

# 2015-2020年中国B2C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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国B2C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/chuanmei1412/H92716F28T.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】2014-12-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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B2C电子商务市场竞争力分析及投资前景研究报告》共六章。首先介绍了B2C电子商务的模式、分类等，接着分析了国内B2C电子商务行业的现状和国际国内B2C电子商务市场的运行情况。随后，报告详细介绍了3C产品、母婴产品、服装、医药保健等领域B2C电子商务的发展及主要B2C电子商务企业的经营状况，最后分析了B2C电子商务市场的投资状况与未来前景趋势。 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。

在常见的3种电子商务模式中，B2B最容易实现规模效益，C2C易于提高网民活跃度和培育人气，而B2C则是传统企业切入电子商务最直接的，也是最容易体现效益的方式。

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。

2012年中国B2C市场交易规模达到4792.6亿，较2011年增长99.2%。2013年中国网络购物市场中B2C交易规模达6500亿元，在整体网络购物市场交易规模的比重达到35.1%。从增速来看，B2C市场增长迅猛，2013年中国网络购物B2C市场增速为68.4%。2014年上半年，B2C网络零售市场，京东占比提升迅速，与阿里旗下天猫形成“双寡头”局面。

中国网上零售市场未来数年虽然仍将是C2C市场交易规模占据更大的份额，但B2C网上零售市场规模的增长速度将远大于C2C市场，其规模占比将逐年扩大，B2C将成为网络购物发展的主要趋势。

## 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 2013-2014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 2013-2014年中国B2C电子商务发展分析

#### 2.2.1 2012年中国B2C电子商务行业发展盘点

#### 2.2.2 2012年中国B2C电子商务行业发展特征

#### 2.2.3 2013年我国B2C电子商务行业发展特点

#### 2.2.4 2014年上半年中国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 2013-2014年B2C电子商务市场分析

### 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 2013-2014年中国B2C电子商务市场概况

#### 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 2013-2014年B2C电子商务在不同行业的应用

### 4.1 3C产品

#### 4.1.1 2012年中国3C类产品B2C市场分析

#### 4.1.2 2013年中国3C类产品B2C市场分析

#### 4.1.3 2014年上半年中国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 2013-2014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 2013-2014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 2012年我国医药行业B2C发展概况

#### 4.4.3 2013年中国医药B2C行业发展状况

#### 4.4.4 2014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 2013-2014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 2012年当当网经营状况分析
- 5.1.4 2013年当当网经营状况分析
- 5.1.5 2014年上半年当当网经营状况分析
- 5.1.6 当当网最新发展动向分析
- 5.2 麦考林
  - 5.2.1 公司简介
  - 5.2.2 2012年麦考林经营状况分析
  - 5.2.3 2013年麦考林经营状况分析
  - 5.2.4 2014年上半年麦考林经营状况分析
  - 5.2.5 麦考林发展动向分析
- 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 2012年天猫商城市场交易状况
  - 5.3.4 2013年淘宝天猫运营发展状况
  - 5.3.5 2014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 2012年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 2013年京东商超频道正式上线
  - 5.4.6 2013年京东商城推出闪团特卖业务
  - 5.4.7 2014年京东在美成功上市
- 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 2012年亚马逊中国网站进行深入升级和调整
  - 5.5.4 2013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 VancI凡客诚品
  - 5.7.3 麦包包
  - 5.7.4 乐淘

## 第六章 博思数据关于B2C电子商务投资及前景分析

- 6.1 B2C电子商务市场投资分析
  - 6.1.1 2013年我国B2C电商投融资概况
  - 6.1.2 2014年上半年我国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 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 2015-2020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 2008-2012年中国B2C市场交易规模

图表 2008-2012年中国B2C与C2C占比变化

图表 2012年中国B2C市场交易额份额

图表 2013年B2C交易市场十强榜单

图表 2011-2012年中国B2C市场3C品类交易规模

图表 2012-2013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 2012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

图表 2010-2012年我国酒类B2C网站融资情况

图表 茶叶B2C产业链模式分析

图表 2011-2012年当当网综合损益表

图表 2011-2012年当当网不同业务收入

图表 2012-2013年当当网综合损益表

图表 2012-2013年当当网不同业务收入

图表 2014年1-6月当当网综合损益表

图表 2014年1-6月当当网不同业务收入

图表 2010-2012年麦考林综合损益表

图表 2010-2012年麦考林不同部门收入和成本

图表 2011-2013年麦考林综合损益表

图表 2011-2013年麦考林不同部门收入和成本

图表 2014年1-6月麦考林综合损益表

图表 2014年1-6月麦考林不同部门收入和成本

图表 2015-2020年中国B2C市场交易规模预测

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测

。您或贵单位若想对B2C电子商务市场有个系统的了解、或者想投资B2C电子商务，本报告是您不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1412/H92716F28T.html>