

2022-2028年中国电子商务 培训行业分析与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国电子商务培训行业分析与市场全景评估报告》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/202204/281590.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

电子商务是指以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化；以互联网为媒介的商业行为均属于电子商务的范畴。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于客户端/服务端应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。电子商务分为：ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即B2G）、C2A（即C2G）、O2O等。

2019年11月国内移动电商行业月活跃用户达9.12亿，同比增长16.8%，对应移动端用户的月活跃渗透率达80.3%，仅次于即时通讯与在线视频。在移动端用户大盘增速已降至0.7%的背景下，电商行业月活跃用户的增长主要依赖用户习惯养成的节奏。而在疫情期间由于用户的原有线下需求被线上替代，用户线上化率有望提升，带动整体大盘用户进一步接近10亿用户量级。

人均网购金额增速的下降与用户结构下沉基本同步进行，未来随着下沉城市用户的网购习惯逐步建立，多品类购物频率增加，整体人均网购支出金额还有进一步提升的空间。

。2010-2019年国内网上零售人均网购支出及同比增速

中企顾问网发布的《2022-2028年中国电子商务培训行业分析与市场全景评估报告》共十二章。首先介绍了中国电子商务培训行业市场发展环境、电子商务培训整体运行态势等，接着分析了中国电子商务培训行业市场运行的现状，然后介绍了电子商务培训市场竞争格局。随后，报告对电子商务培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务培训行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务培训产业有个系统的了解或者想投资中国电子商务培训行业，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：

第一章电子商务行业概况

第一节电子商务定义

电子商务是以网络通信技术进行的商务活动。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。

首先将电子商务划分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务活动；狭义电子商务定义为，主要利用Internet从事商务或活动。无论是广义的还是狭义的电子商务的概念，电子商务都涵盖了两个方面：一是离不开互联网这个平台，没有了网络，就称不上为电子商务；二是通过互联网完成的是一种商务活动。

狭义上讲，电子商务（ElectronicCommerce，简称EC）是指：通过使用互联网等电子工具（这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络、移动通信等）在全球范围内进行的商务贸易活动。是以计算机网络为基础所进行的各种商务活动，包括商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。人们一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务。

广义上讲，电子商务一词源自ElectronicBusiness，就是通过电子手段进行的商业事务活动。通过使用互联网等电子工具，使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间，利用电子业务共享信息，实现企业间业务流程的电子化，配合企业内部的电子化生产管理系统，提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

1

交易平台

第三方电子商务平台（以下简称第三方交易平台）是指在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和；

2

平台经营者

第三方交易平台经营者（以下简称平台经营者）是指在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，从事第三方交易平台运营并为交易双方提供服务的自然人、法人和其他组织；

3

站内经营者

第三方交易平台站内经营者（以下简称站内经营者）是指在电子商务交易平台上从事交易及有关服务活动的自然人、法人和其他组织。

4

支付系统

支付系统（PaymentSystem）是由提供支付清算服务的中介机构和实现支付指令传送及资金清算的专业技术手段共同组成，用以实现债权债务清偿及资金转移的一种金融安排，有时也称为清算系统（ClearSystem）。

