



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国B2C电子商务行业市场评估分析及发展前景 调研战略研究报告

一、调研说明

《2018-2024年中国B2C电子商务行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/291143.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

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

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015年当当网经营状况

5.1.4 2016年当当网经营状况

5.1.5 2017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 2015年麦考林经营状况

5.2.3 2016年麦考林经营状况

5.2.4 2017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

5.4.5 2015年京东经营状况

5.4.6 2016年京东经营状况

5.4.7 2017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 2015年亚马逊经营状况

5.5.4 2016年亚马逊经营状况

5.5.5 2017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 Vancl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 (AKLT)

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 2018-2024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 2017年B2C交易市场十强榜单

图表 2015年中国B2C市场3C品类交易规模

图表 2016年中国B2C市场3C品类交易规模

图表 2017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 2013-2017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 2014-2017年当当网综合损益表

图表 2014-2017年当当网不同业务收入

图表 2015-2017年当当网综合损益表

图表 2015-2017年当当网不同业务收入

图表 2017年当当网综合损益表

图表 2017年当当网不同业务收入

图表 2014-2017年麦考林综合损益表

图表 2014-2017年麦考林不同部门收入和成本

图表 2015-2017年麦考林综合损益表

图表 2015-2017年麦考林不同部门收入和成本

图表 2017年麦考林综合损益表

图表 2017年麦考林不同部门收入和成本

图表 2018-2024年中国B2C市场交易规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291143.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）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。