

2016-2022年中国B2C电 子商务行业前景研究与投资前景报告

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

《2016-2022年中国B2C电子商务行业前景研究与投资前景报告》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/K77161DJNV.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 (Business To Customer) 是电子商务按交易对象分类中的一种，即表示商业机构对消费者的电子商务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于Internet开展在线销售活动。

2006年开始中国B2C市场进入快速发展阶段。这个阶段电子商务企业大量涌现，品类逐步向百货类扩张。以京东、凡客为代表的垂直B2C成为该阶段的亮点。2008年到2010年，淘宝推出淘宝商城、电器城和鞋城。中国的B2C发展到达高速期之后，意味着商业模式逐步走向成熟，由于物流、支付、监管等因素受到约束的细分市场也逐步抬头。

2014年，中国网络购物市场中B2C交易规模达12882亿元，在整体网络购物市场交易规模的比重达到45.8%。从增速来看，B2C市场增长迅猛，2014年中国网络购物B2C市场增长68.7%,远高于C2C市场35.2%的增速，B2C市场将继续成为网络购物行业的主要推动力。

B2C行业面临良好发展环境。在2015年3月5日举行的两会中，李克强总理在政府工作报告中提到，制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。此外，我国首部《电子商务法》预计于2015年至2016年初完成法律草案起草工作。

从B2C市场未来发展情况看，随着网络购物用户网络购物意识的逐渐成熟及网络购物行为的日趋理性，产品品质及服务水平成为影响网络购物用户购买决策的重要因素，对品质产品的诉求将继续推动B2C市场的高速发展。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国B2C电子商务行业前景研究与投资前景报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 B2C电子商务行业发展分析

第一章 B2C电子商务概述

第一节 电子商务介绍

- 一、电子商务的概念及分类
- 二、电子商务主要应用系统
- 三、电子商务发展的支撑环境

第二节 B2C电子商务介绍

- 一、B2C模式概述
- 二、B2C电子商务模式具体分类

第二章 B2C电子商务行业分析

第一节 中国B2C电子商务发展概况

- 一、中国B2C电子商务的发展演变
- 二、中国B2C迅速崛起
- 三、中国B2C网络购物发展原因剖析
- 四、我国B2C电子商务主要模式分析
- 五、呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

第二节 B2C电子商务网站分析

- 一、B2C电子商务网站的优势
- 二、B2C电子商务网站的发展误区
- 三、B2C电子商务网站运营的主要因素
- 四、2015年B2C网站用户差异研究
- 五、2015年B2C电子商务网站市场影响力分析
- 六、2015年B2C网站销售排名
- 七、2015年中国B2C流量排名
- 八、B2C电子商务网站实例分析

第三节 B2C电子商务物流问题分析

- 一、B2C类电子商务的主要物流形式
- 二、B2C电子商务企业物流存在的主要问题
- 三、我国B2C电子商务的物流配送瓶颈的解决对策
- 四、B2C企业物流模式设计
- 五、2015年电子商务进入物流竞争时代
- 六、2015年电子商务升级物流战略

七、电子商务物流业的发展趋势

第四节 B2C电子商务发展存在的问题及对策

- 一、B2C电子商务企业面临的困难
- 二、我国B2C电子商务的发展战略
- 三、构建电子发票系统推进B2C电子商务发展
- 四、B2C电子商务企业战略联盟策略
- 五、B2C电商网站可持续发展的三大策略

第二部分 B2C电子商务市场及应用分析

第三章 B2C电子商务市场分析

第一节 国际B2C电子商务市场

- 一、2015年全球B2C电子商务市场变化情况
- 二、英国B2C电子商务市场分析
- 三、台湾B2C网络购物市场分析
- 四、2015年美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 2015年中国电子商务市场分析

- 一、2015年中国网络购物市场数据监测
 - (一) 市场规模
 - (二) 网购结构
 - (三) 市场格局
 - (四) 竞争态势
 - (五) 品类分布
- 二、2015电子商务行业发展预测

第三节 2015年中国电子商务B2C市场分析

- 一、中国B2C电子商务迎来快速发展期
- 二、B2C电子商务中的消费者心理分析
- 三、2015年中国B2C市场交易额
- 四、2015年B2C行业格局数据：平台与自营
- 五、2015年中国B2C市场交易额
- 六、2015年中国电商市场将成全球第二

