

# 2010-2015年中国B2C电 子商务行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》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/chuanmei1011/K147750OKN.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2010-11-05

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了B2C电子商务行业相关概述、中国B2C电子商务产业运行环境等，接着分析了中国B2C电子商务行业的现状，然后介绍了中国B2C电子商务行业竞争格局。随后，报告对中国B2C电子商务行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国B2C电子商务产业发展前景与投资预测。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。

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2009年的最新数据统计目前我国网民超4亿，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2010年将达到5670亿，2012年将达到7980亿，年增长速度在80%以上，成为互联网新经济最强大的增长引擎。

## 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 2010年中国电子商务行业的政策环境解读

### 2.1 中国电子商务行业发展的政策现况

#### 2.1.1 近年我国电子商务行业相关政策简述

#### 2.1.2 《关于加快流通领域电子商务发展的意见》解读

#### 2.1.3 2010年我国电子商务发展政策环境分析

### 2.2 电子商务立法的核心部分

#### 2.2.1 中国电子商务立法总则

#### 2.2.2 数字化信息的法律效力

### 2.2.3 电子合同的法律效力

### 2.2.4 网络服务提供者的法律职责

## 2.3 中国电子商务立法的问题及策略

### 2.3.1 中国电子商务政策法律环境有待完善

### 2.3.2 妨碍中国电子商务规范发展的法律问题

### 2.3.3 中国电子商务立法的认识误区

### 2.3.4 电子商务立法应注意的关键事项

### 2.3.5 改革中国电子商务政策法律环境的策略

## 2.4 电子商务行业的具体政策法规

### 2.4.1 《中华人民共和国电子签名法》

### 2.4.2 《北京市信息化促进条例》

### 2.4.3 《上海市数字认证管理办法》

### 2.4.4 《广东省电子商务交易条例》

### 2.4.5 《杭州市电子商务进企业专项资金管理办法》

### 2.4.6 《杭州市电子商务进企业专项资金管理办法补充意见

## 第三章 2010年中国B2C电子商务行业现状综述

### 3.1 2010年中国B2C电子商务发展概况

#### 3.1.1 中国B2C电子商务的发展演变

#### 3.1.2 中国B2C迅速崛起

#### 3.1.3 我国B2C电子商务主要模式分析

### 3.2 2010年中国B2C电子商务发展动态分析

#### 3.2.1 呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

#### 3.2.2 B2C资源争夺开战

#### 3.2.3 中国邮政携TOM亲耕B2C电子商务

### 3.3 2010年中国B2C电子商务发展存在的问题及对策

#### 3.3.1 B2C电子商务企业面临的困难

#### 3.3.2 制约B2C电子商务发展的瓶颈因素

#### 3.3.3 我国B2C电子商务的发展战略

#### 3.3.4 构建电子发票系统推进B2C电子商务发展

## 第四章 2010年中国B2C电子商务网站及流通问题分析

### 4.1 2010年B2C电子商务网站分析

#### 4.1.1 B2C电子商务网站的优势

- 4.1.2 B2C电子商务网站的发展误区
- 4.1.3 B2C电子商务网站运营的主要因素
- 4.1.4 B2C电子商务网站实例分析
- 4.2 2010年B2C电子商务物流问题分析
  - 4.2.1 B2C类电子商务的主要物流形式
  - 4.2.2 B2C电子商务货物配送剖析
  - 4.2.3 B2C电子商务领域的逆向物流研究

## 第五章 2010年中国B2C电子商务市场分析

- 5.1 国际B2C电子商务市场
  - 5.1.1 英国B2C电子商务市场分析
  - 5.1.2 台湾B2C网络购物市场分析
  - 5.1.3 2008年美国B2C电子商务市场发展现状
- 5.2 2010年中国B2C电子商务市场发展概况
  - 5.2.1 中国B2C电子商务迎来快速发展期
  - 5.2.2 B2C电子商务中的消费者心理分析
  - 5.2.3 B2C电子商务团购发展分析
  - 5.2.4 B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 5.3 2007-2009年中国电子商务B2C市场分析
  - 5.3.1 2007年中国B2C网上零售市场分析
  - 5.3.2 2008年中国电子商务B2C市场发展分析
  - 5.3.3 2008年日用百货成为我国B2C市场新增长点
  - 5.3.4 2008年中国出版物B2C网络零售市场分析
  - 5.3.5 2009年我国服装B2C市场发展状况分析

## 第六章 2010年中国B2C电子商务经营及营销战略分析

- 6.1 2010年中国B2C电子商务经营分析
  - 6.1.1 B2C电子商务经营状况分析
  - 6.1.2 B2C电子商务的主要赢利条件
  - 6.1.3 B2C电子商务经营的无形成本分析
  - 6.1.4 从两大B2C网站运费竞争看B2C模式的盈利问题
- 6.2 2010年中国B2C电子商务营销分析
  - 6.2.1 B2C电子商务营销具体策略
  - 6.2.2 3G时代B2C电子商务网站营销新模式分析

