

# 2015-2020年中国网商市场 运营状况分析及投资规划建议研究报告

## 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年中国网商市场运营状况分析及投资规划建议研究报告》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/chuanmei1502/K24775Y9UQ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-11

【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

报告目录：

## 第一章 网商相关概述

### 第一节 网商基础概述

#### 一、网商经营特点

#### 二、网商经营模式

### 第二节 网商的交易平台

### 第三节 网商与电子支付

### 第四节 网商与在线交流

### 第五节 2014年度中国十大网商介绍

#### 一、B2C

#### 二、C2C

## 第二章 2014年中国网商行业市场发展环境解析

### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

#### 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

#### 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

#### 三、全国居民收入情况（季度更新）

#### 四、恩格尔系数（年度更新）

#### 五、工业发展形势（季度更新）

#### 六、固定资产投资情况（季度更新）

#### 七、社会消费品零售总额

#### 八、对外贸易&进出口

### 第二节 2014年中国网商市场政策环境分析

#### 一、中国式网商管理政策

#### 二、“网商”需要政策扶持

#### 三、加盟政策

#### 四、相关产业政策法规

### 第三节 2014年中国网商市场技术环境分析

### 第四节 2014年中国网商市场社会环境分析

#### 一、中国电子商务蓬勃发展

二、中国互联网及计算机普及状况

三、中国人口学历

### 第三章 2014年中国网商运行新形势透析

#### 第一节 2014年中国网商运营动态分析

一、中西部首届网商大会在郑州举办

二、华南首届网商网货交易会

三、网商容天下2010上海峰会互动论坛

#### 第二节 2014年中国网商运行综述

一、全网电子商务时代来临

二、网商数量和交易量持续扩大

三、成长路径多元化

四、网商协作生态化

五、国际化持续展开

六、社会化趋势日益显著

#### 第三节 2014年中国网商发展的动力机制

一、外部环境不断改善

二、网商自身的内在动力

三、电子商务服务商提升服务

#### 第四节 2014年中国网络诚信体系分析

一、阿里巴巴B2B诚信体系

二、淘宝网诚信体系

三、电子支付诚信体系

四、生活服务诚信体系

#### 第五节 2014年中国网商的社会经济影响

一、提高企业竞争实力，强化企业竞争优势

二、促进企业转型，提高应变能力

三、直接带动相关产业的发展

四、促进产业升级和区域经济发展

五、有力地推动创业和就业

### 第四章 2014年中国网货市场运行分析

#### 第一节 中国网货崛起

一、网货世界日益主流化

## 二、网货的进化之路

## 三、网货的特性：货真价实、海量个性

## 四、网货的缘起

## 第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界

### 一、网商：商业新世界的主体

### 二、网货：商业新世界的交易物

### 三、网规：商业新世界的规则

## 第五章 2014年中国网商经营模式运行态势分析

### 第一节 B2C（企业对消费者）

#### 一、B2C模式概述

#### 二、B2C电子商务模式具体分类

#### 三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

#### 四、中国B2C电子商务迎来快速发展期

#### 五、2014年中国电子商务B2C市场发展分析

#### 六、B2C电子商务经营状况分析

#### 七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

### 第二节 C2C（消费者对消费者）

#### 一、C2C的概念

#### 二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析

#### 三、中国C2C电子商务发展概况

#### 四、中国电子商务C2C市场发展状况

#### 五、中国主要C2C企业经营状况分析

#### 六、中国C2C电子商务存在的问题

#### 七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力

#### 八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

### 第三节 C2B（消费者对企业）

#### 一、C2B电子商务模式的概念

#### 二、C2B电子商务模式产生的基础

#### 三、C2B电子商务模式的应用

#### 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

#### 五、电子商务C2B营销新模式发展探析

#### 六、C2B电子商务模式发展展望

## 第六章 2014年中国十大网商运行竞争力分析