第四节 B2C电子商务经营分析

- 一、B2C电子商务的主要赢利条件

二、B2C电子商务经营的无形成本分析

三、B2C运营规模与利润的选择

四、2015年B2C电商有望盈利

五、2015年我国B2C行业将面临大洗牌

第五节 B2C电子商务市场竞争分析

一、2015年电子商务竞争特征

二、2015年电子商务竞争市场格局

三、2015年电商争当优质品牌孵化器

四、2015年我国电子商务巨头发展情况分析

五、2015年电商大战升级在所难免

六、2015年电子商务新一轮洗牌或将开始

七、2015年垂直电商的战国争霸

八、2015年电商已从价格竞争转向产业链竞争

九、传统企业涉水B2C电子商务领域

十、网络型电子商务企业面对传统企业介入的发展措施

第六节 B2C电子商务营销分析

一、B2C电子商务营销具体策略

二、3G时代B2C电子商务网络营销新模式分析

三、B2C电子商务营销主要问题分析

四、B2C电子商务网站的营销策略

五、B2C市场竞争策略

六、B2C时代的分销策略

第四章 B2C电子商务在不同行业的应用

第一节 3C产品

一、行业概述

二、典型网站

三、2015年市场规模

四、2015年竞争格局

五、未来趋势特征

六、2015年电子商务引来3C渠道改革

第二节 母婴产品

- 一、国外母婴B2C市场的运营模式分析
- 二、母婴类B2C网站的前景与需求特点
- 三、母婴B2C电子商务的模式与操作
- 四、2015年母婴B2C市场格局
- 五、2015年B2C类母婴用品排行榜
- 六、2015年B2C母婴盈利模式仍待摸索

第三节 服装

- 一、服装B2C行业发展异常迅猛
- 二、2015年中国B2C服装品类交易额
- 三、2015年中国B2C服装品类竞争格局
- 四、2015年中国B2C服装品类交易规模
- 五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮

第四节 B2C电子商务在其他领域的应用

- 一、化妆品B2C电子商务发展情况分析
- 二、健康服务成B2C电子商务发展新思路
- 三、2015年B2C零售业的行业特点
- 四、2015年在线旅游市场竞争格局及趋势
- 五、2015年电商背景下传统零售商的出路

第三部分 B2C电子商务主要企业分析

第五章 B2C电子商务主要企业分析

第一节 卓越亚马逊

- 一、公司简介
- 二、卓越网发展历史
- 三、2014年亚马逊公司经营状况分析
- 四、2015年亚马逊公司经营状况分析

第二节 当当网

- 一、公司简介
- 二、2014年当当网经营状况分析
- 三、2015年当当网经营状况分析
- 四、2015年当当网主打3C价格战

第三节 京东商城

- 一、公司简介
- 二、2014年京东领跑3C电商市场
- 三、2015年京东商城发展分析
- 四、2015年京东商城盈利及上市情况

第四节 红孩子

- 一、公司简介
- 二、红孩子的发展分析
- 三、红孩子经营态势分析
- 四、红孩子双轮营销模式分析
- 五、2015年红孩子进入北京苏宁实体店
- 六、2015年红孩子与苏宁易购合作与发展分析

第五节 淘宝网

- 一、公司简介
- 二、淘宝网转向B2C领域
- 三、2015年淘宝交易额
- 四、淘宝网欲扶持超10万淘宝店铺
- 五、淘宝商城全面开放B2C平台
- 六、2016年淘宝商城交易额预计

第六节 其他B2C电子商务企业介绍

- 一、苏宁云商
- 二、国美在线
- 三、易迅网
- 四、乐淘网
- 五、新蛋网
- 六、Vancl凡客诚品

第四部分 B2C电子商务行业发展环境分析

第六章 2016-2022年B2C电子商务行业发展环境分析

第一节 B2C电子商务行业发展环境分析

- 一、政策法律环境
- 二、经济市场环境
- 三、网络基础环境

第二节 政治环境分析

一、宏观政策环境分析

二、国务院出台政策保护电子商务个人信息

三、商务部关于《电子商务企业资质认定标准》（征求意见稿）

四、电子商务监管体系亟待完善

五、电子商务征税正在调研

六、电子商务征税对B2C网站的影响

七、国内首份电子商务法律报告发布

八、商务部制定《电子商务促进法》

第三节 社会环境对B2C电子商务行业影响分析

第五部分 B2C电子商务行业发展趋势与战略探讨

第七章 2016-2022年B2C电子商务行业发展趋势预测

第一节 2016-2022年影响B2C电子商务行业发展的主要因素

一、影响B2C电子商务行业运行的几种有利因素

二、影响B2C电子商务行业运行的几种不利因素

三、影响B2C电子商务行业运行的关键制约因素

第二节 “十三五”中国电子商务发展规划

一、发展现状与面临的形势

二、指导思想、基本原则与发展目标

三、重点任务

四、政策措施

第三节 2016-2022年中国电子商务发展趋势

一、2016是电子商务企业发展趋势

二、2016年中国电子商务市场前景预测

三、2016年中国移动电子商务市场规模

四、2020年中国将成为全球第一大电子商务经济体

第四节 2016-2022年B2C电子商务行业发展预测

一、B2C受VC追捧，资本主导市场主力军

二、B2C网站加速百货化

三、价格战竞争将加剧

四、B2C将替代C2C成网购主流

第八章 2016-2022年B2C电子商务行业发展战略探讨

第一节 2016-2022年B2C电子商务行业发展战略

- 一、制定B2C电子商务行业发展政策
- 二、合理开发和利用B2C电子商务资源
- 三、推进科技进步与创新
- 四、促进B2C电子商务行业可持续发展
- 五、电子商务升级物流战略

