# 电商调研报告7篇

更新时间：2023-12-19

*认真撰写调研报告是对调研任务负责任的表现，也是对所得数据的尊重，当我们致力于撰写调研报告时，应以求真务实的态度对待，确保内容的准确性与可靠性，以下是职场范文网小编精心为您推荐的电商调研报告7篇，供大家*

认真撰写调研报告是对调研任务负责任的表现，也是对所得数据的尊重，当我们致力于撰写调研报告时，应以求真务实的态度对待，确保内容的准确性与可靠性，以下是职场范文网小编精心为您推荐的电商调研报告7篇，供大家参考。

电商调研报告篇1

按照xx县人大常委会xx年工作要点安排，10月下旬，县人大常委会副主任陈永乐带领财经工委、预算审查室组成人员对全县电子商务进农村综合示范县工作情况进行了调研。现将调研结果汇报如下：

一、全县电子商务进农村综合示范县工作开展情况

自xx年xx县入选省级电子商务进农村综合示范县以来，县政府及有关部门认真落实县委关于电商产业发展的决策部署，通过加强领导、健全工作机制、压实责任、明确目标任务，形成了政府推动，部门联动、社会多方积极参与的良好格局，推动了全县农村电子商务迅速发展。目前，县级电子商务公共服务中心、创客装饰工程、xx邮政农村物流体系、农产品营销体系正在加快建设中，同时，本地农产品芦笋茶、三成面条等实现交易额370万元，村淘服务站为91位村民提供养殖业贷款（旺农贷）458万元创业资金，培养出2名农村淘宝明星村小二讲师；孵化出2家电子商务公司，承担村级电子培训及本县特色产品线上代运营工作，村服务站月均收入达3120元。

二、存在的问题

一是重视程度不够。对电子商务进农村工作的重要意义认识不足，没有深刻认识到农村电子商务发展对农业供给侧结构性改革、现代农业发展的重要作用，制度层面缺乏完整的实施方案。

二是发展质量不高。进展缓慢，电商服务中心及农村淘宝网点利用率偏低，电商技术培训成效不明显，经济效益不高，农民增收有限。

三是创新能力不足。在村电商人才匮乏，创新意识不强，服务手段单一。

三、意见和建议

（一）加强组织领导，落实发展责任。要进一步提高思想认识，高度重视农村电子商务发展，坚持以问题为导向，围绕省市下达我县目标任务，认真解决电子商务发展中存在的问题。要明确各牵头责任单位工作任务，建立月调度、季督查、年终考核工作机制，落实发展责任，切实把农村电商全覆盖作为造福农民群众、服务“三农”发展的重要民生工程抓好落实。

（二）积极构建现代农业发展格局。要高度重视现代农村农业发展，把农村电子商务发展作为推进我县农业供给侧结构性改革、建立并完善现代农业发展体系、实施乡村振兴战略的切入点和突破口，制定完整的具有前瞻性的现代农业农村发展规划，坚持以规划为引领，优化农业产业布局，多渠道促进农民增收，提升农村居民生活水平。

（三）发展培育特色产业。要坚持新发展理念，坚持绿色发展，提升农产品的质量，培育发掘特色产业和产品，积极打造品牌效应，提高产品的经济效益。以美丽乡村建设为契机，深入推进农村红色游、生态游、农家乐等旅游开发，激发镇村经济发展活力。要重视和支持本土企业发展，做好本地特色产业和产品的包装与推介，扶持壮大一批本地企业，挖掘培育一批特色产品。

（四）激活农村电商发展动力。要积极对接专业的电商平台，建立农产品销售渠道，吸纳培养电商人才，推介优势产品，助跑我县电子商务发展。要加强农村基础设施建设，加大道路交通、仓储物流、信息通信等基础设施建设力度，深化环境综合整治，改善农村生产生活条件，推动城乡一体化发展，营造美丽宜居的发展环境。要加大人才引进力度，做好产业规划和人才规划顶层设计，制定科学的人才评价机制，助力我县电子商务产业发展。

电商调研报告篇2

产业现状

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有“三高”、“三新”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值;“三新”是指新技术、新业态、新方式。人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值链的概括。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深入融合的发展态势。随着互联网的快速发展和人群中的普及化，以及中小企业应用电子商务进程的推进和国家对电子商务发展的重视，网络已经开始影响人们的生活观念，改变国人的消费模式。越来越多的消费者将会进行网上购物。“十一五”末，电子商务平台服务、信用服务、电子支付、现代物流和电子认证等支撑体系加快完善。围绕电子商务信息、交易和技术等的服务企业不断涌现，“十一五”末，已达到2.5万家。电子商务信息和交易平台正在向专业化和集成化的方向发展。社会信用环境不断改善，为电子商务的诚信交易创造了有利的条件。

市场容量

20\_\_年中国网购交易额突破1万亿，这表明中国电商行业发展进入了一个新阶段。20\_\_年中国网购用户为2.42亿，绝对数量很大，但和中国超过13亿的总人口相比，网购依然只是日常消费的很小部分。中国电商行业发展到20\_\_年，技术应用、物流配送、消费者需求都在发生着新变化。中国电子商务近年来发展迅速，企业电子商务应用迅速普及，网络消费持续增长，电子商务对传统服务业和传统流通业的影响和带动作用日益增强。20\_\_年，中国电子商务交易总额达到8.1万亿元，同比增长31.7%，增速约为当年国内生产总值增幅的4.1倍。

截至20\_\_年底，中国移动电子商务市场交易规模达到965亿元，同比增135%，依然保持快速增长的趋势。我国移动电子商务发展如此之快的原因有四：一是手机用户数量和用手机上网用户数量攀升;二是廉价智能手机及平板电脑的大量普及;三是上网速度、无线宽带、资费下调;四是传统电商沉淀，为移动电子商务的发展奠定了基础。移动电子商务凭借其对传统电子商务的有效补充，开拓出了一片广阔的新蓝海。移动电子商务市场还在发展初期，这个领域等待更多的人加入，也需要更多像聚尚科技酷码商城这样敢为人先的创新性产品加入，进而不断完善移动电子商务市场，为移动电子商务的增长提供源源不断的发展动力。

社会实践报告垂直电商之路

20\_\_年，中国垂直电商行业进入发展的拐点期，中国垂直电商或将结束高速发展期，在未来五年时间将进入发展平稳期。市场经济的大转型，消费者对电商购物需求得到了空前的释放，一方面涌现出大大小小的电商企业，另一方面电子商务的产业金额也快速上升。20\_\_年的光棍节，仅淘宝就达到了191亿的巅峰数额。电子商务的崛起成就了淘宝、京东以及无数大大小小的各类卖家，无数电商企业在这时候达到企业辉煌发展期。而在20\_\_年，中国经济开始呈现下行趋势，中国电商行业的暂时衰退已经不可避免。垂直电商属于快速发展的行业，企业在激烈的市场竞争中普遍磨练出了较好的执行力和市场应对能力，但企业的整体战略应变力不足，企业普遍对外部环境过度敏感，却缺乏解决问题的能力，方向看不清，资源配置随意。

