

2015-2020年中国电子商务 市场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国电子商务市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/chuanmei1502/V35043OQWW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-02-16

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国电子商务市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国电子商务行业市场发展环境、中国电子商务整体运行态势等，接着分析了中国电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了中国电子商务市场竞争格局。随后，报告对中国电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务行业发展趋势与投资预测。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。

2009—2013年中国电子商务市场交易规模

资料来源：博思数据整理 数据显示，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%。

近年来，政府高度重视电子商务工作，大力支持企业利用电子商务平台开展国际贸易。纷纷建设电子商务示范基地建设，将对电子商务产业发展发挥积极作用。

2013年中国电子商务市场交易规模10.2万亿元，同比增长20%，预计到2019年电子商务市场规模将达31.5万亿元。 2013-2019年中国电子商务市场规模预测分析 资料来源：博思数据整理

报告目录：第一章 电子商务相关概念简介1

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2

三、电子商务的作用5

四、电子商务主要应用系统6

第二节 电子商务的发展8

一、电子商务的五大阶段8 第一阶段

电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从70年代开始，平均的通讯量以每年几倍的速度增长。

第二阶段

信息发布阶段。从1995年起，以Web技术为代表的信息发布系统，爆炸式地成长起来，成为Internet的主要应用。中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段

EC（Electronic Commerce），即电子商务阶段。EC在美国也才刚刚开始，之所以把EC列为

一个划时代的东西，是因为Internet的最终主要商业用途，就是电子商务。同时反过来也可以说，若干年后的商业信息，主要是通过Internet传递。Internet即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997年底在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织非正式首脑会议（APEC）上美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案，其引起了全球首脑的关注，IBM、HP和Sun等国际著名的信息技术厂商已经宣布1998年为电子商务年。

第四阶段

全程电子商务阶段。随着SaaS（Software as a service）软件服务模式的出现，软件纷纷登陆互联网，延长了电子商务链条，形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段

智慧阶段。2011年，互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟，主动互联网营销模式出现，i-Commerce（individual Commerce）顺势而出，电子商务摆脱传统销售模式生搬上互联网的现状，以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以IZP科技集团提出的ICE最具有代表性。

二、中国电子商务的发展9

三、电子商务发展的支撑环境10 第二章2014-2015年全球电子商务发展概况12

第一节 世界电子商务发展状况12

一、世界电子商务的发展历程12

二、欧美国家电子商务飞速发展的动因12

三、拉美地区电子商务发展迅猛13

四、2013年欧洲电子商务网站排名14 欧洲电子商务公司Top 10（国外B2C） 排名

公司名称	1	Amazon	2	Otto Group	3
Tesco Stores	4	Staples Inc	5	PPR SA	6
Home Retail Group	7	3 Suisses	8	CDDiscount.com	
9	Neckermann Gruppe	10	Dixons Stores	资料来源	

：博思数据整理 2013年，欧洲的电子商务交易总额达到4969亿美元（约合3630亿欧元），同比增长19%。

欧洲电子商务协会的数据显示，目前欧洲共有超过5000家网上零售（B2C）企业以及不少于15个全国性的电子商务协会。每年欧洲电子商务业会产生约37亿个包裹，直接或间接创造200万个就业机会。

Wijnand Jongen指出，2013年欧洲4969亿美元的电子商务交易额中的有46%来自服务交易，54%来自实物交易。其中，欧盟28国的电子商务交易总额为4352亿美元，同比增长18%。

具体到西欧各个地区来看，根据欧洲电子商务协会的数据统计：2013年，西欧地区的电子商务交易总额为2432亿美元，相较于2012年同比增长15.6%；中欧地区为1277亿美元，同比增

长22.8%；南欧地区为558亿美元，同比增长18.8%；北欧地区为436亿美元，同比增长12.5%；东欧地区为264%，同比增长53%。

从国家分布上来看，在电子商务发展成熟的国家中，2013年交易额排名前三的国家分别是英国（1466.97亿美元）、德国（867.94亿美元）、法国（699.55亿美元）。

这三个国家的电子商务交易额总和占到了欧洲电子商务交易总额的61%。排在第四和第五位的是荷兰（164.28亿美元）和奥地利（150.17亿美元）。

而在电子商务新兴发展的国家中，交易额排名靠前的依次是俄罗斯（212.19亿美元）、西班牙（197.32亿美元）、意大利（154.25亿美元）以及波兰（71.53亿美元）。

