

中国B2C电子商务产业规模现状及未来五年投资价值分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国B2C电子商务产业规模现状及未来五年投资价值分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/216167216167.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

国内电子商务市场规模在2009年迅猛增长，其中B2B运营商的市场营业额增加了20%，增长速度与往年相近；C2C的市场规模相比2008年增长一倍；而市场规模增长最为迅猛的则是B2C，全年的市场总交易量达到2008年的两倍以上。超过50%的企业搭建了B2B、B2C类电子商务网。

综观国内的B2C电子商务，在8848、当当网等第一批中国B2C企业诞生开始，已走过了十个年头。即使在2009年末，风光一时的PPG关门倒闭，都未能浇熄这一股B2C电子商务的热火。不仅是专事电子商务营运的业者，包含许多知名的通路都纷纷大量投入在B2C的电子商务当中。

2014年中国B2C电子商务行业市场规模达到10000亿元，预计2017年中国B2C电子商务行业市场规模将达到21700亿元。

报告大纲：

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、B2C网站用户差异研究
- 五、B2C电子商务网站市场影响力分析
- 六、B2C网站销售排名天猫京东力压群雄

七、2014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、2014年电子商务进入物流竞争时代

六、2014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

第三章 B2C电子商务市场分析

第一节 国际B2C电子商务市场

一、2014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、2014年美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 中国电子商务市场分析

一、2014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) 竞争力分析

(五) 品类分布

二、2015电子商务行业发展预测

第三节 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、中国B2C市场交易额

四、B2C行业格局数据：平台与自营

五、2014年中国B2C市场交易额

六、2014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、2014年B2C电商有望盈利

五、2014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、2014年电子商务竞争特征

二、2014年电子商务竞争市场格局

三、2014年电商争当优质品牌孵化器

四、2014年我国电子商务巨头发展情况分析

五、2014年电商大战升级在所难免

六、2014年电子商务新一轮洗牌或将开始

七、2014年垂直电商的战国争霸

八、2014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、市场规模

四、2014年竞争格局

五、投资前景调研特征

六、2014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、2014年母婴B2C市场格局
- 五、2014年B2C类母婴用品排行榜
- 六、2014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、2014年中国B2C服装品类交易额
- 三、2014年中国B2C服装品类竞争格局
- 四、2014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、B2C零售业的行业特点
- 四、在线旅游市场竞争格局及趋势
- 五、电商背景下传统零售商的出路

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、亚马逊公司经营情况分析
- 四、2014年亚马逊公司经营情况分析

第二节 当当网

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

第三节 京东商城

- 一、公司简介
- 二、京东领跑3C电商市场
- 三、2014年京东商城发展分析
- 四、2014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、2014年红孩子进入北京苏宁实体店
- 六、2014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、2014年淘宝交易额
- 四、2014年淘宝网欲扶持超10万淘宝店铺
- 五、2014年淘宝商城全面开放B2C平台
- 六、未来五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

第六章 未来五年B2C电子商务投资及前景分析

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
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 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、2014年电子商务监管体系亟待完善
- 五、2014年电子商务征税正在调研
- 六、2014年电子商务征税对B2C网站的影响
- 七、2014年国内首份电子商务法律报告发布
- 八、2014年商务部制定《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

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第七章 未来五年B2C电子商务行业发展趋势预测

第一节 未来五年影响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 “十二五”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 未来五年中国电子商务发展趋势

一、2014是电子商务企业发展趋势

二、2015年中国电子商务市场趋势分析

三、2015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 未来五年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 未来五年B2C电子商务行业发展战略探讨

第一节 未来五年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 未来五年提升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 未来五年国外先进经验对我国的借鉴

第四节 未来五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

第九章 未来五年B2C电子商务行业投资前景研究探讨

第一节 未来五年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 未来五年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 未来五年B2C电子商务行业投资前景及控制策略

一、风险因素

二、行业风险

三、市场风险

四、对策

第十章 未来五年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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/216167216167.html>