

# 2022-2028年中国企业采购 电商行业发展趋势与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国企业采购电商行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202110/242231.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

2019年，在整个中国企业采购电商市场，第一梯队GMV占比近70%，未来头部企业竞争优势继续走强；消费类电商衍生的采购平台在客户资源与供应链资源上优势突出，发展潜力最大。

通过《中央国家机关2019年电子卖场定点采购项目》案例，探寻公集采变化。根据招标方案，中央国家机关集采目前分为四个包，分别面向：1) 全国范围电子卖场企业；2) 北京地区电子卖场企业；3) 为电子卖场采购人及供应商提供物流配送服务的企业；4) 为电子卖场采购人提供运维维修服务的电子卖场企业。在办公平台集采趋势下，第一个包（面向全国范围电子卖场企业）价值量越来越大。《中央国家机关2019年电子卖场定点采购项目》招标要求

-  
面向领域

要求

第一包

面向全国范围电子卖场企业

1、具有增值电信业务经营许可证或互联网信息服务业务经营许可（ICP）（且业务种类为在线数据处理与交易处理业务或互联网信息服务业务）；持证主体与投标人应为同一法人企业或属于同一集团公司  
2、具有电商平台计算机软件著作权登记证书，软件名称必须是电商平台建设相关内容  
3、自有配送中心和自有配送队伍覆盖80%及以上的省市；自有仓储面积不少于10万平方米，仓储和配送主体与投标人应为同一法人企业或属于同一集团公司

第二包

面向北京地区电子卖场企业

1、具有增值电信业务经营许可证或互联网信息服务业务经营许可（ICP）（且业务种类为在线数据处理与交易处理业务或互联网信息服务业务）  
2、具有电商平台计算机软件著作权登记证书，软件名称必须是电商平台建设相关内容

第三包

为电子卖场采购人及供应商提供物流配送服务的企业

具有快递业务经营许可证

第四包

为电子卖场采购人提供运维维修服务的电子卖场企业

1、具有增值电信业务经营许可证或互联网信息服务业务经营许可（ICP）（且业务种类为在线

数据处理与交易处理业务或互联网信息服务业务)；持证主体与投标人应为同一法人企业或属于同一集团公司

中企顾问网发布的《2022-2028年中国企业采购电商行业发展趋势与市场年度调研报告》共十章。首先介绍了中国企业采购电商行业市场发展环境、企业采购电商整体运行态势等，接着分析了中国企业采购电商行业市场运行的现状，然后介绍了企业采购电商市场竞争格局。随后，报告对企业采购电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国企业采购电商行业发展趋势与投资预测。您若想对企业采购电商产业有个系统的了解或者想投资中国企业采购电商行业，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。

报告目录：

第一章企业采购电商行业产品定义及行业概述发展分析

第一节企业采购电商行业产品定义

一、企业采购电商行业产品定义及分类

二、企业采购电商行业产品应用范围分析

三、企业采购电商行业发展历程

四、企业采购电商行业发展地位及影响分析

第二节企业采购电商行业产业链发展环境简析

一、企业采购电商行业产业链模型理论

二、企业采购电商行业产业链示意图及相关概述

第三节经济环境

一、国民经济运行情况GDP（季度更新）

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（月度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、2020年我国宏观经济发展预测