从网上零售来看，2013年欧洲网上零售的交易总额为50.36亿美元，同比增长18.68%，但仅占到了零售业总销售额的5.7%。值得关注的是，欧洲网上零售已至少连续五年保持着双位数百分比的增长率。欧洲网上零售历年交易额及增长率

资料来源：博思数据整理 从移动电子商务上来看，2013年欧洲网上零售的交易额中，仅5.5%的交易额是来自于移动端。移动端交易占比高于欧洲平均值的国家有英国（12.0%）、斯堪的纳维亚半岛（8.0%）、意大利（7.0%）、西班牙（7.0%）、奥地利（6.0%）和荷兰（6.0%）。欧洲各国B2C交易额移动端占比

资料来源：博思数据整理 Wijnand Jongen向亿邦动力网表示，目前有8.16亿人生活在欧洲，其中网民人数为5.65亿，网购用户为2.64亿、社交媒体用户为4.43亿。欧洲人均年网购金额为1884美元。

欧洲电子商务协会预测2014年欧洲电子商务的交易额将会出现同比15.4%的增长。五

、2015-2020年全球电子商务销售额预测17

六、2015年中国将成全球最大电子商务市场20

第二节 世界电子商务立法21

一、《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》21

二、《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》28

三、《国际海事委员会电子提单规则》32

四、《跟单信用证统一惯例关于电子交单的附则》36

第三节 美国37

一、美国电子商务领域十年成果综述37

二、2013年美国零售业电子商务概况38

三、2014-2015年美国零售业电子商务概况39

四、美国电子商务迅速发展的原因39

五、2016年底美国电子商务销售额预测40

六、2017年美国移动电子商务市场规模预测41

第四节 英国41

一、2014-2015年英国电子商务销售额41

二、英国电子商务的政策体系解析42

三、英国电子商务全球领先43

第五节 其他国家44

一、新加坡政府力促电子商务发展44

二、2013年阿根廷网上交易发展势头迅速47

三、2014-2015年法国电子商务发展趋势48

四、韩国电子商务的发展回顾49

五、日本B2C进入中国开启中日购物新模式50 第三章 中国电子商务行业的政策环境52

第一节 电子商务立法的核心部分52

一、中国电子商务立法总则52

二、数字化信息的法律效力54

三、电子合同的法律效力57

四、网络服务提供者的法律职责60

第二节 2014-2015我国电子商务政策解读与预测61

一、2012年多部门支持创建电子商务示范城市61

二、商务部发布《第三方电子商务交易平台服务规范》62

三、2012年商务部推四大电子商务平台71

四、2012年商务部正研究制订《关于网上商业数据的保护办法》72

五、2012年商务部加速电子商务行业“正规化”73

六、2012年《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》发布74

七、“十二五”期间政策助力电子商务发展81

第三节 中国电子商务立法研究81

一、中国电子商务立法的思路选择81

二、中国电子商务法律体系的立法原则和核心内容82

三、中国电子商务规范发展面临的法律问题84

四、对中国电子商务的立法建议86

五、改革中国电子商务政策法律环境的策略88

第四节 电子商务行业的具体政策法规94

一、《中华人民共和国电子签名法》94

二、《北京市信息化促进条例》	100
三、《上海市数字认证管理办法》	107
四、《广东省电子商务交易条例》	112
第四章2014-2015年中国电子商务行业发展现状	118
第一节 中国电子商务发展综述	118
一、中国电子商务的发展阶段	118
二、中国电子商务税收政策	119
三、电子商务对中国社会发展的影响渐深	125
第二节 中国电子商务行业发展现状	127
一、2014-2015年中国电子商务行业发展特征与趋势	127
二、2014-2015年中国电子商务行业发展分析	130
三、2014-2015年电子商务高速增长催热投资潮	133
四、2014-2015年淘宝围城事件呼唤电子商务行业规则	134
第三节 企业应用电子商务分析	135
一、电子商务提升企业竞争力	135
二、国内企业电子商务发展战略	137
三、传统企业开展电子商务营销之三大主流模式	139
四、2014-2015年中国行业电子商务网站会员总量规模	140
第四节 中小企业电子商务的应用	142
一、电子商务给中小企业带来的收益	142
二、中小企业电子商务服务模式的构建	142
三、2014-2015年国内中小企业电子商务应用分析	143
第五节 电子商务行业的盈利分析	149
一、中国电子商务的基本盈利模式	149
二、影响电子商务盈利模式成功的因素	150
三、2014-2015年电子商务盈利情况分析	152
四、2014-2015年电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势	153
第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略	154
一、中国电子商务行业发展隐忧监测	154
二、“十二五”期间制约我国电子商务发展的关键因素	157
三、“十二五”期间我国电子商务发展方向与策略	158
四、我国发展电子商务的原则与模式选择	166
第五章 中国电子商务市场运营态势分析	172
第一节2014-2015年中国电子商务市场概况	172