### 第一节 深圳市大石久恒实业有限公司

### 第二节 广州市金圣斯皮具制品有限公司

### 第三节 李宁官方网店

### 第四节 韩至旗舰店(杭州哈拉麦奇服饰有限公司)

### 第五节 夫妻运动正品折扣店

### 第六节 北京京东世纪贸易有限公司

### 第七节 7天连锁酒店集团

### 第八节 深圳市华龙帝升科技有限公司

### 第九节 英科国际控股有限公司

### 第十节 南京欧飞网络有限公司

## 第七章 2014年中国网商相关产业运行分析——电子商务

### 第一节 2014年中国电子商务发展综述

#### 一、中国电子商务的发展阶段

#### 二、中国行业电子商务网站的发展概述

#### 三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

### 第二节 2014年中国电子商务行业运行分析

#### 一、中国电子商务市场发展现状解析

#### 二、金融危机促使电子商务成为主流趋势

#### 三、金融危机下电子商务风景独好

#### 四、“两会”促温中国电子商务行业

### 第三节 2014年企业应用电子商务分析

#### 一、电子商务提升企业竞争力

#### 二、企业应用电子商务主要竞争点分析

#### 三、国内企业电子商务发展战略

#### 四、中国企业开展电子商务具体实施策略

### 第四节 2014年中小企业电子商务的应用分析

#### 一、电子商务给中小企业带来的收益

#### 二、金融危机促使中小企业电子商务需求井喷

#### 三、中小企业电子商务服务模式的构建

#### 四、中小企业电子商务服务平台发展方向

### 第五节 2014年电子商务行业的盈利分析

一、中国电子商务的基本盈利模式

二、电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点

三、电子商务企业赢利的三大原则

四、企业电子商务盈利的关键要点

第六节 2014年中国电子商务行业存在的问题及策略

一、中国电子商务存在的不足

二、电子商务行业法律风险加大

三、电子商务面临物流和售后服务制约

四、中国开展电子商务的主要障碍与对策

五、我国发展电子商务的原则与模式选择

第八章 2014年中国网商相关产业运行分析——网络购物

第一节 2014年中国网络购物现状分析

一、中国网络购物处于成长期

二、中国网上购物快速发展

三、淘宝极大推动网上购物的发展

四、网上购物呈现市场集中化

五、网上购物行为也呈现明显的性别倾向

第二节 推动中国网购市场快速发展的主要原因简析

一、网民数和网购人数的急剧增长

二、上网购物已成为主流消费人群的消费习惯之一

第三节 2014年中国网络购物市场问题分析

一、中国网络购物消费者权益问题

二、中国网络购物安全问题

三、中国网络购物的支付结算问题

四、中国网络购物商家信誉的问题

五、中国网络购物立法问题

第四节 解决对策探讨

一、银行竞争促进银行支付卡问题解决

二、搜索功能解决信息流问题

三、形成地域化发展解决物流问题

四、引导人们接受网络购物，培养人们的网络购物习惯

五、降低网络商店门槛，让更多传统企业开展网络购物服务

## 第九章 2015-2020年中国新商业文明的样貌分析

### 第一节 新商业文明的样貌展望

#### 一、新商业文明的结构

#### 二、新商业文明的未来想象

#### 三、把握新商业文明的机遇

### 第二节 网商运行前景展望分析

#### 一、企业网商的“过冬”之道

#### 二、中国网商发展大事记

### 第三节 2015-2020年中国网商投资预测分析

#### 图表目录：

图表：2011-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2011-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.12-2014.9年我国工业增加值增速统计

图表：2011-2014年我国全社会固定资产投资额走势图（2014年不含农户）

图表：2011-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：被调研企业的业务类型

图表：被调研企业的人员规模

图表：运营较成功的淘宝网店的人员规模分布

图表：淘宝卖家未来一年的发展计划

图表：淘宝卖家的品牌建设情况

图表：“集中接单分头生产”模式

图表：淘宝卖家之间的协作互助行为

图表：淘宝卖家经营网店之前的工作

图表：企业网商希望从政府部门获得的支持

图表：企业网商经常使用的各类电子商务服务的比例

图表：电子商务给企业带来的价值

图表：企业网商进一步应用电子商务的需求



图表：2014年网民已购商品种类排名

图表：1999年-2014年网货发展中的龙头货品趋势图

图表：2006-2014年淘宝交易额商品品类TOP10排名变化

图表：淘宝卖家对网上商品与传统渠道商品价格的比较

图表：网货的价格曲线示意图

图表：网货渠道成本缩减示意图

图表：淘宝卖家对网上商品比传统渠道商品价格低的原因总结

图表：淘宝卖家对个性化定制产品的观察

图表：2014年第四季度阿里巴巴会员诚信状况

图表：阿里巴巴会员认为最可靠的诚信安全举措

图表：信息时代商业文明的演进

图表：大规模定制的实现过程示意图

图表：经济危机对不同贸易类型企业的影响程度

图表：全球经济危机给不同贸易类型企业带来的影响

图表：企业网商对所在行业全面复苏的时间预计

图表：网商发展历程

图表：略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/K24775Y9UQ.html>