

# 2021-2027年中国B2C电 子商务市场深度分析与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国B2C电子商务市场深度分析与投资前景报告》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/202106/225027.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年的最新数据统计目前我国网民超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《2021-2027年中国B2C电子商务市场深度分析与投资前景报告》共六章。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 2015-2019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 中国B2C电子商务发展面临的挑战
  - 2.6.2 中国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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 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 企业发展历程
  - 5.1.3 企业经营状况
- 5.2 麦考林
  - 5.2.1 企业发展概况
  - 5.2.2 企业发展历程
  - 5.2.3 企业经营状况
- 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 天猫商品运营状况
- 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
- 5.5 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 企业经营状况
- 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
- 5.7 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市场发展前景展望
  - 6.2.2 2021-2027年中国B2C电子商务市场规模预测

### 6.2.3 中国B2C行业发展趋势分析

### 6.2.4 中国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

### 部分图表目录

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 2019年中国B2C市场交易规模

图表 2019年中国B2C与C2C占比变化

图表 2019年中国B2C市场交易额份额

图表 2019年B2C交易市场十强榜单

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 2015-2019年中国酒类B2C网站融资情况

图表 茶叶B2C产业链模式分析

图表 2015-2019年当当网综合损益表

图表 2015-2019年当当网不同业务收入

图表 2015-2019年当当网综合损益表

图表 2015-2019年当当网不同业务收入

图表 2019年当当网综合损益表

图表 2019年当当网不同业务收入

图表 2015-2019年麦考林综合损益表

图表 2015-2019年麦考林不同部门收入和成本

图表 2015-2019年麦考林综合损益表

图表 2015-2019年麦考林不同部门收入和成本

图表 2019年麦考林综合损益表

图表 2019年麦考林不同部门收入和成本

图表 2021-2027年中国B2C市场交易规模预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225027.html>