一、2012年电子商务市场发展分析	172
二、2013年中国电子商务市场综述	178
三、2014年中国电子商务市场发展综述	181
四、2015年中国电子商务市场数据监测	185
第二节 电子商务市场目标客户群体分析	188
一、目标明确客户	188
二、目标不是很明确	189
三、无目标的游客	189
第三节 电子商务市场消费心理分析	190
一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征	190
二、制约电子商务发展的心理因素分析	191
三、电子商务中现代企业的应对策略	192
第四节 2014-2015年中国网民电子商务行为研究	194
一、2014-2015年中国网民电子商务行为区域数据分析	194
二、2014-2015年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计分析	195
三、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计分析	195
四、2014-2015年用户发生电子商务行为时段统计分析	196
五、2014-2015年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计分析	197
六、2014-2015年用户发生电子商务行为场所统计分析	198
七、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计分析	199
八、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计分析	200
九、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计分析	201
十、2014-2015年中国电子商务市场交易规模统计分析	201
十一、2014-2015年知名电子商务网站前三甲统计分析	202
十二、2014-2015年电子商务平台合作物流公司排行榜 A	203
十三、2014-2015年中国电子商务网站用户体验排行榜	204
第五节 电子商务市场竞争状况	205
一、2014-2015年电子商务竞争格局加剧	205
二、2014-2015年电子商务市场格局	205
三、2014-2015年沃尔玛在华启动电子商务	206
四、2014-2015年电子商务发展是国美核心发展战略的重要组成	206
第六节 中国主要地区电子商务发展概况	207

一、浙江省电子商务产业十二五发展规划	207
二、江苏省电子商务应用率高	209
三、上海将大力发展电子商务应用产业	209
四、深圳电子商务进入快速发展期	210
五、北京有望成为中国电子商务企业聚集地	211
六、重庆新政扶持电子商务产业提速	211
第六章 2014-2015年B2B电子商务模式探讨	213
第一节 中国B2B电子商务发展概况	213
一、B2B电子商务的定义及分类	213
二、B2B的发展阶段分析	214
三、2014-2015年中国B2B电子商务发展现状及产业规模	215
四、中国B2B电子商务未来发展趋势	216
第二节 国内外B2B电子商务比较	217
一、基础设施	217
二、文化和社会差异	218
三、企业政策	220
第三节 B2B电子商务竞争分析	221
一、B2B行业主要竞争手段分析	221
二、B2B电子商务渠道竞争分析	223
三、中国B2B市场主要企业竞争状况	223
四、“B2B+搜索”竞争新模式探析	224
第四节 B2B电子商务的问题及解决策略	225
一、综合类B2B企业所存在的问题	225
二、B2B电子商务网站优化中存在的问题	226
三、B2B电子商务网站的优化策略	228
四、第三方B2B电子商务平台发展策略	230
第七章 电子商务其他经营模式研究	234
第一节 B2C（企业对消费者）	234
一、B2C模式概述	234
二、B2C电子商务模式具体分类	235
三、2013年中国网络零售发展现状及产业规模	236
四、2013年中国B2C市场交易规模	237
五、2013年B2C领域平台竞争情况分析	238
六、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点	238

