

2020-2026年中国B2C在线购物市场深度分析与投资战略报告

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

《2020-2026年中国B2C在线购物市场深度分析与投资战略报告》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/202002/153319.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商城，又称网上商城系统，英文是Online Mall system，这个单词最先提出的是英国的Lap公司，该公司在中国大陆设有分公司，1998年，当时英国在线购物刚刚起步，Lap在英国系统开发方面已经小有名气，为规范市场称谓，则提出Online Mall system统一名称，同时还提出了Online Shopping System（网上购物系统），Online store system（网上商店系统），后被引入中国，亦是现在的网上商城购物系统。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。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国B2C在线购物市场深度分析与投资战略报告》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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 中国在线购物市场相关概述

第一节 在线购物相关概念

一、电子商务概述

二、在线购物概述

三、B2C在线购物概述

第二节 中国在线购物市场规模与结构

一、中国在线购物市场规模

二、中国在线购物市场结构

第三节 C2C在线购物市场概述

一、综述

二、淘宝

三、ebay易趣

四、拍拍网

五、其它

第二章 2019年中国在线购物产业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2019年中国在线购物产业政策环境分析

一、中国网络购物迅速向大众普及

二、金融危机下中国网民热捧网络购物

三、网络购物跻身十大网络应用之列

四、地方规范开启网络购物有章可循大门

五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

第三节 2019年中国在线购物产业社会环境分析

一、电子商务

二、在线支付

第三章 2019年中国B2C在线购物产业市场分析

第一节 2019年中国B2C在线购物发展概述

一、发展历程

二、发展特点分析

三、发展趋势分析

第二节 2019年中国B2C在线购物市场分析

一、市场规模

二、市场特点与分类

第三节 消费者行为研究

第四章 2019年中国网络购物行业运行态势分析

第一节 2019年中国网络购物发展总况

一、网络购物在发展回顾

- 二、中国网络购物市场规模迅速增长
- 三、中国网络购物发展挑战传统零售业
- 四、中国网络购物推动就业潜力巨大

第二节 2019年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模
- 二、中国网络购物交易规模
- 三、C2C仍是中国用户首选网购站点
- 四、B2C成为电子商务最主要投资行业

第三节 2019年中国网络购物市场分布

- 一、地域分布
- 二、年龄分布

第四节 2019年中国网络购物市场存在的问题

- 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

第五章 2019年中国B2C电子商务市场运行分析

第一节 2019年国际B2C电子商务市场分析

- 一、英国B2C电子商务市场分析
- 二、中国台湾B2C网络购物市场分析
- 三、2019年美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 2019年中国B2C电子商务市场运行阐述

- 一、中国B2C电子商务迎来快速发展期
- 二、B2C电子商务中的消费者心理分析
- 三、B2C电子商务团购发展分析
- 四、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

第三节 2019年中国电子商务B2C市场分析

- 一、中国B2C网上零售市场分析
- 二、中国电子商务B2C市场发展特点
- 三、日用百货成为我国B2C市场新增长点

四、中国出版物B2C网络零售市场分析

第四节 2019年中国B2C电子商务经营分析

一、B2C电子商务经营状况分析

二、B2C电子商务的主要赢利条件

三、B2C电子商务经营的无形成本分析

四、从两大B2C网站运费竞争看B2C模式的盈利问题

第五节 2019年中国B2C电子商务营销分析

一、B2C电子商务营销具体策略

二、3G时代B2C电子商务网站营销新模式分析

三、B2C电子商务营销主要问题分析

四、B2C电子商务网站的营销策略

第六章 2019年中国综合类B2C网站研究分析

第一节 当当网

一、概述 30

二、运营状况

三、发展战略

第二节 卓越网

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第七章 2019年中国IT类B2C网站研究分析

第一节 eNet硅谷动力商城

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第二节 搜易得

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第三节 其它

第八章 2019年中国餐饮食品类B2C网站研究分析

第一节 搜饭网

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第二节 饭统网

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第三节 其他餐饮食品类B2C网站简析 80

第九章 2019年中国其它类B2C网站深度研究分析

第一节 广场美容化妆品类B2C网站研究——NO5时尚

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第二节 图书音像类B2C网站研究——易文网简介

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第三节 鲜花礼品类B2C网站研究——莎啦啦

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第四节 服装服饰类B2C网站研究——时尚起义

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第五节 保健成人B2C网站研究——桔色

- 一、概述
- 二、运营状况

三、发展战略

第六节 办公文具类B2C网站研究——世纪文具网

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第十章 2020-2026年中国B2C在线购物产业发展前景与投资预测分析

第一节 2020-2026年中国网络购物市场发展趋势分析

一、中国网络购物市场的前景无限美好

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展

三、中国网络购物市场规模预测

四、2019年左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 2020-2026年中国B2C电子商务前景趋势分析

一、中国B2C市场规模预测

二、我国B2C电子商务未来发展趋势

三、B2C电子商务将走向细分

第三节 2020-2026年中国B2C在线购物投资机会分析

第四节 2020-2026年中国B2C在线购物投资风险分析

第五节 2020-2026年中国B2C在线购物发展建议

图表目录：（部分）

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015-2019年我国在线购物市场规模变化分析

图表：2015-2019年我国网上购物市场结构分析

图表：2015-2019年我国B2C电子商务销售规模分析

图表：2015-2019年我国台湾B2C网络购物市场规模分析

图表：2019年中国B2C电子商务市场份额

图表：亚马逊历年营业情况

图表：中国电子商务发展大事记

图表：中国电子商务领域相关法规

图表：2015-2019年中国在线支付市场规模

图表：用户选择B2C网站时的考虑因素

图表：中国上网计算机数和上网用户数历史趋势图

图表：用户了解购物网站的主要渠道

图表：2015-2019年中国网上购物交易额及增长率

图表：2015-2019年中国网上购物用户数及增长率

图表：用户使用购物网站的情况

图表：2015-2019年全国消费品总额与全国网购总额的比较

图表：用户网上购物的商品类型

图表：网购总额的增长远超全国消费品销售总额的增长

图表：网购人数和上网人数的比较

图表：人均网购金额和城镇人均可支配金额的比较

图表：网民半年网上购物金额

图表：图书音像类网站/频道周均覆盖数统计排名

图表：当当网发展历程

图表：卓越网发展历程

图表：中国B2C在线购物网站分类

图表：2019年中国B2C网站用户体验排行榜

图表：2019年京、沪、穗、深网上购物规模与渗透率

图表：2019年购物类网站综合流量排名

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153319.html>