机遇与前景

电子商务作为一种新的营销手段，从发展趋势来看，它的外延在不断扩散，以金融产品、旅游产品、精品消费为代表的物流电子商务将成为整个市场的重要补充力量。20\_\_年，商务部、工信部等部门已经将电子商务的发展规划纳入“十二五”规划的范畴之内，未来电子商务企业的发展将得到更多政策资源的支持。目前，我国正着手推动电子商务示范工程，国家信息化推进办公室先后批准了17个电子商务试点，覆盖了多个行业、地区、企业。我省在发展经济的过程当中，各个行业，尤其是一些中小企业和一些个体户，应该牢牢把握这个契机，实现产品利益的最大化。中国电子商务经过十几年的发展，在平台服务上获得的成绩有目共睹，但是从作为本地化电商平台，却在行业的发展中蓄势待发，20\_\_年，我国电子商务行业投资额将达到35亿美元。

优劣势比较及问题分析

目前商业服务业态主要有两种，一种是传统商业服务业态，就是实体店铺业态模式，如家乐福、零售店等;另一种是最近15年发展起来的互联网商业服务业态，就是网店业态模式。这两种业态模式各有优劣。实体店铺的优势在于便利和服务有保障，劣势在于成本太高，费时费力;网店模式的优势在于方便、成本低，劣势在于服务周期长、服务保障低。电子商务的发展仍然存在着一些比较突出的问题。比如电子商务对促进传统生产经营模式创新发展的作用尚未充分发挥，对经济转型和价值创造的贡献潜力尚未充分显现。

电商调研报告篇3

会东县居于川滇两省五县一区结合部，地处攀西大裂谷生态休闲旅游区的腹心地带，因为历史上区位闭塞，交通滞后，会东的发展受到了制约，颇有明珠蒙尘之感，但也正因如此而保留了它丰富的原生态旅游文化资源。近年来，随着经济的快速发展与交通枢纽的逐渐完善，这颗冉冉升起的新星已渐露峥嵘，于世人面前展现出它应有的风采。

一、会东现有乡村旅游资源及农村电商发展现状及前景分析

由于历史原因，我县旅游资源开发相对滞后，且会东地处横断山脉南部褶皱山中切割地带，绝大多数为山地，占据会东总面积的90.87%，造就其独特的山地旅游资源的同时也导致了其开发难度相对较大。境内的旅游资源星罗棋布：螺髻山脉南延部分的鲁南山威武雄迈；森林草场、石林花海和风能、光伏电场壮观秀丽；百里金沙波澜壮阔，拥有白鹤滩、乌东德两大电站构成的高峡平湖景观；老君洞清幽神秘；世界滩王老君滩涛声阵阵，声势雄壮……综上所述，可以看出我县自然旅游资源十分丰富，总体特点是“风格迥异，散而不聚”，同时具有很强的发展潜力。

我县不仅有丰富的自然景观，也有多彩的人文景观。独具会东特色的彝族奥索布迪服饰、傈傈族嘎且且撒勒舞、汉族的“清明宴”、端午药膳宴、彝族火把节等民俗风情，融合于独特的自然生态景观，为会东发展四季康养休闲度假旅游及精品景区打造提供了优质的资源本底。

为将会东丰富的特色农产品“送出去”，20xx年，县委、县政府与阿里巴巴合作，构建了覆盖全县的“万千淘宝进农村”网络大格局。农村电商作为一种与传统商贸并驾齐驱的新兴业态，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了就业增收新渠道，为大众创业、万众创新提供了新空间，而且正加快成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。而我县独特的地理环境及天然的亚热带气候坏境造就了颇具特色的农牧产品：七彩洋芋、优质黑山羊、优质华山松、松茸、松露、老鹰茶等不一而足。且我县人口基数达35万之多，农村电商在我县域具有良好的发展基础和广阔的发展空间，将成为我县富民增收的另一蹊径。

“十三五”期间，县委、县政府调整工作思路，把旅游业作为新兴支柱产业来抓，乡村旅游业开始走上了发展起步阶段，而农村电商也在同一时间段开始与之并驾齐驱，不难看出，两颗新星的碰撞在所难免，如果能合理融合利用，将使其互助互进，大受裨益。

二、旅游资源开发及农村电商发展存在的问题及原因分析

虽然我县旅游资源开发建设和农村电商发展具有可喜的前景，但是处于起步阶段的两个新事物，在发展过程中依然存在一些困难和不容忽视的问题：

（一）对乡村旅游层面理解不深，对农村电商发展后劲不足。

长期以来的，政府一直主导的地方支柱产业是烤烟，而新兴的旅游业及电商产业产生的效益微乎其微，对县域经济拉动力不大。这就导致了部分部门、部分干部短时间内对乡村旅游及农村电商没有引起足够的重视，认为旅游和电商发展不能形成气候，只是简单的做做宣传，不肯在上面花时间，下功夫，更有甚者，认为预期给这一投入资金大、见效慢的行业投资，还不如投入到一些在短期内能收到经济效益的事业中去。久而久之，这两个产业就不能得到持续有力的发展，从而制约了其发展前景。

（二）乡村旅游与电商发展“各自为政”，产业层次较低，未能得到合理有效结合。

旅游业应当是一个复合型能满足游客多层次、多样化的旅游需求的综合产业。但本县的旅游业尤其是乡村旅游业基础相当薄弱，乡村旅游被大多数人认为是单一的农业旅游乃至于农业观光旅游，或者是单一的景点旅游，缺乏多样性和趣味性。而农村电商更是购进的多，出去的少，导致多数农特产不能销出去，颇有入不敷出的感觉。细思之下，这两者之间未建立起严密的联系，从而产生的效益达不到预期的效果。乡村旅游更需要的是与农村电商、民族文化、科技、教育等进行多元化的融合，通过乡村旅游发展打响地方特色产品的名声，用地方特色产品推动旅游景点的知名度、美誉度。

