

2017-2022年中国B2C电 子商务市场需求状况分析及投资前景建议报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国B2C电子商务市场需求状况分析及投资前景建议报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/3384773G6J.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

B2C电子商务指的是企业针对个人开展的电子商务活动的总称，如企业为个人提供在线医疗咨询、在线商品购买等。截止2015年的最新数据统计目前我国网民超6.82亿，其中未成年网民占到1/3，未来消费的主流人群都将选择网络这种方式来购物。艾瑞咨询预计我国网购市场规模2015年将达到8561亿，2016年将达到9200亿，年增长速度在85%以上，成为互联网新经济最强大的增长引擎。

B2C中的B是Business，即商业供应方（泛指企业），2（two）则是to的谐音，C是Consumer，即消费者。B2C电子商务是按电子商务交易主体划分的一种电子商务模式，即表示企业对消费者的电子商务，具体是指通过信息网络以及电子数据信息的方式实现企业或商家机构与消费者之间的各种商务活动、交易活动、金融活动和综合服务活动，是消费者利用Internet直接参与经济活动的形式。

B2C是企业对消费者直接开展商业活动的一种电子商务模式。这种形式的电子商务一般以直接面向客户开展零售业务为主，主要借助于互联网开展在线销售活动，故又称为电子零售（电子销售）或网络销售。

在今天，B2C电子商务以完备的双向信息沟通、灵活的交易手段、快捷的物流配送、低成本高效益的运作方式等在各行各业展现了其极大的生命力。B2C模式是我国最早产生的电子商务模式，以8848网上商城正式运营为标志。

中国B2C电子商务产业链结构图

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国B2C电子商务市场需求状况分析及投资前景建议报告》共六章。首先介绍了B2C电子商务行业市场发展环境、B2C电子商务整体运行态势等，接着分析了B2C电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了B2C电子商务市场竞争格局。随后，报告对B2C电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了B2C电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对B2C电子商务产业有个系统的了解或者想投资B2C电子商务行业，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 B2C电子商务概述

1.1 电子商务介绍

1.1.1 电子商务的概念及分类

1.1.2 电子商务主要应用系统

1.1.3 电子商务发展的支撑环境

1.2 B2C电子商务介绍

1.2.1 B2C模式概述

1.2.2 B2C电子商务模式具体分类

第二章 2014-2016年B2C电子商务行业分析

2.1 中国B2C电子商务发展综述

2.1.1 中国B2C电子商务行业发展历程

2.1.2 中国B2C电子商务政策环境分析

2.1.3 B2C电子商务生态链上电商品牌盘点

2.1.4 呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

2.2 2014-2016年中国B2C电子商务发展分析

2.2.1 2014年中国B2C电子商务行业发展盘点

2.2.2 2015年中国B2C电子商务行业发展特征

2.2.3 2016年我国B2C电子商务行业发展状况

2.3 B2C电子商务网站运营分析

2.3.1 B2C电子商务网站的发展定位分析

2.3.2 B2C电子商务网站运营要素分析

2.3.3 B2C电子商务网站优化的主要经验

2.3.4 B2C电子商务网站发展的原则与思路

2.4 B2C电子商务物流分析

2.4.1 B2C电子商务的主要物流模式分析

2.4.2 B2C企业物流模式的选择建议

2.4.3 B2C电子商务领域的逆向物流研究

2.4.4 B2C电商企业自建物流利弊分析

2.5 国内主要B2C电商物流系统分析

2.5.1 京东

2.5.2 苏宁易购

- 2.5.3 亚马逊中国
- 2.5.4 当当网
- 2.5.5 唯品会
- 2.5.6 易迅网
- 2.6 B2C电子商务发展存在的问题及对策
 - 2.6.1 我国B2C电子商务发展面临的挑战
 - 2.6.2 我国B2C电子商务的发展战略
 - 2.6.3 构建电子发票系统推进B2C电子商务发展

第三章 2014-2016年B2C电子商务市场分析

2015年中国电子商务市场细分行业结构图

- 3.1 中国B2C电子商务市场消费者分析
 - 3.1.1 B2C电子商务消费者心理分析
 - 3.1.2 B2C电子商务消费者特征分析
 - 3.1.3 中国消费者网购频率全球领先
 - 3.1.4 B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 3.2 2014-2016年中国B2C电子商务市场现状
 - 3.2.1 中国B2C电子商务企业排名
 - 3.2.2 中国B2C市场交易状况
 - 3.2.3 中国B2C市场格局分析
- 3.3 中国B2C电子商务市场竞争分析
 - 3.3.1 竞争主体实力增强
 - 3.3.2 价格战不断
 - 3.3.3 产品质量竞争激烈
 - 3.3.4 服务竞争升级
 - 3.3.5 存在的主要问题
 - 3.3.6 应对新竞争的建议
- 3.4 B2C电子商务经营分析
 - 3.4.1 B2C电子商务企业的生存状况
 - 3.4.2 B2C电子商务的主要赢利条件
 - 3.4.3 B2C电子商务企业的成本构成

- 3.4.4 B2C电子商务经营的无形成本分析
- 3.5 B2C电子商务营销分析
 - 3.5.1 B2C电子商务营销具体策略
 - 3.5.2 3G时代B2C电子商务网站营销新模式分析
 - 3.5.3 B2C电子商务营销主要问题分析
 - 3.5.4 B2C电子商务网站的营销策略

