 网络团购 214
 - 一、2013年我国团购用户特征 214
 - 二、2013年我国团购行业市场状况与营销新特征解析 215
 - 三、2014年团购行业发展展望 217
 - 四、2014年手机团购市场展望 218

第七章 移动电子商务发展分析

第一节 移动电子商务概述 220

- 一、移动电子商务的含义及服务内容 220
- 二、移动电子商务的优点 220
- 三、移动电子商务的应用 220
- 四、移动电子商务主要技术分析 222

第二节 中国移动电子商务市场发展分析 223

- 一、2013年移动电商市场增长迅猛 223
- 二、2013中国移动购物交易规模 224
- 三、2013年中国移动支付交易规模 227
- 四、2013年移动终端团购交易暴增 230
- 五、2013年移动互联投资情况分析 231
- 六、2014年全球移动支付市场、技术竞争分析 232
- 七、2014年移动电子商务发展展望 234
- 八、2014年移动电子商务企业发展展望 234

第三节 中国主要地区移动电子商务发展状况 237

- 一、2013年成都全市移动电子商务交易额 237
- 二、2014年湖南移动电子商务实现跨越发展 237
- 三、2014年广东移动推“移付易”布局电子商务 238

第四节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略 238

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题 238

- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策 240
- 三、创新移动电子商务模式发展策略探析 241
- 第五节 移动电子商务的市场前景及发展趋势 241
 - 一、中国移动电子商务市场化前景广阔 241
 - 二、移动电子商务发展趋势 242
 - 三、2015年移动电商竞争趋势 243

第三部分 影响及应用

第八章 电子商务对企业的影响

第一节 电子商务对企业的影响 245

- 一、电子商务威胁到传统经销商 245
- 二、我国电子商务营销超越传统营销 247

第二节 电子商务对企业成本的影响 247

- 一、企业应用电子商务所需要的各项成本透析 248
- 二、电子商务在企业成本节约中的作用 250
- 三、电子商务环境下的战略成本管理 251

第三节 电子商务对企业现金管理的影响 255

- 一、企业现金构成项目的变化 255
- 二、对企业最佳现金持有量确定的影响 255
- 三、使企业现金收支管理策略改变 256
- 四、优化企业短期融投资 256
- 五、实施零现金余额管理 257
- 六、从整体上提高现金流转效率 257

第九章 电子商务在不同行业的应用

第一节 农业电子商务 258

- 一、农业电子商务模式概述 258
- 二、农业电子商务主要运行模式分析 259
- 三、中国农业电子商务的应用与发展分析 262
- 四、2013年我国涉农电子商务快速增长 264
- 五、2014年农产品企业投身电子商务分析 265
- 六、中国农业电子商务发展潜力巨大 268

第二节 零售业电子商务 269

- 一、2013年国内传统零售业纷纷触网 269
- 二、2013年国际零售业巨头布局中国电子商务市场 271
- 三、2013年B2C零售业的行业特点 271
- 四、2014年电商背景下传统零售商的出路 272
- 五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮 275
- 六、2014年彩电成为网上渠道的新宠 277
- 七、2014年快速消费品企业将重点深耕电子商务渠道 278
- 八、中国零售业电子商务发展中存在的问题 279
- 八、零售业电子商务未来发展趋势良好 280

第三节 医药电子商务 281

- 一、2013年我国医药电子商务规模分析 281
- 二、2014年重庆获批国家医药流通电子商务试点 283
- 三、2014年医药电商与大型医药网站合作拓宽电子商务渠道 286
- 四、电子商务与医药物流整合分销成趋势 287
- 五、中国医药电子商务发展前景预测 289

第四节 汽车零部件业电子商务 289

- 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处 289
- 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析 291
- 三、中国汽车零部件电子商务应用状况 291
- 四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展 293
- 五、我国汽车零部件企业发展电子商务的建议 294

第五节 旅游业的电子商务 295

- 一、旅游电子商务概念及特性 295
- 二、旅游业开展电子商务的优势 296
- 三、2014年中国在线旅游市场交易规模 297
- 四、2015年在线旅游市场竞争格局及趋势 302
- 五、中国旅游电子商务发展前景预测 304
- 六、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题 305
- 七、发展我国旅游业电子商务的对策 306

第六节 物流业电子商务 308

- 一、电子商务物流概述 308

- 二、2014年电子商务进入物流竞争时代 309
- 三、2014年电子商务升级物流战略 310
- 四、我国电子商务物流业的发展对策 311
- 五、电子商务物流业的发展趋势 312

第四部分 诚信及支付市场

第十章 电子商务安全及诚信体系

第一节 电子商务安全概述 314

- 一、电子商务应具备的安全要素 314
- 二、2013年“支付安全”成网民最关心网络安全话题 315
- 三、电子商务安全保障存在的问题 315
- 四、保障电子商务安全的措施 316
- 五、电子商务安全解决方案的探讨 319

第二节 电子商务网络信息安全 323

- 一、电子商务主要信息安全技术 323
- 二、电子商务数字认证及授权机构 326
- 三、电子商务信息安全协议 327
- 四、电子商务中的信息安全对策 328