（三）乡村旅游“软硬件”设施建设相对薄弱，电商“孤掌难鸣”。

由于新兴产业的发展都需要一个循序渐进的过程，乡村旅游和农村电商作为刚起步的产业，一应基础设施建设都未完善，大多数的旅游景点还处于原生态待开发的阶段，部分开发的景点设施也未完善、就位。很多地方交通梗塞，随之带来的垃圾处理、停车场、环保设施、厕所、游客购物店等系列配套设施建设滞后，也就成了阻碍其充分发展的根源。农村电商所倾向的农特产等在一无品牌效应、二无地域优势、三无坚实信誉保障基础的情况下，也就孤掌难鸣，举步维艰了。

（四）旅游和电商体系不健全，专业人才短缺。

工欲善其事，必先利其器。一个产业的稳步健康发展，离不开雄厚的物质基础，更离不开专业的技能型人才。就目前的情况看，乡村旅游缺乏专门的旅游管理机构和开发机构，缺乏专业的景点开发设计人才、市场开拓统筹发展人才、旅游经营运作人才、旅游项目包装及资本运作专业人才等。电商亦然，在这两大产业的发展过程中，依托的最多的还是当地的村民，其绝大多数人未受过专门系统的培训，他们的沟通理解能力及服务质量都不是很高，这是乡村旅游和电商得不到充足发展的重要因素。

（五）政府资金投入不足，乡村旅游发展迟缓，电商产业链短板较多，不能形成合力。

“十三五”期间，尽管我县积极投入了开发建设资金，但是预期效果差强人意。预计投入2.5亿元，完成《会东县旅游业总体发展规划》，完成金沙江流域龙头景区建设，实施鲁南山地质公园建设、白鹤滩亚热带风情乡村旅游区建设、两岔河的县城旅游综合体建设、大崇休闲度假核心区、沿江农业果蔬观光农业区、沿江水岸互动休闲带、乡村旅游风情小镇、夹马石牧场生态旅游区等开发建设。但就目前情况来看，这点预备资金是不够的，这一系列的旅游资源开发，不仅仅是自然生态的开发利用，更需要相应的基础施设配套建设、人文教育建设等。反观农村电商，其需要销出去的产品，现阶段所具备的条件还达不到外面游客的要求标准，知名度低，不能给予买家公信力，一应的软硬件设施还不达标，只是将一个雏形建立起来，还有待后续的资金、人才投入和政府支持。

三、旅游资源和农村电商有机结合发展策略

他山之石，可以攻玉。20xx年4月24日，县政协组织部分政协委员赴乡村旅游与农村电商结合发展成效显著的宜宾长宁县“取经”。结合长宁的发展思路和发展历程，我县乡村旅游和农村电商可以通过以下途径发展：

（一）因地制宜，打造旅游景点精品，积极开发特色农产品。

根据县域景点分布散而多的特点，依托其独特的地理坏境优势，打造出具有地方特色的旅游景点，同时积极开发与旅游景点相匹配的特色农产品。合理结合传统节日，掌控好时间节点，力争一年四季都有景有物给旅游观赏、购买。如盛春时节举办的“金色菜花节”，让人体验春的活力，同时可附上由其生产的菜籽油，用以提升知名度，吸引游客；春末“十里绿岸升炊烟，万人空巷斗清明”的“清明宴”，结合鲁南山、夹马石等天然踏青圣地，也能吸引很多人前往；夏日的端午药膳宴，也能让人体会到我县的独特的端午氛围和药膳美食……无形中，将传统与旅游业、电商有机结合在一起，对后续的发展有重要的作用。

（二）加大资金投入，招商引贤，完善旅游、电商产业链，补齐短板。

旅游和电商可以分步发展，建议先期发展完善旅游业，由县财政每年列入旅游发展专项经费，并逐年增长。设立奖励资金，推进旅游品牌建设，引进旅游开发、管理等专业人才。政府要降低准入门槛，以开放的姿态，积极引进旅游开发和投资资源，带动地方经济发展。要加快完成景区、景点的公路、环保等基础硬件施设的建设，再有能力的基础上，巩固提高。旅游业起来了，游客多了，那么电商也就进一步打牢了基础，后续就完善电商产业链，在旅游点增设网店，严把农产品质量关，引进推销型人才，逐步将旅游和电商相融合。

（三）加大宣传力度，成就旅游品牌，不断拓宽客源市场。

旅游业是朝阳产业，无烟产业，是一种形象经济，其要发展得好，不仅要有特色，更需要一定的知名度。宣传促销是旅游业发展的重要环节，建议以各级电视台、报纸、网络等新闻媒体网站为促销平台，以景区亮点和特产为宣传重点，加大宣传力度，提高宣传密度，打响县域特色旅游品牌，扩大我县旅游的知名度。要积极开发研制具有地域特色、能吸引游客的小商品和工艺品，如金山江的奇石、大山的根雕艺术等，积极推出我县的风味小吃，逐步建立起旅游、文化、娱乐为一体的综合旅游体，延伸旅游产业链，拓宽电商客源市场。

（四）积极发展旅行社，强化文物管理旅游办对行业的管理职能，实施规范管理，提高旅游服务水平。

旅行社是游客和景点的载体，在旅游行业中起到至关重要的最用。我们要加强与省内著名旅行社和景区景点协作，充分运用现代化的手段，建立我县旅游信息网络，开拓市场，打出品牌。旅游管理单位要加强对旅游景区及涉游单位的规范和管理，加大对全县旅游业开发的管理。以市场经济规律和要求为准则，冲破当前利益、部门利益的局限，站在大旅游、大市场的角度，切实解决旅游业发展中的问题和困难。旅游部门要加大对全县吃、住、行、游、购、娱的综合管理，营造文明、健康、有序的环境。各旅游相关部门要紧密协作，使景区治安稳定，确保游客的生命财产安全。

（五）持续制定和完善旅游资源规划和开发优惠政策，奠定旅游产业发展基础，提升电商发展空间。

在确立了“一体、一园、三区”旅游产业格局的基础上，要不断以景点为依托，开展有针对性的招商引资活动，通过市场化运作，吸引更多的客商到我县开发旅游资源。在打响旅游品牌，拓宽客源的基础上，鼓励国家、集体和个人参与我县旅游景区的供水、道路、市政工程、交易市场、宾馆等基础设施建设，充实旅游基础，提升电商运作空间。

旅游业和电商业的结合发展，前景一片大好。我们要紧密团结在县委、县政府周围，抓住机遇，拉动融合产业快速发展，会东这颗新星必将如月之恒，如日之升。

电商调研报告篇4

20\_\_年5月至9月，根据区\_《关于开展“我进基层听民声、我为发展献良策”主题调研活动的实施意见》的有关要求，民建青山湖区总支成立调研组就我区电子商务发展状况进行了专题调研。调研组先后召开相关企业座谈会4次，问卷调查企业18家，对青山湖区好吖好电子商务产业园、地宝网、珍爱网、百度江西营销体验中心等电商企业进行实地走访和座谈，研究分析了上海、北京、广州、杭州等地电子商务发展状况及电子商务发展趋势，并针对我区电子商务发展现状及存在问题提出了建设性的意见和建议。现将调研的情况报告如下：

