



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国B2C电子商务市场 行情态势及发展趋势研究 报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国B2C电子商务市场行情态势及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/210925.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第一章、B2C电子商务概述

#### 第一节、电子商务介绍

- 一、电子商务的概念及分类
- 二、电子商务主要应用系统
- 三、电子商务发展的支撑环境

#### 第二节、B2C电子商务介绍

- 一、B2C模式概述
- 二、B2C电子商务模式具体分类

### 第二章、B2C电子商务行业分析

#### 第一节、中国B2C电子商务发展概况

- 一、中国B2C电子商务行业发展历程
- 二、2010年中国B2C电子商务行业发展盘点
- 三、2011年中国B2C电子商务行业发展盘点
- 四、我国B2C电子商务主要模式分析
- 五、呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

#### 第二节、B2C电子商务网站分析

- 一、B2C电子商务网站的优势
- 二、B2C电子商务网站的发展误区
- 三、B2C电子商务网站发展状况分析
- 四、B2C电子商务网站运营的主要因素
- 五、B2C电子商务网站优化的主要经验

#### 第三节、B2C电子商务物流问题分析

- 一、B2C类电子商务的主要物流形式
- 二、B2C电子商务货物配送剖析
- 三、B2C电子商务领域的逆向物流研究

#### 第四节、B2C电子商务发展存在的问题及对策

- 一、我国B2C电子商务发展面临的挑战
- 二、我国B2C电子商务的发展战略
- 三、构建电子发票系统推进B2C电子商务发展

### 第三章、B2C电子商务市场分析

#### 第一节、国际电子商务零售市场

- 一、2010年全球网络购物市场现状及未来预测
- 二、台湾B2C市场发展分析
- 三、2011年美国电子商务零售市场发展分析
- 四、2015年美国团购市场发展预测

#### 第二节、中国B2C电子商务市场发展概况

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

#### 第三节、2009-2011年中国电子商务B2C市场分析

- 一、2009年中国B2C电子商务市场分析
- 二、2010年中国B2C电子商务市场分析
- 三、2010年我国B2C电子商务企业排名分析
- 四、2011年我国B2C电子商务市场分析

#### 第四节、B2C电子商务市场竞争分析

- 一、中国电子商务B2C市场竞争格局剖析
- 二、中国B2C市场的领先企业分析
- 三、B2C市场两类企业的竞争状况分析
- 四、网络型电子商务企业面对传统企业介入的发展措施
- 五、传统零售业进军B2C电子商务领域面临的挑战及对策

#### 第五节、B2C电子商务经营分析

- 一、B2C电子商务企业的生存状况
- 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

#### 第六节、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

### 第四章、B2C电子商务在不同行业的应用

## 第一节、3C产品

- 一、IT产品B2C网络渠道发展趋好
- 二、中国3C类产品电子商务B2C市场发展分析
- 三、我国3C产品B2C网站竞争分析
- 四、笔记本B2C市场发展分析
- 五、手机B2C电子商务发展探析
- 六、家电B2C电子商务发展状况剖析

## 第二节、母婴产品

- 一、国外母婴B2C市场的运营模式分析
- 二、我国母婴B2C电子商务市场发展分析
- 三、母婴B2C电子商务的模式与操作
- 四、我国母婴类B2C市场前景看好

## 第三节、服装

- 一、中国服装B2C市场发展分析
- 二、网盛打造服装B2C新模式
- 三、服装B2C的发展出路探析
- 四、服装B2C发展的两大要素
- 五、品质是内衣B2C发展的关键因素

## 第四节、B2C电子商务在其他领域的应用

- 一、B2C旅游电子商务出现基于无线技术的另类新模式
- 二、化妆品B2C电子商务网站经营的三方策略
- 三、健康服务成B2C电子商务发展新思路
- 四、我国珠宝类B2C市场发展状况分析

## 第五章、B2C电子商务主要企业分析

### 第一节、当当网

- 一、公司简介
- 二、当当网发展历程
- 三、当当网大规模向开放式综合B2C扩张
- 四、2009年当当网经营状况分析
- 五、2010年当当网经营状况分析
- 六、2011年当当网经营状况分析

## 第二节、麦考林

- 一、公司简介
- 二、2009年麦考林经营状况分析
- 三、2010年麦考林经营状况分析
- 四、2011年麦考林经营状况分析

## 第三节、卓越亚马逊

- 一、公司简介
- 二、2011年卓越亚马逊正式开放卖家平台
- 三、卓越亚马逊的发展战略
- 四、卓越亚马逊成功经验探析

## 第四节、京东商城

- 一、公司简介
- 二、京东商城的发展概况
- 三、2011年京东商城终止与支付宝的合作
- 四、京东商城的品牌发展策略
- 五、京东商城的战略规划解析

## 第五节、淘宝网

- 一、公司简介
- 二、淘宝进军B2C的优势及挑战
- 三、2009年淘宝网运营情况
- 四、2010年淘宝经营状况
- 五、2011年淘宝网运营状况分析

## 第六节、红孩子

- 一、公司简介
- 二、红孩子双轮营销模式分析
- 三、红孩子的多品牌战略发展分析
- 四、2011年红孩子公司奢侈品频道正式上线

## 第七节、其他B2C电子商务企业介绍

- 一、中国新蛋网
- 二、Vancl凡客诚品
- 三、麦包包

## 第六章、B2C电子商务投资及前景分析

### 第一节、B2C电子商务市场投资分析

- 一、2010年中国电子商务B2C行业投资状况
- 二、2011年我国B2C行业投融资分析
- 三、中国电子商务B2C行业投资机会简述
- 四、投资B2C电子商务的风险分析

### 第二节、B2C电子商务前景趋势分析

- 一、2012-2016年中国B2C电子商务市场规模预测
- 二、我国B2C行业发展趋势分析

#### 图表目录：

图表 B2C电子商务的7大要素

图表 全球网络购物市场交易规模预测

图表 2009-2015年美国电子商务零售交易额及增长率

图表 2011-2015年美国团购市场规模预测

图表 2008-2009年中国B2C网上零售市场交易规模

图表 2003-2010年中国B2C网上零售市场销售规模

图表 2010年中国B2C厂商市场份额

图表 2010年中国B2C在线零售商交易额TOP30排名

图表 2010年中国B2C在线零售商月度访问人次TOP30排名

图表 2011年中国B2C市场交易规模

图表 中国B2C企业的格局模型分析

图表 中国3C市场销售规模

图表 中国3C细分产品市场销售规模情况

图表 中国B2C市场3C产品企业份额

图表 中国B2C市场3C产品主要厂商经营情况

图表 中国母婴电子商务B2C市场份额

图表 中国B2C市场母婴产品主要厂商经营情况

图表 2010年中国服装网络购物不同平台类型网站市场份额

图表 2010年中国B2C服装网络购物市场份额分布

图表 中国珠宝产品B2C网上零售市场份额

图表 中国B2C市场珠宝产品主要厂商经营情况

- 图表 2007-2009年当当网综合损益表
- 图表 2008-2019年当当网不同业务收入情况
- 图表 2008-2010年当当网综合损益表
- 图表 2009-2010年当当网不同业务收入情况
- 图表 2011年当当网综合损益表
- 图表 2011年当当网不同业务收入情况
- 图表 2006-2009年麦考林综合损益表
- 图表 2006-2009年麦考林不同部门收入和成本
- 图表 2009-2010年麦考林综合损益表
- 图表 2010-2011年麦考林综合损益表
- 图表 淘宝网十大商品销售排行榜
- 图表 2012-2016年中国B2C电子商务市场规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/210925.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。