第二节 2016-2022年提升B2C电子商务行业竞争力的建议

- 一、中国四大电商平台核心竞争力对比
- 二、B2C电商提升品牌竞争力策略

第三节 2016-2022年国外先进经验对我国的借鉴

第四节 2016-2022年企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、国际化策略

第六部分 B2C电子商务行业投资及风险评估

第九章 2016-2022年B2C电子商务行业投资策略探讨

第一节 2016-2022年B2C电子商务行业投资状况分析

- 一、投资状况分析
- 二、投资趋势预测

第二节 2016-2022年B2C电子商务行业投资方向及建议

- 一、产业发展的空白点分析
- 二、投资回报率比较高的投资方向
- 三、新进入者应注意的障碍因素

第三节 2016-2022年B2C电子商务行业投资风险及控制策略

- 一、风险因素
- 二、行业风险

三、市场风险

四、对策

第十章 2016-2022年B2C电子商务行业风险评估

第一节 企业推行电子商务谨防六大风险

一、模式同质化风险

二、超前的风险

三、滞后的风险

四、技术风险

五、信誉风险

六、人才风险

第二节 目前电子商务的三大隐患风险点分析

一、“价格战”扰行业发展

二、信用体系建设不完善

三、物流配套体系仍需完善

第三节 电子商务交易风险研究评述

一、电子商务交易风险及其特点

二、电子商务交易风险分析的方法

三、电子商务交易风险分析的模型

四、需要进一步研究的问题

图表目录

图表：中国网上零售的几个重要阶段

图表：不同B2C经营模式的盈利方式比较

图表：不同B2C经营模式的网站运营成本比较

图表：B2C经营模式的优缺点比较

图表：2015年主要购物网站用户渗透率

图表：2011-2015年只使用一个购物网站的比例

图表：2015年主要购物网站单一用户占比

图表：2015年购物网站新增用户新增使用各网站的比例

图表：2015年主要购物网站用户新增率

图表：2015年主要购物网站流失用户占总流失用户的比例

图表：2015年主要购物网站用户流失率

图表：用户放弃使用某购物网站的原因

图表：2015年B2C购物网站销售部分排名

图表：2014年至2015年世界各国B2C电子商务销售额变化情况

图表：2014年至2015年全球B2C电子商务市场分配变化情况

图表：2014年至2015年全球网购者人数变化情况

图表：2014年至2015年世界各国网购者年人均消费额变化情况

图表：2011-2016年中国网络购物市场交易规模

图表：2014-2015年中国网络购物市场B2BB2C市场结构

图表：2015年中国电子商务市场交易规模细分行业构成

图表：2015年中国B2C购物网站交易规模市场份额

图表：2015年中国自主销售B2C购物网站交易规模市场份额

图表：2015年中国网络购物市场各商品品类市场份额

图表：2014-2015年中国电子商务B2C市场交易规模

图表：2015年中国B2C购物网站交易规模市场份额

图表：2015年中国自主销售为主B2C购物网站交易规模市场份额

图表：2014-2015年中国B2C市场交易规模

图表：2014-2015年中国B2C市场3C品类交易规模

图表：2015年中国B2C市场3C品类交易额份额

图表：2015年B2C类母婴用品top10排行榜

图表：2014-2015年中国B2C市场服装品类交易规模

图表：2015年中国B2C市场服装品类交易额份额

图表：2014-2015年中国B2C市场服装品类交易规模

图表：主流化妆品B2C网站定位

图表：中国化妆品B2C站点日均独立访问用数

图表：乐蜂网和聚美优品用户访问深度对比

图表：乐蜂网和聚美优品SKU覆盖对比

图表：2011-2015年亚马逊历年核心财务数据

图表：2014年-2015年中国当当网营收规模变化

图表：2014年-2015年中国当当网毛利及净利润变化

图表：2011-2015年京东商城历年营业额

图表：2015年淘宝网销售额TOP 10的行业

图表：中央部委2015年出台网络购物领域相关政策一览表

图表：2011-2015年社会消费品零售总额及增长速度

图表：2011-2015年中国网民规模与普及率

图表：2015年中国电商网络营销方式构成预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/K77161DJNV.html>