一、电子商务的社会价值及发展趋势

根据商务部公布的《“十二五”电子商务发展指导意见》，到20\_\_年，我国规模以上企业应用电子商务比率达80%以上;应用电子商务完成进出口贸易额占我国当年进出口贸易总额的10%以上;网络零售额相当于社会消费品零售总额的9%以上。“十二五”提出要积极发展电子商务，把电子商务作为产业结构优化升级、转变经济发展方式的战略重点。从当前我国经济增长方式来看，不管是工业、农业，还是服务业，都要在电子商务领域抢先一步，才能适应现在的发展潮流。电子商务的社会价值及发展趋势主要有以下几点：

1、电子商务发展动力持续增强，应用领域不断拓展

随着市场经济体制进一步完善，电子商务将被广泛应用于生产、流通、消费等各领域和社会生活的各个层面。这将促使全社会电子商务的应用意识不断增强，有关电子商务的政策、法律、法规将不断出台，电子商务发展动力持续增强。同时，随着《电子商务发展“十一五”规划》的实施，电子商务在国民经济各部门中将得到进一步的推广和应用，促使物流、信用、电子支付等电子商务支撑体系建设更全面的展开，从而使得电子商务应用领域不断拓展。

2、电子商务与产业融合，形成经济竞争新态势

在综合性电子商务网站已经占据综合类b2b领域绝大部分市场的情况下，越来越多的行业电子商务网站已经在综合网站市场之外寻求专业化细分领域的发展。电子商务正在与传统产业进行深入的融合，两者相互促进，协调发展。

3、电子商务服务成为国民经济新的增长点

随着企业供应链电子商务、国际电子商务的发展，将带动电子商务服务业的发展，围绕电子商务服务形成的从低端技术环节到中端支撑环节再到高端应用环节的电子商务服务链在我国结点饱满，一个全新视角的电子商务服务业群正在形成，将成为未来国民经济新的增长点。

4、本地生活服务大行其道

近年来，本地生活服务市场因更“接地气儿”，更贴近区域消费群等优势逐步升温，艾瑞咨询数据显示，20\_\_年通过网络购买或预定本地生活服务的用户达到1.85亿，市场规模突破1200亿元。20\_\_年底，阿里巴巴在生活服务类领域建立移动产品家族，打造集团优势，大众点评、腾讯微信等也争相出手。可以预见在未来很长一段时间，这个战场将成为互联网大佬们的“兵家必争之地”。

5、电商城镇化突围

随着一二线城市网购渗透率接近饱和，电商城镇化将成为20\_\_年的重点，三四线城市、乡镇等地区将成为电商“渠道下沉”的主战场。阿里巴巴20亿投资日日顺，打通区域配送落地;京东贵阳投建综合性物流园、发展订单农业等举措，都是看中了城镇消费能力释放后的巨大能量。谁先抢占了三四线城市，谁将在未来的竞争中占据更大的优势。

6、物流平台逐步崛起

从电子商务市场支撑体系建设看，一方面物流公共信息平台将有巨大发展，平台信息服务能力将显著提升，同时更多的电子商务服务商会加入物流体系建设的行列中，物流平台也会逐渐搭建，物流服务商将面临洗牌。

二、青山湖区电子商务发展现状及存在的主要问题

青山湖区加快与电商龙头平台的合作，出台支持电子商务发展的政策和措施，全力推动加快全区电子商务发展，实现出口加工型企业的转型升级。积极鼓励、推动我区电子商务产业发展，全区电子商务产业从无到有、从小到大、从弱到强，实现“爆发式”发展，正成为青山湖区发展新的动力源。我区电子商务发展现状如下：

1、为大平台拓展大空间

目前，青山湖区正大力推进临江商务区旧城改造，为电子商务产业发展提供空间和载体，并凭借区内独特的区位优势、物流仓储优势、专业市场优势、企业实体优势，把电商产业作为引领全区产业转型、发展升级的重要突破口，通过“政府搭台、企业唱戏、政企互动”的方式，提升城市核心竞争力。并成功吸引了地宝网、百度江西营销体验中心等多家电子商务企业相继落户，帮助全区7000余家生产型企业，通过电子商务途径，开辟销售渠道，提升销售业绩，实现转型升级，促进企业做大做强。

2、借力电商新业态促进转型升级

青山湖区举办电子商务讲座，聘请专家对300名企业家进行电子商务知识培训，帮助辖区企业掌握电子商务商业模式，积极运用电商服务平台，降低经营成本，开辟销售渠道，促进公司发展。特别是近日，位于昌东工业区的好吖好电子商务产业园开始投产，标志着全省唯一的电子商务产业园基本建成，也使青山湖辖区企业的跨境电子商务走在了全省前列。据统计，全区现有各类电商企业100余家，年销售额达30亿元，涉及服饰、鞋业、家居、医药、食品等多个行业。

但是，与浙江义乌等电商发达地区相比，我区的电子商务产业还有很多工作要做，主要体现在以下几个方面：

1、电子商务企业数量相对较少

浙江义乌有20\_\_多家的电子商务平台，义乌市40000名经营户、13000家企业，其中有10000多家中小企业建立了独立的网站，8000多家企业拿到了网上营业执照，5000多名商务门户网站的正式会员，31家制造业电子商务示范企业，90%以上的出口企业利用互联网寻找商机。在义乌的国际商贸城中，35%的店主都拥有自己的网站或网络商铺。与发达地区相比，我区差距还很大。目前，我区专业电子商务企业数量不及浙江义乌的1/20，差距还是很明显，在百度搜索，能够查到的电子商务企业网站非常少，大概不过我区企业总量的千分之一。

2、电子商务手段运用少

在这次调研走访中发现，虽有不少中小企业配备了电脑，使用互联网处理日常生产销售工作，但在网上交易方面，却没有涉及，只有少数连锁企业有开通网上商城。有网站的企业中，多数是利用互联网宣传推介企业与产品，部分发布求购信息，交易依然网下完成，不离传统模式，效率与效益都没有质的飞跃。还有相当一部分企业网站信息过时，形同虚设。