第四节企业采购电商行业税收及进出口关税

第五节社会环境

一、人口数量及老龄化分析

二、网民规模情况

三、90后消费群体特点分析

第六节企业采购电商技术发展现状

一、企业采购电商行业技术发展

二、企业采购电商生产工艺

一、企业采购电商技术发展趋势

第二章2015-2019年企业采购电商行业国内外市场发展概述

第一节2015-2019年全球企业采购电商行业发展分析

一、全球企业采购电商经济发展现状及预测

二、全球企业采购电商行业技术发展现状

三、全球企业采购电商行业发展概述

第二节2015-2019年全球企业采购电商行业供需及规模分析

一、全球企业采购电商行业市场供需情况

二、全球企业采购电商行业市场规模及区域分布情况

三、全球企业采购电商行业重点国家市场分析

四、全球企业采购电商行业发展热点分析

五、2022-2028年全球企业采购电商行业市场规模预测

第三节2015-2019年中国及全球企业采购电商行业对比分析

一、中国企业采购电商行业生命周期分析

二、中国企业采购电商行业市场成熟度情况

三、中国和国外企业采购电商行业对比SWTO

第四节2015-2019年全球企业采购电商行业相关产品进出口情况

第三章2015-2019年我国企业采购电商行业发展现状

第一节中国企业采购电商行业发展概述

一、中国企业采购电商行业发展现状

有能力进行全国供应的服务商数量远少于区域性供应商。全国服务商的资质审查远高于地方服务商，如“自有配送中心和自有配送队伍覆盖80%及以上的省市；自有仓储面积不少于10万平方米”。根据最终入围数量，全国性线上集采入围12家企业少于地方性的95家物资供应商。以此类推，大量区域性供应商将由于不具备全国性配送体系、完善在线平台等

，很难获得较高的供应商资质，市场份额快速向龙头企业集中，从数据上看，如晨光科力普、齐心集团2015年以来，收入复合增速达102%/27%。《中央国家机关2018年电子卖场定点采购项目》入围数量

二、中国企业采购电商发展面临的问题

三、2015-2019年中国企业采购电商行业市场规模

四、中国企业采购电商行业需求客户结构

第二节我国企业采购电商行业发展状况

一、2015-2019年中国企业采购电商行业产值情况

二、2019年我国企业采购电商产值区域分布分析

第三节2015-2019年中国企业采购电商行业产量分析

第四节2019年企业采购电商行业需求分析

一、2015-2019年我国企业采购电商行业需求分析

二、2015-2019年我国企业采购电商市场价格走势分析

第四章企业采购电商行业竞争态势分析

第一节企业采购电商行业集中度分析

一、企业采购电商市场集中度分析

二、企业采购电商企业分布区域集中度分析

三、企业采购电商区域消费集中度分析

第二节企业采购电商行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节企业采购电商行业竞争格局分析

一、2019年企业采购电商行业竞争分析

二、2019年中外企业采购电商产品竞争分析

三、2019年我国企业采购电商市场竞争分析

四、近年国内企业采购电商行业重点企业发展动向

第五章2015-2019年中国企业采购电商所属行业运行及进出口分析

## 第一节2015-2019年中国企业采购电商所属行业总体运行情况

### 一、企业采购电商企业数量及分布

### 二、企业采购电商行业从业人员统计

## 第二节2015-2019年中国企业采购电商所属行业运行数据

### 一、行业资产情况分析

### 二、行业销售情况分析

### 三、行业利润情况分析

## 第三节2015-2019年中国企业采购电商所属行业成本费用结构分析

## 第四节2015-2019年中国企业采购电商所属行业经营成本情况

## 第五节2015-2019年中国企业采购电商所属行业管理费用情况

## 第六节中国企业采购电商行业或相关行业进出口分析

### 1、2015-2019年行业进出口数量及金额

### 2、行业进口分国家

### 3、行业出口分国家

## 第六章2015-2019年中国企业采购电商行业区域发展分析

### 第一节中国企业采购电商行业区域发展现状分析

#### 第二节2015-2019年华北地区

##### 一、华北地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第三节2015-2019年东北地区

##### 一、东北地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第四节2015-2019年华东地区

##### 一、华东地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

## 第五节2015-2019年华南地区

- 一、华南地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第六节2015-2019年华中地区

- 一、华中地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第七节2015-2019年西部地区

- 一、西部地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第七章企业采购电商重点企业发展分析

### 第一节A公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

### 第二节B公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

### 第三节C公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析



#### 第四节D公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

#### 第五节E公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

#### 第六节F公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

### 第八章2015-2019年中国企业采购电商行业上下游主要行业发展现状分析

#### 第一节2015-2019年主要上游产业发展分析

- 一、A行业发展分析
  - 1、行业市场规模情况
  - 2、产品价格分析
  - 3、产品生产情况
- 二、B行业发展分析
  - 1、行业市场规模情况
  - 2、产品价格分析
  - 3、产品生产情况

