

2023-2029年中国B2C电 子商务市场竞争战略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

报告报价

《2023-2029年中国B2C电子商务市场竞争战略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/report/1671983L3U.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2023-05-25

【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

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国B2C电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》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、分析了中国B2C电子商务行业的现状、中国B2C电子商务行业竞争格局、对中国B2C电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国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。 时间 中国移动

电商用户规模及增长情况(亿人)		增速 (%)		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		2022年			
2016年	4.18	2017年	4.73	13.16	2018年	6.08	28.54	2019年	7.13	17.27	2020年	7.88	10.52	2021年	***	***	2022年	***	***

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 2021-2023年B2C电子商务行业调研

2.1 中国B2C电子商务发展综述

2.1.1 中国B2C电子商务发展历程

2.1.2 中国B2C电子商务政策环境

2.1.3 B2C电子商务生态链盘点

2.1.4 呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

2.2 2021-2023年中国B2C电子商务发展分析

2.2.1 中国B2C电子商务行业发展盘点

2.2.2 中国B2C电子商务行业发展特征

2.2.3 中国B2C电子商务行业发展现状

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

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电子商务的投资前景
 - 2.6.3 构建电子发票系统推进B2C电子商务发展
- 第三章 2021-2023年B2C电子商务市场调研
 - 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 2021-2023年中国B2C电子商务市场现状
 - 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 2021-2023年B2C电子商务在不同行业的应用
 - 4.1 3C产品
 - 4.1.1 中国3C类产品B2C市场规模
 - 4.1.2 中国3C类产品B2C市场特征
 - 4.1.3 中国3C类产品B2C市场动态
 - 4.1.4 3C产品B2C网站竞争格局
 - 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
 - 4.2.2 中国母婴B2C电子商务市场概况
 - 4.2.3 中国母婴B2C市场格局分析
 - 4.2.4 母婴B2C电子商务运作模式
 - 4.2.5 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 中国服装B2C市场发展现状
 - 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 健康服务促进B2C电商发展
- 4.4.2 中国医药行业B2C发展概况
- 4.4.3 中国医药B2C行业发展规模
- 4.4.4 中国医药B2C行业竞争动态
- 4.5 B2C电子商务在其他领域的应用
- 4.5.1 旅游
- 4.5.2 珠宝
- 4.5.3 酒
- 4.5.4 茶叶

第五章 2021-2023年B2C电子商务主要企业经营分析

- 5.1 当当网
- 5.1.1 企业发展概况
- 5.1.2 当当网发展历程
- 5.1.3 2020年当当网经营状况
- 5.1.4 2021年当当网经营状况
- 5.1.5 2022年当当网经营状况
- 5.2 麦考林
- 5.2.1 企业发展概况
- 5.2.2 2020年麦考林经营状况
- 5.2.3 2021年麦考林经营状况
- 5.2.4 2022年麦考林经营状况
- 5.3 天猫
- 5.3.1 企业发展概况
- 5.3.2 天猫商城发展回顾
- 5.3.3 天猫商城交易规模
- 5.3.4 天猫商场用户规模
- 5.3.5 天猫商品发展现状
- 5.4 京东商城
- 5.4.1 企业发展概况
- 5.4.2 京东商城发展历程
- 5.4.3 京东商城用户规模
- 5.4.4 京东商城布局动态

5.4.5 2020年京东经营状况

5.4.6 2011年京东经营状况

5.4.7 2022年京东经营状况

5.5 亚马逊中国

5.5.1 企业发展概况

5.5.2 亚马逊中国布局动态

5.5.3 2020年亚马逊经营状况

5.5.4 2021年亚马逊经营状况

5.5.5 2022年亚马逊经营状况

5.6 苏宁易购

5.6.1 企业发展概况

5.6.2 苏宁易购发展历程

5.6.3 苏宁易购的定位

5.6.4 苏宁易购竞争优势

5.6.5 苏宁易购产品类别

5.6.6 苏宁易购布局动态

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 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 B2C电商投融资概况

6.1.2 B2C电商投融资特征

6.1.3 电子商务B2C行业投资机会

6.2 B2C电子商务前景趋势分析

6.2.1 中国B2C市场趋势预测展望

6.2.2 2023-2027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：关于积极推进“互联网+”行动的指导意见

附录四：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 2017年中国B2C市场交易规模

图表 2017年中国B2C与C2C占比变化

图表 2017年中国B2C市场交易额份额

图表 2018年B2C交易市场十强榜单

图表 2017年中国B2C市场3C品类交易规模

图表 2018年中国B2C市场3C品类交易规模

图表 2019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 中国电商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 2013-2018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 2019-2020年当当网综合损益表

图表 2019-2020年当当网不同业务收入

图表 2020-2021年当当网综合损益表

图表 2020-2021年当当网不同业务收入

图表 2021-2022年当当网综合损益表

图表 2021-2022年当当网不同业务收入

图表 2019-2020年麦考林综合损益表

图表 2019-2020年麦考林不同部门收入和成本

图表 2020-2021年麦考林综合损益表

图表 2020-2021年麦考林不同部门收入和成本

图表 2021-2022年麦考林综合损益表

图表 2021-2022年麦考林不同部门收入和成本

图表 2023-2027年中国B2C市场交易规模预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/1671983L3U.html>