第二节 C2C（消费者对消费者）239

一、C2C的概念239

二、2014-2015年中国C2C网络购物市场240

三、盛大高调进军C2C市场240

第三节 C2B（消费者对企业）241

一、C2B电子商务模式的概念241

二、C2B电子商务模式产生的基础241

三、C2B电子商务模式的应用241

四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起243

五、电子商务C2B营销新模式发展探析244

六、C2B电子商务模式发展展望245

七、未来3-5年中国C2B将是电子商务引爆点246

第四节 网络团购246

一、网络团购市场行业特征246

二、网络团购企业规模247

三、网络团购企业市场占有率249 第八章 移动电子商务发展分析251

第一节 移动电子商务概述251

一、移动电子商务的含义及服务内容251

二、移动电子商务的优点251

三、移动电子商务的应用252

四、移动电子商务主要技术分析253

第二节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式255

一、实施直面客户模式的基础分析255

二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析256

三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略259

第三节 中国移动电子商务市场发展分析260

一、移动电子商务市场行业特征260

二、B2B移动电子商务市场交易规模260

三、B2B类移动电子商务企业市场占有率262

四、2013年我国手机电子商务市场规模262

五、2014-2015年移动电子商务市场行业特征263

六、移动电子商务潜力巨大迎来投资热潮265

第四节 中国主要地区移动电子商务发展状况265

一、2014-2015年湖南移动电子商务发展状况265

二、成都力争移动电子商务产业高地266

三、香格里拉旅游移动电子商务项目在迪庆启动270

第五节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略271

一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题271

二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策272

三、创新移动电子商务模式发展策略探析275

四、移动电子商务的几个营销策略280

五、中国移动电子商务发展建议281

第六节 移动电子商务的市场前景及发展趋势286

一、中国移动电子商务市场化前景广阔286

二、移动电子商务发展趋势288 第九章 电子商务对企业的影响289

第一节 电子商务对会计的影响289

一、电子商务对会计的影响分析289

二、电子商务浪潮中的会计革命291

三、电子商务环境中会计明细信息的变化295

四、电子商社环境下会计模式的变化297

第二节 电子商务对企业成本的影响300

一、企业应用电子商务所需要的各项成本透析300

二、电子商务在企业成本节约中的作用305

三、电子商务环境下的战略成本管理307

第三节 电子商务对企业现金管理的影响313

一、企业现金构成项目的变化313

二、对企业最佳现金持有量确定的影响313

三、使企业现金收支管理策略改变314

四、优化企业短期融投资315

五、实施零现金余额管理316

六、从整体上提高现金流转效率316 第十章 电子商务在不同行业的应用317

第一节 农业电子商务317

一、农业电子商务模式概述317

二、农业电子商务主要运行模式分析318

三、中国农业电子商务的应用与发展分析321

四、农业电子商务期待建立第三方平台322

五、我国农业电子商务平台的构建方案研究323

六、中国农业电子商务发展潜力巨大325

第二节 零售业电子商务326

一、电子商务给零售业带来的影响326

二、2012年电子商务时代的零售连锁企业发展分析328

三、电子商务提高零售行业核心竞争水平331

四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐332

五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮334

六、中国零售业电子商务发展中存在的问题334

七、我国零售业发展电子商务的新思路336

八、零售业电子商务未来发展趋势良好337

第三节 医药电子商务338

一、2014-2015年中国医药行业电子商务应用状况338

二、中医中药企业纷纷试水互联网电子商务339

三、众商潜入“蓝海”医药电子商务蓄势待发340

四、电子商务与医药物流整合分销成趋势342

五、中国医药电子商务发展前景预测344

第四节 汽车零部件业电子商务348

一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处348

二、国际汽车零部件业电子商务发展分析349

三、中国汽车零部件电子商务应用状况350

四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展350

五、我国汽车零部件企业发展电子商务的建议351

第五节 旅游业的电子商务353

一、旅游电子商务概念及特性353

二、旅游业开展电子商务的优势354

三、2014-2015年我国旅游业电子商务的现状356

四、电子商务在旅游业中的作用357

五、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题357

六、发展我国旅游业电子商务的对策358

第六节 物流业电子商务360

一、电子商务物流概述360

二、2014-2015年我国电子商务物流业发展现状360

三、我国电子商务物流业发展中存在的问题361

四、2014-2015年电子商务升级物流战略361

五、我国电子商务物流业的发展对策362

六、电子商务物流业的发展趋势365 第十一章 电子商务安全及诚信体系367

第一节 电子商务安全概述367