### 6.2.3 B2C电子商务营销主要问题分析

### 6.2.4 B2C电子商务网站的营销策略

## 第七章2010年中国B2C电子商务行业市场竞争格局分析

### 7.1 2010年电子商务市场竞争状况分析

#### 7.1.1 电子商务竞争的三大方面

#### 7.1.2 传统企业纷纷进军电子商务

#### 7.1.3 我国电子商务企业向线下会展进军

#### 7.1.4 电子商务行业不正当竞争行为分析及其防范

### 7.2 2010年中国B2C电子商务市场竞争分析

#### 7.2.1 中国B2C电子商务竞争的三个阵营

#### 7.2.2 我国两大B2C电子商务网站的较量

#### 7.2.3 天涯开始涉入B2C电子商务

#### 7.2.4 传统企业涉水B2C电子商务领域

#### 7.2.5 传统企业的介入对B2C电子商务的影响

#### 7.2.6 网络型电子商务企业面对传统企业介入的发展措施

#### 7.2.7 传统零售业进军B2C电子商务领域面临的挑战及对策

## 第八章 2010年中国B2C电子商务主要企业分析

### 8.1 卓越亚马逊

#### 8.1.1 公司简介

#### 8.1.2 卓越网发展历史

#### 8.1.3 卓越亚马逊牵手支付宝谋求发展

#### 8.1.4 2008年卓越网新北京运营中心成立

### 8.2 当当网

#### 8.2.1 公司简介

#### 8.2.2 2009年当当实现持续性规模盈利

#### 8.2.3 当当网大规模向开放式综合B2C扩张

### 8.3 京东商城

#### 8.3.1 公司简介

#### 8.3.2 京东商城牵手支付宝发展B2C市场

#### 8.3.3 京东商城尝试向综合B2C平台转型

#### 8.3.4 2009-2011年京东商城销售目标

### 8.4 红孩子

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 红孩子的发展分析
- 8.4.3 红孩子经营态势分析
- 8.4.4 红孩子双轮营销模式分析

## 8.5 淘宝网

- 8.5.1 公司简介
- 8.5.2 淘宝网转向B2C领域
- 8.5.3 解读淘宝B2C的两种模式
- 8.5.4 淘宝进军B2C的优势及挑战

## 8.6 其他B2C电子商务企业介绍

- 8.6.1 北斗手机网
- 8.6.2 新蛋网
- 8.6.3 VancI凡客诚品

# 第九章 2010年中国B2C电子商务在不同行业的应用分析

## 9.1 IT产品

- 9.1.1 IT产品B2C网络渠道发展趋好
- 9.1.2 B2C电子商务与传统IT零售渠道的竞争
- 9.1.3 笔记本B2C市场发展分析
- 9.1.4 手机B2C电子商务发展探析
- 9.1.5 国内大型电脑商城悄然转攻B2C平台

## 9.2 母婴产品

- 9.2.1 国外母婴B2C市场的运营模式分析
- 9.2.2 母婴B2C电子商务的模式与操作
- 9.2.3 孕妇类垂直B2C电子商务市场潜力探析

## 9.3 服装

- 9.3.1 中国服装B2C行业发展分析
- 9.3.2 网盛打造服装B2C新模式
- 9.3.3 服装B2C的发展出路探析
- 9.3.4 服装B2C发展的两大要素
- 9.3.5 品质是内衣B2C发展的关键因素

## 9.4 B2C电子商务在其他领域的应用

- 9.4.1 B2C旅游电子商务出现基于无线技术的另类新模式

9.4.2 化妆品B2C电子商务网站经营的三方策略

9.4.3 健康服务成B2C电子商务发展新思路

9.4.4 家电B2C电子商务发展探析

## 第十章 2011-2015年中国B2C电子商务投资及前景分析

10.1 2011-2015年B2C电子商务市场投资分析

10.1.1 B2C电子商务的SWOT分析

10.1.2 B2C成中国电子商务行业主要投资领域

10.1.3 B2C受风险投资青睐

10.2 2011-2015年B2C电子商务前景趋势分析

10.2.1 我国B2C电子商务未来发展趋势

10.2.2 B2C电子商务将走向细分

10.2.3 2011-2015年中国B2C电子商务市场预测分析

图表目录：

图表：B2C电子商务的7大要素

图表：台湾B2C网络购物市场规模增长情况

图表：2002-2008年美国零售电子商务销售额及增长率

图表：2006-2011年中国电子商务B2C市场交易额及增长

图表：2008年中国B2C网上销售平台品牌格局

图表：中国出版物B2C网上零售市场实力矩阵

图表：2008年各月红孩子网站月度覆盖人数变化

图表：2007-2008年母婴类网站主要的投资事件

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》，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。



详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1011/K147750OKN.html>