

2022-2028年中国B2C电子商务行业发展趋势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国B2C电子商务行业发展趋势与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202203/278637.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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2015年的最新数据统计我国网民超6.82亿，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2015年将达到8561亿，2016年将达到9200亿，年增长速度在85%以上，成为互联网新经济最强大的增长引擎。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国B2C电子商务行业发展趋势与市场需求预测报告》共十章。首先介绍了B2C电子商务行业市场发展环境、B2C电子商务整体运行态势等，接着分析了B2C电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了B2C电子商务市场竞争格局。随后，报告对B2C电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了B2C电子商务行业发展趋势与投资预测。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 2015-2019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 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 2015-2019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 2015-2019年中国B2C电子商务行业现状综述

- 3.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国B2C电子商务网站及流通问题分析

4.1 2015-2019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 2015-2019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电子商务物流配送剖析

4.2.3 B2C电子商务领域的逆向物流研究

第五章 2015-2019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 2019年美国B2C电子商务市场发展现状

5.2 2015-2019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 2015-2019年中国电子商务B2C市场分析

5.3.1 2019年中国B2C网上零售市场分析

5.3.2 2019年中国电子商务B2C市场发展分析

5.3.3 2019年日用百货成为我国B2C市场新增长点

5.3.4 2019年中国出版物B2C网络零售市场分析

5.3.5 2019年我国服装B2C市场发展状况分析

第六章 2015-2019年中国B2C电子商务经营及营销战略分析

6.1 2015-2019年中国B2C电子商务经营分析

6.1.1 反映B2C经营状况的核心分析

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 2015-2019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 2015-2019年中国B2C电子商务行业市场竞争格局分析

7.1 2015-2019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 2015-2019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 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

8.2 当当网

- 8.2.1 公司简介
- 8.2.2 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 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 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发展的七大要素
 - 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 2022-2028年中国B2C电子商务投资及前景分析

- 10.1 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年中国B2C电子商务市场预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/278637.html>