第三节 企业电子商务网站的安全 330

- 一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义 330
- 二、电子商务网站的系统安全控制 331
- 三、电子商务网站的数据安全控制 333
- 四、电子商务网络交易平台的安全控制 334

第四节 移动电子商务安全 335

- 一、移动电子商务信息系统安全概述 335
- 二、移动电子商务安全支付方案 336
- 三、移动电子商务信息系统安全的趋势 339
- 四、移动电子商务中的安全隐患 341
- 五、移动电子商务安全技术解决方案 343

第五节 电子商务的诚信体系 346

- 一、电子商务信用的建设的重要性 346
- 二、中国四种电子商务信用模式 347

- 三、我国电子商务信用中存在的问题 348
- 四、加强中国电子商务信用建设的措施 349

第十一章 网上支付市场分析

第一节 中国网上支付发展概述 352

- 一、网上支付发展历史 352
- 二、网上支付系统的结构 353
- 三、实现网上支付的必要条件 355
- 四、网上支付系统典型流程 355

第二节 2013年中国网上支付用户行为研究 358

第三节 中国网络购物市场网上支付分析 360

- 一、2013年我国使用网上支付的用户规模 360
- 二、2013年中国互联网支付交易规模 361
- 三、2013年中国第三方支付市场整体交易规模 363

第四节 中国网上银行分析 366

- 一、中国网上银行产业链结构 366
- 二、中国网上银行的发展阶段 367
- 三、中国网上银行的特点 367
- 四、2013年中国网上银行市场交易额 368
- 五、中国网上银行存在的问题及发展策略 371

第五部分 政策环境及企业分析

第十二章 中国电子商务行业的政策环境

第一节 电子商务立法的核心部分 374

- 一、中国电子商务立法总则 374
- 二、我国电子商务立法进程 376
- 三、2013年电子商务监管立法全面启动 378
- 四、加强电子商务法律体系的建设措施 380
- 五、2014年国内首份电子商务法律报告发布 381

第二节 2012-2014我国电子商务政策解读与预测 382

- 一、2012我网络零售市场的政策环境 382
- 二、2013年国务院出台政策保护电子商务个人信息 385

- 三、2013年商务部关于《电子商务企业资质认定标准》（征求意见稿） 385
- 四、商务部：进一步完善电子商务法规和政策环境 400
- 五、2014年电子商务征税正在调研 401
- 六、2014年电子商务监管体系亟待完善 402
- 第三节 中国电子商务立法研究 403
 - 一、中国电子商务立法的思路选择 403
 - 二、中国电子商务法律体系的立法原则和核心内容 405
 - 三、中国电子商务规范发展面临的法律问题 407
 - 四、对中国电子商务的立法建议 409
 - 五、改革中国电子商务政策法律环境的策略 410

第十三章 重点电子商务企业分析

第一节 环球资源 412

- 一、公司简介 412
- 二、2013年环球资源经营状况 412
- 三、2014年环球资源经营状况 413

第二节 亚马逊公司 415

- 一、公司简介 415
- 二、2013年亚马逊公司经营状况分析 415
- 三、2014年亚马逊公司经营状况分析 418

第三节 阿里巴巴 418

- 一、公司简介 418
- 二、2013年阿里巴巴经营状况分析 419
- 三、2014年阿里巴巴经营状况分析 420

第四节 焦点科技股份有限公司 422

- 一、公司简介 422
- 二、2013年企业经营情况分析 423
- 三、2014年企业经营情况分析 423
- 四、2013-2014年企业财务数据分析 425

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 428

- 一、公司简介 430

- 二、2013年企业经营情况分析 431
- 三、2014年企业经营情况分析 432
- 四、2013-2014年企业财务数据分析 432
- 第六节 慧聪国际 435
 - 一、公司简介 435
 - 二、2013年慧聪网络经营状况分析 436
 - 三、2014年慧聪网络经营状况分析 436
- 第七节 淘宝网 437
 - 一、公司简介 437
 - 二、淘宝网的产品与服务 437
 - 三、2013年淘宝交易额 441
 - 四、2013年淘宝商城交易额预计 443
 - 五、2014年淘宝网欲扶持超10万淘宝店铺 443
- 第八节 EBAY易趣 444
 - 一、公司简介 444
 - 二、2013年eBay经营状况 445
 - 三、2014年eBay经营状况 446
 - 四、2015年公司发展战略 447
- 第九节 其他电子商务企业 449
 - 一、京东商城 449
 - 二、苏宁易购 450
 - 三、国美在线 451
 - 四、当当网 452
 - 五、易迅网 452