一、电子商务应具备的安全要素367

二、电子商务安全协议分析与比较371

三、电子商务安全保障存在的问题374

四、保障电子商务安全的措施375

五、电子商务安全解决方案的探讨378

第二节 电子商务网络信息安全383

一、电子商务主要信息安全技术383

二、电子商务数字认证及授权机构386

三、电子商务信息安全协议387

四、电子商务中的信息安全对策389

第三节 企业电子商务网站的安全392

一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义392

二、电子商务网站的系统安全控制393

三、电子商务网站的数据安全控制395

四、电子商务网络交易平台的安全控制396

第四节 移动电子商务安全398

一、移动电子商务信息系统安全概述398

二、移动电子商务安全支付方案401

三、移动电子商务信息系统安全的趋势405

四、移动电子商务中的安全隐患407

五、移动电子商务安全技术解决方案408

第五节 电子商务的诚信体系410

一、电子商务信用的建设的重要性410

二、中国四种电子商务信用模式412

三、我国电子商务信用中存在的问题413

四、加强中国电子商务信用建设的措施415 第十二章 网上支付市场分析419

第一节 中国网上支付发展概述419

一、网上支付发展历史419

二、网上支付系统的结构420

三、实现网上支付的必要条件422

四、网上支付系统典型流程424

第二节 2014-2015年中国网上支付用户行为研究427

一、中国网上支付用户属性分析427

二、中国网上支付用户支付需求分析430

三、中国网上支付用户支付特征分析434

四、中国网上支付用户行为分析434

五、中国网上支付用户对第三方支付平台的偏好分析435

第三节 中国网络购物市场网上支付分析436

一、2014-2015年中国第三方支付发展现状及产业规模436

二、2014-2015年中国网络购物市场交易规模436

三、2014-2015年中国支付行业网上支付业务交易规模438

四、2014-2015年中国网络购物用户规模439

第四节 中国航空客票市场网上支付分析440

一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式440

二、电子客票的网上支付存在的隐患442

三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍445

第五节 中国网上银行分析446

一、中国网上银行产业链结构446

二、中国网上银行的发展阶段447

三、中国网上银行的特点449

四、2014-2015年中国网上银行市场交易额452

五、中国网上银行存在的问题及发展策略453 第十三章 电子商务重点企业探究456

第一节 环球资源（GSOL）456

一、公司简介456

二、2014-2015年环球资源经营状况456

三、2011年环球资源经营状况459

四、2012年环球资源经营状况461

五、2013年环球资源经营状况463

六、2014年环球资源经营状况465

第二节 亚马逊公司（AMZN）468

一、公司简介468

二、2010年亚马逊公司经营状况分析468

三、2011年亚马逊公司经营状况分析470

四、2012年亚马逊公司经营状况分析473

五、2013年亚马逊公司经营状况分析475

六、2014年亚马逊公司经营状况分析477

第三节 阿里巴巴（BABA）479

一、公司简介479

三、2011年阿里巴巴经营状况分析480

四、2012年阿里巴巴经营状况分析482

五、2013年阿里巴巴经营状况分析485

六、2014年阿里巴巴经营状况分析487

第四节 焦点科技股份有限公司（002315）489

一、公司简介489

二、2011年焦点科技经营状况分析490

三、2012年焦点科技经营状况分析496

四、2013年焦点科技经营状况分析502

五、2014年焦点科技经营状况分析508

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司（002095）512

一、公司简介512

二、2010年生意宝经营状况分析512

三、2011年生意宝经营状况分析517

四、2012年生意宝经营状况分析522

五、2013年生意宝经营状况分析527

六、2014年生意宝经营状况分析532

第六节 慧聪国际（08292）536

一、公司简介536

二、2010年慧聪网络经营状况分析536

三、2011年慧聪网络经营状况分析538

四、2012年慧聪网络经营状况分析540

五、2013年慧聪网络经营状况分析542

六、2014年慧聪网络经营状况分析543

第七节 淘宝网545

一、公司简介545

二、淘宝网的产品与服务546

三、2014-2015年淘宝网运营情况547

四、阿里巴巴向淘宝商城追加18亿投资547

五、2015年淘宝交易额预测548

六、2016年淘宝商城交易额预计549

第八节 EBAY易趣550

一、公司简介550

二、2012年EBAY经营状况551

三、2013年EBAY经营状况551

四、2014年EBAY经营状况552 第十四章 博思数据关于中国电子商务“十二五”规划及发展趋势554

第一节 “十二五”中国电子商务发展规划554

一、我国电子商务发展现状554

二、我国电子商务发展中存在的主要问题556

三、指导思想和主要目标556

四、工作任务557

五、重点工程558

六、保障措施563

第二节 2015-2020年中国电子商务发展趋势566

一、2015-2020年中国电子商务市场前景预测566

二、2015-2020年中国电子商务规模预测567

三、2015年电子商务进入规模扩张阶段567

四、20145-2020年开拓海外电子商务市场策略569 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

更多图表。。。。。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/chuanmei1502/V35043OQWW.html>