3、中小企业电子商务发展仍显滞后

我区电子商务企业由于起步晚，规模小，大多是中小型企业，而这些企业受到自身管理水平、资金和人才等因素的制约，电子商务发展水平相较于大企业，明显滞后。

4、电子商务人才缺乏

电商方面的人才是制约电子商务发展的一个关键问题，调研组通过走访发现，缺乏的人才主要有三类：一种是中小型电商人才，尤其是从传统企业过渡到电子商务的企业，他们需要专业的懂电商的人才来开拓运营、推广技术等;一种是外贸电子商务人才，既懂外贸又懂互联网的人才缺口大;还有一种是高端的人才，类似于电商职业经理人的角色，要对整个电商运营、管理等都在行的复合型人才。

三、国内促进电子商务发展的主要经验

1、重视电子商务发展的基础环境建设

加快电子商务综合平台建设，助推现代信息化发展;制定相关政策法规，全方位指导促进电子商务发展。如上海市，以人大会公告的形式出台了《上海市促进电子商务发展规定》，明确了电子商务的概念，促进发展的原则，优先发展的项目，扶持与规范发展的具体政策措施。作为一部政策性、宏观性、地方性的法律规范，其更大的意义在于为相关配套支撑体系的建立提供了法律依据，为电子商务法律环境的进一步改善铺平了道路，使上海市在中国城市电子商务成熟度评价体系的应用基础完善度方面排名第一。

2、搭建公用信息平台，构建特色的产业集群式电子商务平台

近几年，北京围绕着覆盖全市的统一平台——首都公用信息平台开展电子商务建设。它由政府引导、联合共建，最大限度利用现有网络资源。并在这个平台基础上，构成提供广泛信息服务的应用平台、构建电子商务，建设首都电子商城、安全认证体系、支付网关等，随着不断转型“触网”，首都制造从产业链的低端走向“微笑曲线”两端。

3、以发展现代服务业为契机，重点发展电子商务服务业

杭州市重点培育电子商务应用示范企业，鼓励电子商务企业创新经营模式，大力促进电子商务与旅游产业、文化产业、金融服务业、商贸与物流业、房地产业、社区服务业的融合，对利用电子商务推进现代服务业发展成效显著的企业予以优先享受发展现代服务业的相关扶持政策。目前，杭州市电子商务已基本覆盖先进制造业和现代服务业中的各个产业，电子商务服务业已逐渐成为杭州市国民经济发展新的增长点。

4、以单个企业、单个产品为基础，逐步发展电子商务产业

黑龙江齐齐哈尔，在政府扶持下，由该市北方公交集团公司与中国网库联合创办中国农贸交易网，从销售东北大米开始做起，逐步覆盖全市农村和主要农产品，成为全国农贸电子商务发展的典型，得到国家专项发展资金的进一步扶持。

四、对我区企业电子商务发展的建议

国家和各地发展电子商务总的指导原则是：政府推动，企业主导，行业管理，市场运作。根据我区的实际情况，我们认为，做好以下工作是当务之急：

1、完善政策法规环境，规范电子商务发展

一是加强政策引导。确立切合我区实际的优先发展项目，制定扶持发展的具体措施，鼓励我区工商企业应用电子商务，创办电子商务企业，鼓励大学毕业生、企业富余人员和待岗失业人员积极从事电子商务产业。

二是加强统筹规划和协调配合。加紧编制电子商务发展规划，明确电子商务发展的目标、任务和工作重点。在全区建立健全相互协调、紧密配合的组织保障体系和工作机制。

三是完善电子商务投融资机制。结合我区实际，建立健全适应电子商务发展的多元化、多渠道投融资机制，研究制定促进金融业与电子商务相关企业互相支持、协同发展的相关政策。加强政府投入对企业和社会投入的带动作用，进一步强化企业在电子商务投资中的主体地位。

四是研究制定鼓励电子商务发展的财税政策。本着积极稳妥推进的原则，加快研究制定电子商务税费优惠政策，加强电子商务税费管理;加大对电子商务基础性和关键性领域研究开发的支持力度;鼓励我区有条件的企业参与国际市场竞争。政府采购要积极应用电子商务。

2、政府推动与企业主导相结合，营造环境与推广应用相结合

一是要对全区企业应用电子商务情况进行普查，选择条件较好、业务需要性强的企业，通过政策鼓励、政府扶持，开展电子商务的试点工作，通过电子商务的运用，开拓业务，壮大经营，降低成本，取得更大规模的效益，从而摸索经验，逐步推广应用。

二是加强政策法规、信用服务、安全认证、标准规范、在线支付、现代物流等支撑体系建设，营造我区电子商务发展的良好环境，推广电子商务在国民经济各个领域的应用，以环境建设促进应用发展，以应用带动环境建设。

三是完善管理体制，优化政策环境，加强基础设施建设，提高服务质量，充分发挥企业在开展电子商务应用中的主体作用，建立政府与企业的良性互动机制，促进电子商务与电子政务协调发展。

3、积极推介外地先进经验，培育本地电商生态产业链

一是精心谋划、巧借“外脑”。近年来，青山湖区的现代物流和电子商务发展不断取得新成效。但是，必须清醒地认识到，与北京、上海、杭州、广州等国内先进城市相比，青山湖区现代物流和电子商务发展仍然相对滞后，在龙头领军企业、重大基础设施、体制机制创新等方面还存在较大差距。我区应充分利用市场的力量促进社会信用体系建设，要及时发现、总结、宣传、推广新业态的成功经验和做法。邀请国内外专家为青山湖区发展现代物流和电子商务把脉问诊、献计献策，使我区进一步掌握电商发展新理念，进一步厘清创新发展思路。

二是树立我区电子商务企业的标杆典型，予以重点扶持，使之起到带头示范作用。引进电子商务门户网站，培训本地人才，普及企业电子商务应用知识，为我区电子商务发展创造良好的环境。加快电子商务综合平台建设，在全省率先走出一条电子商务创新之路，助推现代流通业发展。充分听取企业对转型升级的意见和建议，梳理出问题和症结。

4、发挥企业的主体作用，加强交流合作，参与国际竞争

一是继续推进企业信息化建设，重点推进骨干企业电子商务应用，推动行业电子商务应用，提高中小企业对电子商务重要性的认识，扶持服务中小企业的第三方电子商务服务平台建设，解决中小企业在投资、人才等方面存在的问题，促进中小企业应用电子商务提高商务效率，降低交易成本，推进中小企业信息化。

二是加快建设电商产业园，进一步完善电商产业园功能，加快引进电商、专业服务、物流、培训、金融配套等八大主体功能企业，形成优势互补、资源共享、抱团发展的网商集聚地，为电商发展提供全方位支持，成为电商企业和网络品牌的孵化器。