电子商务，有门户网站经营比较完善信息流、资金流、物流等。

第二节电子商务发展历史

第三节电子商务行业基本特征

第二章中国电子商务培训行业运行环境

第一节行业经济发展

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节行业政策环境分析

第三节行业社会环境分析

一、家长教育观念转变

二、居民生活水平不断提升

三、居民工作压力增大

四、近几年中国就业形势

第四节行业技术环境分析

一、网络技术将给高端英语培训业带来新的变化

二、混合式教学模式将得到有力的发展

第三章 2015-2019年中国电子商务培训行业发展形势分析

第一节 2015-2019年中国电子商务培训发展特征分析

一、电子商务培训资源的有效整合

二、电子商务培训产业的新型营销形态

三、电子商务培训机构与消费者之间的沟通桥梁

第二节 2015-2019年中国电子商务培训行业发展情况分析

一、电子商务培训技术分析

二、电子商务培训主要产品价格分析

三、电子商务培训相关资讯分析

第三节 2015-2019年中国电子商务培训存在问题分析

第四章中国电子商务培训行业市场运行动态分析

第一节 2015-2019年中国电子商务培训行业市场规模分析

一、2015-2019年中国电子商务培训行业市场供给分析

二、2015-2019年中国电子商务培训行业市场需求分析

第二节中国电子商务培训行业供求格局分析

一、一方面朝综合化、多元化方向发展

二、一方面朝专业化、精品化方向发展

三、“培训超市”化发展方向趋势明显

第三节 2022-2028年中国电子商务培训行业市场需求预测

第五章中国电子商务培训行业区域市场发展状况研究

第一节东北地区电子商务培训行业市场发展

第二节华北地区电子商务培训行业市场发展

第三节华东地区电子商务培训行业市场发展

第四节华中地区电子商务培训行业市场发展

第五节华南地区电子商务培训行业市场发展

第六节西部地区电子商务培训行业市场发展

第六章中国电子商务培训市场消费者需求特征分析

第一节中国管理培训市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节中国电子商务培训市场消费行为调查分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第三节中国电子商务培训市场消费者需求趋势分析

第七章中国电子商务培训行业竞争格局分析

第一节我国电子商务培训行业市场竞争现状

第二节电子商务培训行业品牌集中度分析

第三节电子商务培训行业区域集中度分析

第八章中国电子商务培训行业主体企业综合竞争力分析

第一节北京朗杰科技有限公司

一、公司简介

二、企业成长能力分析

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业最新发展动向分析

第二节合肥厚学信息技术有限公司

一、公司简介

二、企业成长能力分析

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业最新发展动向分析

第三节深圳三二一电子商务咨询管理有限公司

一、公司简介

二、企业成长能力分析

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业最新发展动向分析

第四节深圳炬鼎力教育科技有限公司

一、公司简介

二、企业成长能力分析

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业最新发展动向分析

第九章中国电子商务培训相关行业运行局势分析

第一节 2015-2019年中国电子商务产业发展状况分析

一、贸易战促使中小企业电子商务需求井喷

二、“两会”促温中国电子商务行业

三、电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点

四、外资大举进入中国电子商务领域

五、中国电子商务市场前景预测

第二节中国电子商务培训行业发展状况分析

第三节相关行业对中国电子商务培训业的影响分析

第十章2022-2028年中国电子商务培训行业投资前景及风险分析

第一节 2022-2028年中国电子商务培训行业投资前景分析

第二节2022-2028年中国电子商务培训行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、运营风险分析

三、金融风险分析

四、政策风险分析

第十一章中国电子商务培训行业投资动态

一、海外资本看好中国电子商务培训产业

二、电子商务培训行业市场投资活跃

三、贸易战背景下培训行业投资依然增长

四、电子商务培训行业投资并购加速

五、电子商务培训业投资机会与风险并存

六、教育培训市场投资需关注的问题

第十二章 2022-2028年中国电子商务培训行业投资机会与策略

第一节2022-2028年中国电子商务培训行业投资机会分析（ ）

第二节 2022-2028年中国电子商务培训行业投资策略分析

- 一、产品定位策略
- 二、产品开发策略
- 三、渠道销售策略（ ）
- 四、品牌经营策略
- 五、服务策略

部分图表目录：

图表：2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2019年全国社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表：2015-2019年我国季度GDP增长率

图表：2015-2019年我国社会消费品零售总额走势图

图表：2015-2019年我国CPI、PPI运行趋势

图表：2019年人口数及其构成

图表：2019年全国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2015-2019年电子商务培训行业产能分析

图表：2015-2019年电子商务培训行业需求分析

图表：2022-2028年电子商务培训行业市场需求预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281590.html>