第六部分 电子商务行业发展趋势

第十四章 博思数据关于中国电子商务“十二五”规划及2015-2022年发展趋势 454

第一节 “十二五”中国电子商务发展规划 454

- 一、发展现状与面临的形势 454
- 二、指导思想、基本原则与发展目标 456
- 三、重点任务 457
- 四、政策措施 461

第二节 2015-2022年中国电子商务发展趋势 463

一、2014是电子商务企业发展趋势 463

二、2015年中国电子商务市场前景预测 465

三、2015年中国移动电子商务市场规模 465

四、2020年中国将成为全球第一大电子商 467

图表目录：

图表：2013年法国15大电商 32

图表：电子商务发展阶段示意图 36

图表：2011年Q1-2012年Q4中国电子商务市场交易规模 82

图表：2012年中国电子商务市场交易规模细分行业构成 83

图表：2008-2016年中国电子商务市场交易规模 84

图表：2012年Q1-2013年Q4中国电子商务市场交易规模 84

图表：2008-2016年中国网络购物市场交易规模 86

图表：2012年Q1-2013年Q4中国网络购物市场交易规模 87

图表：2008-2016年中国网络购物市场B2BB2C市场结构 88

图表：2013年中国电子商务市场交易规模细分行业构成 89

图表：2013年中国B2C购物网站交易规模市场份额 90

图表：2013年中国自主销售B2C购物网站交易规模市场份额 91

图表：2013年中国网络购物市场各商品品类市场份额 92

图表：2005-2013年中国网民规模与互联网普及率 101

图表：2012-2013年非网民未来上网意向 102

图表：2013年非网民上网意向与不使用互联网的原因 102

图表：2007-2013年中国手机网民规模及其占网民比例 103

图表：2012-2013年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率 105

图表：2012-2013年中国网民城乡结构 106

图表：2008-2013年中国城乡居民互联网普及率和城镇化进程 106

图表：2012-2013年中国网络购物用户数及网民使用率 108

图表：2008-2016年中国中小企业B2B电子商务营收规模 153

图表：2012年Q1-2013年Q4中国中小企业B2B市场总营收规模 154

图表：2012年Q1-2013年Q4中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额 155

图表：2013年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额 156

图表：2013年中国主要中小企业B2B电子商务运营商平台服务收入市场份额 157

图表：2014年1月份B2Btop10排行榜 162

图表：2012年Q1-2013年Q4中国电子商务B2B市场收入规模 164

图表：2012年Q1-2013年Q4中国电子商务B2C市场交易规模 189

图表：2013年中国B2C购物网站交易规模市场份额 190

图表：2013年中国自主销售为主B2C购物网站交易规模市场份额 191

图表：2014年2月国内B2C网站访问量排名 192

图表：2012-2013年C2C企业交易数据变化对比表 196

图表：2012-2013年中国团购用户数及网民使用率 215

图表：2012年Q1-2013年Q4中国移动购物市场交易规模 225

图表：2011-2016年中国网购交易额PC端和移动端占比 226

图表：2013年中国移动购物企业交易规模市场占比 227

图表：2009-2016年中国第三方移动支付业务交易规模 228

图表：2009-2016年中国第三方移动支付细分市场交易规模结构 229

图表：2011-2013年淘宝网(含天猫)农产品交易额增长图 265

图表：2009-2016年中国在线旅游市场交易规模 298

图表：2012年Q1-2013年Q4中国在线旅游市场交易规模 299

图表：2009-2016年中国在线旅游OTA市场营收规模 300

图表：2012年Q1-2013年Q4中国在线旅游OTA市场营收规模 301

图表：2012年Q1-2013年Q4中国在线旅游OTA市场营收份额 302

图表：2012年中国互联网用户使用第三方支付的方式 359

图表：2012-2013年中国网上支付用户数及网民使用率 360

图表：2009-2016年中国第三方互联网支付业务交易规模 361

图表：2012年Q1-2013年Q4中国第三方互联网支付市场交易规模 362

图表：2013年中国第三方互联网支付细分应用行业交易规模结构 363

图表：2009-2016年中国第三方支付市场交易规模 364

图表：2013年中国第三方支付核心企业交易规模 365

图表：中国网上银行产业链结构 366

图表：2008-2015年中国网上银行交易规模 369

图表：2011年Q-2012年3Q4环球资源各季度总收益变化情况 413

图表：2012年焦点科技股份有限公司主营构成数据分析表 425

图表：2013年焦点科技股份有限公司主营构成数据分析表 426

图表：2009-2013年焦点科技股份有限公司主要财务数据分析表 426

图表：2009-2013年焦点科技股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 426

图表：2009-2013年焦点科技股份有限公司经营能力分析表 427

图表：2009-2013年焦点科技股份有限公司发展能力分析表 427

图表：2009-2013年焦点科技股份有限公司资产与负债分析表 427

图表：2012年浙江网盛生意宝股份有限公司主营构成数据分析表 432

图表：2013年上半年浙江网盛生意宝股份有限公司主营构成数据分析表 433

图表：2009-2013年浙江网盛生意宝股份有限公司主要财务数据分析表 433

图表：2009-2013年浙江网盛生意宝股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 434

图表：2009-2013年浙江网盛生意宝股份有限公司经营能力分析表 434

图表：2009-2013年浙江网盛生意宝股份有限公司发展能力分析表 434

图表：2009-2013年浙江网盛生意宝股份有限公司资产与负债分析表 434

图表：2002年至2012年eBay主要业绩指标变化趋势 445

图表：2013-2015年中国电商网络营销方式构成预测 468

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1506/L31618B4I7.html>