三是加强交流与合作。鼓励我区电商企业积极参加有关电子商务的国际组织，参与省内电子商务重要规则、条约与示范法的研究和制定工作。密切跟踪研究国际电子商务发展的动态和趋势，加强技术合作，推动市场融合，不断提高我区电子商务的整体水平。

5、提升电子商务技术和服务水平，推动相关产业发展

一是发展电子商务相关技术装备和软件。积极引进、消化、吸收国内外先进适用的电子商务应用技术，鼓励技术创新，加快具有自主知识产权的电子商务硬件和软件产业化进程，提高电子商务平台软件、应用软件、终端设备等关键产品的自主开发能力和装备能力。

二是推动电子商务服务体系建设。充分利用现有资源，发挥中介机构的作用，加强网络化、系统化、社会化的服务体系建设，开展电子商务工程技术研究、成果转化、咨询服务、工程监理等服务工作，逐步建立和完善电子商务统计和评价体系，推动电子商务服务业健康发展。

三是加快信用、认证、标准、支付和现代物流建设，形成有利于电子商务发展的支撑体系。充分利用铁道、交通、民航、邮政、仓储、商业网点等现有物流资源，完善物流基础设施建设;广泛采用先进的物流技术与装备，优化业务流程，提升物流业信息化水平，提高现代物流基础设施与装备的使用效率和经济效益;发挥电子商务与现代物流的整合优势，大力发展第三方物流，有效支撑电子商务的广泛应用。

6、加大电子商务专业人才培养和引进

一是加强政策扶持。坚持招才引智与招才引技相结合，对企业引进电子商务高端人才，由区财政拿出专项资金补贴企业，并给予入户、住房、子女上学等方面优惠政策，确保人才引得来、留得住。

二是实行订单培养。由政府牵头搭建产学研平台，共同研究分析电商人才供需问题，推动企业与高校建立合作联盟，实行人才订单培养机制。

三是加强实践教学。积极鼓励和支持科研院所、大专院校在好吖好电子商务产业园建立电商领域实验室或研究机构，引导企业拿出部分岗位供高校学生实习锻炼，提高学生实践操作能力。

电商调研报告篇5

一、我国电子商务发展过程可分为三阶段：

1.1990-1993，开展edi的电子商务应用阶段

我国九十年代开始开展edi的电子商务应用，自1990年开始，国家计委、科委将edi列入\"八五\"国家科技攻关项目，如外经贸部国家外贸许可证edi系统、中国对外贸易运输总公司中国外运海运/空运管理edi系统、中国化工进出口公司\"中化财务、石油、橡胶贸易edi系统\"及山东抽纱公司\"edi在出口贸易中的应用\"等。1991年9月由国务院电子信息系统推广应用办公室牵头会同国家计委、科委、外经贸部、国内贸易部、交通部、邮电部、电子部、国家技术监督局、商检局、外汇管理局、海关总署、中国银行、人民银行、中国人民保险公司、税务局、贸促会等八个部委局发起成立\"中国促进edi应用协调小组\"，同年10月成立\"中国edifact委员会\"并参加亚洲edifact理事会，目前已有18个国家部门成员和10个地方委员会。edi在国内外贸易、交通、银行等部门应用。

2.1993-1997政府领导组织开展\"三金工程\"阶段，为电子商务发展打基??

1993年成立国务院付为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室，相继组织了金关、金卡、金税等\"三金工程\"，取得了重大进展。1994年5月中国人民银行、电子部、全球信息基础设施委员会(giic)共同组织\"北京电子商务际论坛\"，来自美、英、法、德、日本、澳大利亚，埃及加拿大等国700人参加。1994年10月\"亚太地区电子商务研讨会在京召开\"，使电子商务概念开始在我国传播。1995年，中国互联网开始商业化。互联网公司(isp、com公司)开始兴起。

1996年1月成立国务院国家信息化工作领导小组，由副任组长，20多个部委参加，统一领导组织我国信息化建设。1996年，全桥网与因特网正式开通。

1997年，信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划，1997年4月在深圳召开全国信息化工作会议，各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。1997年，广告主开始使用网络广告。1997年4月以来,中国商品订货系统(cgos)开始运行。

3.1998年开始进入互联网电子商务发展阶段

1998年3月，我国第一笔互联网网上交易成功。1998年7月,中国商品交易市场正式宣告成立,被称为\"永不闭幕的广交会\"。中国商品现货交易市场,是我国第一家现货电子交易市场，1999年现货电子市场电子交易额当年达到2000亿人民币。中国银行与电信数据信局合作在湖南进行中国银行电子商务试点，推出我国第一套基于set的电子商务系统。1998年10月，国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的金贸工程,它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程.。1998年首都、上海等城市启动电子商务工程，开展电子商场、电子商厦及电子商城的试点，开展网上购物与网上交易，建立金融与非金融论证中心，和有关标准、法规，为今后开展电子商务打下基础。我目前国电子商务尚处起步阶段或初始阶段。医药电子商务网于98年投入运营，医疗卫生行业1万个企事业单位联网，能提供上千种中西药品信息。全国库存商品调节网络、全国建筑在线、房地产网上促销，都已正式开通。

1999年3月8848等b2c网站正式开通，网上购物进入实际应用阶段.1999年兴起政府上网、企业上网，电子政务(政府上网工程)、网上纳税、网上教育(湖南大学、浙江大学网上大学)，远程诊断(北京、上海的大医院)等广义电子商务开始启动，并已有试点，并进入实际试用阶段，2000年，我国电子商务进入了务实发展阶段。

电子商务逐渐以从传统产业b2b为主体。电子商务服务商(dotcom公司)正在从虚幻、风险资本市场转向现实市场需求的变化，与有商务传统企业结合，同时开始出现一些较为成功、开始赢利的电子商务应用。由于基础设施等外部环境的进一步完善，电子商务应用方式的进一步完善，现实市场对电子商务的需求正在成熟，电子商务软件和解决方案的\"本土化\"趋势加快，国内企业开发或着眼于国内应用的电子商务软件和解决方案逐渐在市场上占据主导。我国电子商务全面启动并已初见成效。基于网络的电子商务的优势将进一步发挥出来。