第四章 2014-2016年B2C电子商务在不同行业的应用

- 4.1 3C产品
 - 4.1.1 2014年中国3C类产品B2C市场分析
 - 4.1.2 2015年中国3C类产品B2C市场分析
 - 4.1.3 2016年中国3C类产品B2C市场分析
 - 4.1.4 我国3C产品B2C网站竞争分析
 - 4.1.5 笔记本B2C市场发展分析
- 4.2 母婴产品
 - 4.2.1 国外母婴B2C市场的运营模式分析
 - 4.2.2 我国母婴B2C电子商务市场发展概况
 - 4.2.3 2014-2016年我国母婴B2C市场概况
 - 4.2.4 母婴B2C电子商务的模式与操作
 - 4.2.5 我国母婴类B2C市场前景看好
- 4.3 服装
 - 4.3.1 中国服装B2C市场发展回顾
 - 4.3.2 2014-2016年我国服装B2C市场发展状况
 - 4.3.3 服装B2C发展的两大要素
 - 4.3.4 品质是内衣B2C发展的关键因素
- 4.4 医药保健
 - 4.4.1 健康服务成B2C电子商务发展新思路
 - 4.4.2 2014年我国医药行业B2C发展概况
 - 4.4.3 2015年中国医药B2C行业发展状况
 - 4.4.4 2016年中国医药B2C行业发展形势
- 4.5 B2C电子商务在其他领域的应用
 - 4.5.1 B2C旅游电子商务出现基于无线技术的另类新模式

- 4.5.2 我国珠宝类B2C市场发展状况分析
- 4.5.3 我国酒类B2C电子商务发展解析
- 4.5.4 我国茶叶B2C电子商务市场分析

第五章 2014-2016年B2C电子商务主要企业经营分析

5.1 当当网

5.1.1 公司简介

5.1.2 当当网发展历程

5.1.3 2014年当当网经营状况分析

5.1.4 2015年当当网经营状况分析

5.1.5 2016年当当网经营状况分析

5.2 麦考林

5.2.1 公司简介

5.2.2 2014年麦考林经营状况分析

5.2.3 2015年麦考林经营状况分析

5.2.4 2016年麦考林经营状况分析

5.3 天猫

5.3.1 公司简介

5.3.2 天猫商城运营发展回顾

5.3.3 2014年天猫商城市场交易状况

5.3.4 2015年淘宝天猫运营发展状况

5.3.5 2016年淘宝天猫运营发展状况

5.4 京东商城

5.4.1 公司简介

5.4.2 京东商城奢侈品销售快速增长

5.4.3 京东商城推出供应链金融服务平台

5.4.4 2013年京东商城注册用户突破1亿

5.4.5 2014年京东在美成功上市

5.4.6 2015年京东加快企业间合作步伐

5.4.7 2016年京东规模化发展之路探讨

5.5 亚马逊中国

5.5.1 公司简介

- 5.5.2 亚马逊中国正式开放卖家平台
- 5.5.3 亚马逊中国网站进行深入升级和调整
- 5.5.4 2016年亚马逊中国市场布局动向
- 5.6 苏宁易购
 - 5.6.1 公司简介
 - 5.6.2 苏宁易购的发展历程
 - 5.6.3 苏宁易购的定位
 - 5.6.4 苏宁易购的核心优势
 - 5.6.5 苏宁易购产品类别介绍
 - 5.6.6 苏宁易购并购红孩子解析
- 5.7 其他B2C电子商务企业介绍
 - 5.7.1 中国新蛋网
 - 5.7.2 Vancl凡客诚品
 - 5.7.3 麦包包
 - 5.7.4 乐淘

第六章 对B2C电子商务投资及前景分析（ZYPX）

- 6.1 B2C电子商务市场投资分析
 - 6.1.1 2015年我国B2C电商投融资概况
 - 6.1.2 2016年我国B2C电商投融资概况
 - 6.1.3 中国电子商务B2C行业投资机会简述
- 6.2 对B2C电子商务前景趋势分析
 - 6.2.1 中国B2C市场发展前景展望
 - 6.2.2 对2017-2022年中国B2C电子商务市场规模预测
 - 6.2.3 我国B2C行业发展趋势分析
 - 6.2.4 我国B2C行业竞争趋势分析

附录：

附录一：第三方电子商务交易平台服务规范

附录二：关于规范网络购物促销行为的通知

附录三：关于积极推进“互联网+”行动的指导意见

附录四：关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知

图表目录：

图表：B2C电子商务的7大要素

图表：B2C网站用户转化率的核心影响因素

图表：B2C网站站内流量入口

图表：B2C网站购物流程衰减漏斗及监控指标

图表：国内六大B2C电商物流系统对比

图表：各类B2C电子商务的用户地理分布

图表：各类B2C电子商务的日访问时间分布

图表：2014年中国B2C市场交易规模

图表：2014年中国B2C与C2C占比变化

图表：2014年中国B2C市场交易额份额

图表：2015年B2C交易市场十强榜单

图表：2014年中国B2C市场3C品类交易规模

图表：2015年中国B2C市场3C品类交易规模

图表：2016年中国B2C市场3C品类交易规模

图表：中国服装网络购物不同平台类型网站市场份额

图表：2016年中国B2C服装网络购物市场份额

图表：传统进口红酒及国内白酒零售供应链流程图

图表：进口红酒及国内白酒网上零售供应链流程图

图表：酒类网购B2C电商运营平均指标

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/3384773G6J.html>