……

#### 第二节2015-2019年主要下游产业发展分析

- 一、D行业发展分析
  - 1、行业现状分析
  - 2、行业发展前景
- 二、E行业发展分析

- 1、行业现状分析
- 2、行业发展前景
- ⋯⋯

## 第九章2022-2028年中国企业采购电商行业发展预测分析

### 第一节2022-2028年中国企业采购电商行业产量预测

### 第二节2022-2028年中国企业采购电商行业需求量预测

### 第三节2022-2028年中国企业采购电商行业规模预测

### 第四节2022-2028年中国产业的前景及趋势

#### 一、中国企业采购电商市场发展前景乐观

#### 二、2020年中国企业采购电商市场消费趋势分析

### 第五节2022-2028年中国企业采购电商行业发展趋势

#### 一、中国企业采购电商行业的发展前景

#### 二、2022-2028年中国企业采购电商产业规划分析

#### 三、我国企业采购电商行业的标准化发展趋势

### 第六节2022-2028年中国企业采购电商行业“走出去”发展分析

## 第十章企业采购电商行业投资前景研究及销售战略分析

### 第一节影响企业采购电商行业发展的主要因素

#### 一、影响企业采购电商行业运行的有利因素

#### 二、影响企业采购电商行业运行的稳定因素

#### 三、影响企业采购电商行业运行的不利因素

#### 四、我国企业采购电商行业发展面临的挑战

#### 五、我国企业采购电商行业发展面临的机遇

### 第二节行业投资形势分析

#### 一、2015-2019年中国行业投资规模

#### 二、行业投资壁垒

#### 三、行业SWOT分析

#### 四、行业五力模型分析

### 第三节2022-2028年企业采购电商行业投资效益分析

### 第四节2022-2028年企业采购电商行业投资前景研究

### 第五节企业采购电商行业投资前景预警

- 一、2022-2028年企业采购电商行业市场风险预测
- 二、2022-2028年企业采购电商行业政策风险预测
- 三、2022-2028年企业采购电商行业经营风险预测
- 四、2022-2028年企业采购电商行业技术风险预测
- 五、2022-2028年企业采购电商行业竞争风险预测
- 六、2022-2028年企业采购电商行业其他风险预测

#### 第六节 市场策略分析

- 一、企业采购电商价格策略分析
- 二、企业采购电商渠道策略分析

#### 第七节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

#### 第八节 提高企业采购电商企业竞争力的策略

- 一、提高中国企业采购电商企业核心竞争力的对策
- 二、企业采购电商企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响企业采购电商企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高企业采购电商企业竞争力的策略

#### 第九节 对我国企业采购电商品牌的战略思考

- 一、企业采购电商实施品牌战略的意义
- 二、企业采购电商企业品牌的现状分析
- 三、我国企业采购电商企业的品牌战略
- 四、企业采购电商品牌战略管理的策略

#### 第十节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

图表目录：

图表：企业采购电商行业历程

图表：企业采购电商行业生命周期

图表：企业采购电商行业产业链分析  
图表：2015-2019年企业采购电商行业产能分析  
图表：2015-2019年企业采购电商行业市场规模分析  
图表：2015-2019年企业采购电商行业产量分析  
图表：2015-2019年企业采购电商行业需求量分析  
图表：2019年企业采购电商行业需求领域分布格局  
图表：2022-2028年企业采购电商行业市场规模预测  
图表：中国企业采购电商行业盈利能力分析  
图表：中国企业采购电商行业运营能力分析  
图表：中国企业采购电商行业偿债能力分析  
图表：中国企业采购电商行业发展能力分析  
图表：中国企业采购电商行业经营效益分析  
图表：2022-2028年企业采购电商行业市场规模预测  
图表：2022-2028年企业采购电商行业产量预测  
图表：2022-2028年企业采购电商行业需求量预测  
更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242231.html>