二、b2b的相关知识b2b平台是电子商务的一种模式，是英文business-to-business的缩写，即商业对商业，或者说是企业间的电子商务，即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。

b2b平台中的两个b均代表business，“2”则是英语“two”的谐音，代表“to”。因此一般来说我们把b2b仍然按照英文的读音“b-to-b”来念，而不是把“2”作为中文发音。b2b平台包括两种基本模式：一种是企业之间直接进行的电子商务(如制造商的在线采购和在线供货等);另一种是通过第三方电子商务网站平台进行的商务活动。例如，国内电子商务网站阿里巴巴是一个b2b平台，蜗牛供求网也是典型的b2b平台，各类企业可以通过阿里巴巴进行企业间的电子商务(b2b)，如发布和查询供求信息，与潜在客户/供应商进行在线交流和商务洽谈等。

b2b可以分为以下两种模式：

1.面向制造业或面向商业的垂直b2b(又可以称之为行业b2b)。

2.面向中间交易市场的b2b(又可以称之为区域性b2b)。

三、中国互联网发展状况：

1.现状分析

网民规模突破4亿大关手机网民成增长主力。

商务应用快速发展网络安全仍为制约因素。

网络视频用户止跌回升3g推动网络文学用户增长。

2.发展预测

互联网产业分工趋向细化。

应用突破是互联网产业发展的关键。

产业的生态圈还需进一步突破。

3.商业机会

(1)非网络化服务网络化看商业机会

非网络化服务网络化是很多已经成功的互联网企业走过的路。在很多人质疑是不是都是it技术员才看的四通利方体育论坛已经发展成为了中国媒体影响力已经可以和中央电视台比肩的新浪。很多人怀疑是否会有那么多的人通过网络订房订票的时候，携程已经快速发展起来并建立了一定的行业壁垒。

(2)跨平台下的商业机会

一些和电脑终端近似的其他接入设备出现和普及，也会造就很多跨平台的商业机会。例如2.5g/3g下的智能手机平台，以及最近被媒体频频炒作的网络电视(iptv)平台。前一段时间，sony也刚刚发布的新的psp，不仅可以玩游戏、而且可以听音乐看电影，完全是一个多元化的娱乐终端，加上蓝牙、wifi等多元接入手段，sony也想类似于ps2打造一个平台，但是是可以随身携带的互动娱乐平台。不过，主导一个平台是非常费时费力的，在中国，如果没有强大的资金背景、政府背景、市场意识和社会资源，主导一个新的平台往往只是一个梦想。

(3)新技术带来的商业机会

网络上的新技术曾出不穷，但是真正对用户有直接价值的可能只小部分。有些我们看来是新技术其实可能已经不是最近发明的，而是最近才流行的。例如p2p、blog等新的技术服务形式，很早就已经出现，但是中国的网络用户使用习惯还没有养成，所以还没有形成比较大的影响力。

电商调研报告篇6

调查、探索、发现并把握电子商务的内在的客观规律，从表象和实质以及其间的关系中掌握其内在规律是协会一切工作的前提。

按照发现问题、分析问题、解决问题的办会思路和指导方针，今年六月下旬，中国电子商务协会分别委托零点调查研究集团、中国社会调查所、北京邮电大学电子商务研究中心这三家国内专业权威调查机构开展了“中国电子商务诚信状况调查”、“中国电子商务成长与应用性调查”、“中国电子商务社会作用与影响调查”三项大型调查。

这三项调查分别从公众角度、社会角度，企业专业角度本着科学严谨的态度，按照严格的专业程序，在大量样本和深访、调研的基础上，对所调查领域进行了细致、全面的调查研究，通过丰富、翔实的数据分析和综合研究，汇总成了这份调查总结报告。

在普遍关注的中国电子商务诚信调查报告中，我们发现：

1、网上诚信成为公众和企业普遍担忧的问题，但自我可控措施少。

本次研究发现，有过网上交易经历的企业对电子商务的不信任比例高达36.3%，公众比例稍低，为13.3%。在对“您对电子商务最担心的问题是什么”的回答统计中，企业中回答“诚信”的比例为23.5%，排名第一，公众中回答“诚信”的比例为26.34%，略低于产品质量。显示诚信成为公众和企业在网上交易时普遍担忧的问题。

另外据中国互联网络信息中心(cnnic)20\_年发布的《第18次中国互联网络发展状况统计报告》报告显示，中国经常网上购物人数已达3000万人，26%的网民有过网上购物体验。在没有购物体验的网民中，71.1%的网民表示不放心在网上购物。显示，网络诚信成为阻碍个人电子商务进一步发展的重要因素。

尽管网络诚信成为公众和企业普遍关注的问题，但是面对诚信危机，公众和企业可采取的自我防范措施十分有限，并且公众和企业也没有积极的去寻找解决问题的有效办法，这在一定程度上会限制用户网上交易的积极性。二、信用评价成为公众和企业诚信评估的重要依据。

2、目前电子商务网站都推出了对卖方的信用评价服务，既由完成交易后的买方在自愿的基础上对卖方进行信用评估，评估结果将成为卖方的信用记录供后来者参考。研究表明，买方的信用评估对卖方至关重要，直接影响卖方的贸易数量。

由于诚信问题成为公众或企业最为担心的问题，而信用评价就是对卖方诚信的评估，因此公众和企业在网上交易前，特别关注卖方的信用评价。调查表明，64.2%的公众和71.1%的企业在网上交易时会查看卖方的信用评价，显示信用评价的重要性。

信用评估对规范电子商务诚信有着重要的作用，如果买方在交易完成后能及时对卖方行为进行评估，并形成习惯，将在很大程度上防范卖方不诚信行为的发生。但是本次调查显示，公众或企业虽然意识到信用评价的重要作用，但在具体的行动中，公众和企业的表现差强人意。公众中只有23.5%的买方“总是及时评估”卖方信用，而企业的比例仅为16.7%，40.3%的买方企业在交易完成后对卖方企业“不评估”。公众和企业的这种行为如果持续下去，将很难建立起积极的诚信评价机制。

此外，本次研究还发现，公众和企业对第三方认证机构缺乏认识，使得诚信机构的作用无法得到发挥。第三方诚信机构本身的权威性和真实性也受到用户的质疑，进一步淡化了第三方诚信机构的作用，因此未来要加强信用评估，还必须规范第三方诚信服务市场，使其发挥积极作用，在此基础上扩大对第三方诚信机构的宣传，引起公众和企业的注意。

3、电子商务领域市场集中度高，领导品牌诚信度高

中国电子商务起步较晚但集中度高，调查显示，无论是针对公众个人领域的c2c、b2c电子商务，还是针对企业的b2b电子商务模式，都已经形成了优势明显的领导品牌网站。

在中国电子商务应用与成长性调查中，我们看到：

1、中国企业电子商务的整体发展水平还是比较低的，东、西部地区差距较大;

2、国有企业电子商务开展的整体水平要落后于其他性质的企业;

3、基础设施建设同管理与人力技能两个方面表现较好，但是西部地区在管理与人力技能上与其他地区差距最大，急需提高;

4、互联网电子商务应用能力很差，大部分企业无论是对电子商务的认识(理念)，还是实际的开展情况(内容)都不尽如人意;

可以肯定，我国企业的电子商务发展会越来越快，规模也将不断扩大，整体水平会得到很快提高

协会的建议是：积极推动传统企业运营的电子商务化;建立电子商务信用体系;搭建企业电子商务的信息平台，提供示范案例;继续培养我国的电子商务专业人才;完善现有的法律法规;积极发展西部企业电子商务。

对企业而言我们建议：积极应用电子商务，进行商业模式的创新;发展全国性的物流配送系统;企业需要加大it投入和人力资源的投入;电信、航空等领先行业带动电子商务整体水平。

中国电子商务社会作用与影响调查报告显示：

电子商务是因特网爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。因特网本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构，其产生的社会价值也是空前巨大的。它具体体现在：

1、中国电子商务已有很好的发展，对个人生活影响的很大。近70%的公众选择从网上获取信息，近40%的公众有过网上购物经历，由此可见电子商务作为一种低成本的市场推广工具及贸易工具，是一种不可逆的趋势，有着庞大的市场潜量。

2、电子商务对中国企业的生产、经营、管理的推动作用显而易见。近60%的公众认为电子商务对企业生产管理中的组织结构、管理模式、交易成本、企业库存、生产周期、交易机会及对企业经营管理中的市场模式、商业结构、行业结构有比较大的影响。

3、电子商务对我国社会发展的作用也很明显。超过50%的公众认为电子商务对社会其他方面如解决就业、国家税收、物流、邮政、网络财务、政府职能、国家政策、国民经济、法律制度、生活环境、大众文化、公益慈善的影响较大。

4、总体来看，我国电子商务的发展还不够理想。目前影响电子商务发展的主要有安全、网上支付、法律法规及相应的认证体系、技术不健全等问题，其中安全因素更为突出，只有不到30%公众认为上网购物比较安全。

5、调查表明，真正了解电子商务实质的仅有28.8%的人，说明我国电子商务的普及教育培训仍需加强。电子商务行业的标准规范尚未统一和发展成熟，其严重阻碍了行业本身的发展速度和应用效率，统一标准、规范操作是我国电子商务发展急需解决的问题。

此次同时启动三项全面大型专业调查活动，在目前行业协会中，尚属首次。它充分体现了中国电子商务协会的办会原则，也会使协会能够按照电子商务的客观规律扎实有效地开展工作，引领中国电子商务的方向。更好地服务于中国的电子商务。

本着积极推进、正面引导的原则，协会将根据此次调查活动的结果，表彰一批优秀企业和个人。协会将通过这促活动，树立典型和模范，并以他们的积极带头作用为中国的电子商务发展提供可以借鉴的模式和方法。

协会将择机在全国各地通过各种方式将这批优秀企业的文化、模式、形象推介出来，让更多的公众了解、支持、参与。

我国的电子商务正处在蓬勃的发展阶段，虽然目前整体应用水平较低，但是拥有巨大的潜力和发展空间。通过企业和政府的共同努力，中国电子商务将不断走向规范和繁荣。

三项调查结果已经(将)形成中国电子商务状况调查报告(蓝皮书)，作为首个全面反映中国电子商务状况的文献公诸于众。

三项调查的意义丰富而深广，将对我国的电子商务的推广和应用起到巨大的积极作用，在座的各位和所有的电子商务企业也将从中受益匪浅，希望所有的电子商务企业密切配合。

调查活动也将形成中国电子商务协会的一项工作机制延续下去，密切地跟踪中国电子商务的基本走势和方向。成为中国电子商务的晴雨表。

第十届中国国际电子商务大会将于明年五月举行，组委会作为协会的常设机构将继续履行其职责，把第十届大会办得更好、更精彩、更实效、更引人注目。把中国国际电子商务大会办成国际化的品牌盛会。

第十届大会的主题将是：全民参与，广泛应用，支持奥运、面向国际。办会方式也将更加体现电子商务的特色和优势。让世界更加了解中国电子商务，让国民更加广泛地参与电子商务。十届大会将是一个更加开放性、实用性的国际化大会，为企业提供最大的舞台。

电商调研报告篇7

电子商务其实就是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。也有这样解释电子商务的，其是指利用互联网为工具，使买卖双方不谋面地进行的各种商业和贸易活动。

电子商务是以商务活动为主体，以计算机网络为基础，并以电子化方式为手段，在法律许可范围内所进行的商务活动过程。

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有“三高”、“三新”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值;“三新”是指新技术、新业态、新方式。人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值链的概括。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。

电子商务按照参与主体和客户的不同，可分为多种形式，但就目前看，b2b、b2c、c2c是主要形式，其中b2b是最主要的应用形式。按照贸易主导主体，可分为销售方控制型、购买方控制型和中立第三方控制型。

全球电子商务发展概况

纵观全球电子商务市场，各地区发展并不平衡，呈现出美国、欧盟、亚洲“三足鼎立”的局面。

美国是世界最早发展电子商务的国家，同时也是电子商务发展最为成熟的国家，一直引领全球电子商务的发展，是全球电子商务的成熟发达地区。欧盟电子商务的发展起步较美国晚，但发展速度快，成为全球电子商务较为领先的地区。亚洲作为电子商务发展的新秀，市场潜力较大，但是近年的发展速度和所占份额并不理想，是全球电子商务的持续发展地区。

我国电子商务发展概况

1、我国电子商务的现状

2、我国电子商务发展呈现典型的块状经济特征，东南沿海属于较为发达地区，北部和中部属于快速发展地区，西部则相对落后。

3、中央政府促进电子商务发展的政策

4、我国电子商务发展趋势

(1)电子商务的发展环境将不断完善，发展动力持续增强。

(2)电子商务应用将达到新的广度和深度。

(3)电子商务与产业发展深度融合不断加大，加速形成经济竞争新态势

(4)电子商务服务业蓬勃发展，逐步成为国民经济新的增长点

(5)移动电子商务正成为电子商务新的应用领域

5、我国电子商务发展存在的问题

(1)区域发展不平衡。

(2)中小企业电子商务发展仍显滞后。

(3)信用体系建设不完善。

(4)虚拟市场监管不力。

(5)电子商务税收缺乏相应的解决方。

(6)物流配套体系仍需完善。

(7)电子商务人才缺乏。

电子商务与传统商务的区别联系

电子商务将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式利用网络科技整合，企业将重要的信息以全球信息网、企业内部网(intranet)或外联网(extranet)直接与分布各地的客户、员工、经销商及供应商连接，创造更具竞争力的经营优势。

此外，电子商务与传统的商务活动方式相比，具有以下几个特点：交易虚拟化、交易成本低、交易效率高、交易透明化。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com