

2013-2017年中国电商大战 市场全景调查及投资前景预测报告

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

《2013-2017年中国电商大战市场全景调查及投资前景预测报告》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/201306/94044.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

电商大战从表面情况来看可能是消费者收益，但从长远的角度来审视，广大的消费者不仅不是获利者，反而是受害者，最大的遭殃者。因为，在这场价格战争中，不管是哪个电商巨头最终取得胜利，击溃了其他电商而占领市场之时，也就是该家电商夺取定价制高点的开始。这也就意味着此前多家相互竞争的格局将被一家垄断所取代。一旦某家电商在市场份额中占据了绝对的优势，从而掌控该领域的定价权，那么必然会大大抬高价格，来获取暴利来补偿先前的价格战争损失。而此时由于失去了竞争的格局，没有了制约，也就任其天马行空，但这对于消费者而言，绝对是噩梦开始。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国电商大战市场全景调查及投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国电商大战行业市场发展环境、中国电商大战整体运行态势等，接着分析了中国电商大战行业市场运行的现状，然后介绍了中国电商大战市场竞争格局。随后，报告对中国电商大战做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商大战行业发展趋势与投资预测。您若想对电商大战产业有个系统的了解或者想投资电商大战行业，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。

第一章 2012年电商大战影响评估及趋势预测

第一节 电商大战事件发展背景

第二节 电商大战事件发展深度分析

第三节 电商大战事件影响评估

一、电商大战对市场格局的影响

二、电商大战对市场带来的不利影响

三、电商大战对家电厂家的影响评估

第四节 电商大战未来发展结果预测

第二章 2012年世界电子商务市场发展分析

第一节 世界电子商务发展状况

一、世界电子商务的发展历程

二、欧美国家电子商务飞速发展的动因

三、拉美地区电子商务发展迅猛

- 四、2012年欧洲电子商务网站排名
- 五、2013年全球电子商务销售额预测
- 六、2015年中国将成全球最大电子商务市场

第二节 美国

- 一、美国电子商务领域十年成果综述
- 二、2012年美国零售业电子商务现状
- 三、2013年美国零售业电子商务市场透析
- 四、美国电子商务迅速发展的原因
- 五、美国电子商务海外销售预测
- 六、2016年美国移动电子商务市场规模预测

第三节 英国

- 一、2012年英国电子商务销售额
- 二、英国电子商务的政策体系解析
- 三、2012年英国电子商务销售额涨势强劲
- 四、2012年英国电子商务全球领先

第四节 其他国家

- 一、新加坡政府力促电子商务发展
- 二、2012年阿根廷网上交易发展势头迅速
- 三、2012年法国电子商务发展迅猛
- 四、2012年韩国电子商务的发展回顾
- 五、日本B2C进入中国 开启中日购物新模式

第三章 2012年中国电子商务行业发展分析

第一节 中国电子商务发展综述

- 一、中国电子商务的发展阶段
- 二、中国电子商务税收政策
- 三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节 中国电子商务行业发展现状

- 一、2012年中国电子商务行业发展特征与趋势
- 二、2013年中国电子商务行业发展分析

第三节 企业应用电子商务分析

- 一、电子商务提升企业竞争力
- 二、国内企业电子商务发展战略

三、传统企业开展电子商务营销之三大主流模式

四、2012年中国行业电子商务网站会员总量规模

第四节 中小企业电子商务的应用

一、电子商务给中小企业带来的收益

二、中小企业电子商务服务模式的构建

三、2012年国内中小企业电子商务应用分析

第五节 电子商务行业的盈利分析

一、中国电子商务的基本盈利模式

二、影响电子商务盈利模式成功的因素

三、2012年电子商务盈利情况分析

四、2013年电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势

第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略

一、2012年中国电子商务行业发展隐忧监测

二、制约我国电子商务发展的关键因素

三、我国电子商务发展方向与策略

四、我国发展电子商务的原则与模式选择

第四章 2012年中国电子商务市场调查

第一节 2012年中国电子商务市场概况

一、电子商务市场特征分析

二、2012年中国电子商务发展周期分析

三、2012年中国电子商务动态研究

四、2012年中国电子商务市场数据监测

第二节 2012年电子商务市场竞争状况

一、2012年电子商务竞争格局加剧

二、2012年电子商务市场格局

三、2012年沃尔玛在华启动电子商务

四、2012年电子商务发展是国美核心发展战略的重要组成

第三节 中国主要地区电子商务发展概况

一、浙江省电子商务产业十二五发展规划

二、江苏省电子商务应用率高

三、上海将大力发展电子商务应用产业

四、深圳电子商务进入快速发展期

五、北京有望成为中国电子商务企业聚集地

六、重庆新政扶持电子商务产业提速

第五章 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电子商务的发展演变

二、中国B2C迅速崛起

三、中国B2C网络购物发展原因剖析

五、我国B2C电子商务主要模式分析

六、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电子商务网站运营的主要因素

四、B2C网站用户差异研究

五、B2C电子商务网站市场影响力分析

六、B2C电子商务网站实例分析

七、2012年中国B2C流量分析

八、2012年B2C电子商务网站市场分析

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电子商务企业物流存在的主要问题

三、我国B2C电子商务的物流配送瓶颈的解决对策

四、B2C企业物流模式设计

五、中国网络购物物流配送研究

六、B2C电子商务领域的逆向物流研究

七、中国电子商务物流环境机遇与挑战

第四节 B2C电子商务发展存在的问题及对策

一、B2C电子商务企业面临的困难

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

四、B2C电子商务企业战略联盟策略

第六章 B2C电子商务市场分析

第一节 国际B2C电子商务市场

- 一、英国B2C电子商务市场分析
- 二、台湾B2C网络购物市场分析
- 三、2012年美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 中国B2C电子商务市场发展概况

- 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 2012年中国电子商务B2C市场分析

- 一、2012年中国B2C网上零售市场分析
- 二、2012年中国电子商务B2C市场发展分析
- 三、2012年中国网络零售发展现状及产业规模
- 四、2012年中国B2C市场交易规模
- 五、2012年B2C领域平台竞争情况分析

第四节 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
- 五、B2C运营规模与利润的选择
- 六、浅谈中国式B2C井喷下的赢利挣扎
- 七、国内B2C网站集体多元化系统风险研究
- 八、B2C为盈利抱团取暖 淘宝腾讯争相推电商平台
- 九、2011年中国电子商务网站价格战凸显B2C成长阵痛

第五节 B2C电子商务市场竞争分析

- 一、2012年B2C凸显寡头竞争格局
- 二、2012年中国B2C购物网站市场份额
- 三、2012年中国B2C在线零售商Top30
- 四、2012年中国B2C网商竞争加剧
- 五、2012年B2C与C2C的竞争及趋势
- 六、2013-2017年B2C竞争预测

- 七、自建物流体系成B2C企业与淘宝竞争利器
- 八、传统企业涉水B2C电子商务领域
- 九、网络型电子商务企业面对传统企业介入的发展措施
- 十、传统零售业进军B2C电子商务领域面临的挑战及对策

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
- 五、B2C市场竞争策略
- 六、B2C时代的分销策略

第七章 2012年中国移动电子商务发展分析

第一节 移动电子商务概述

- 一、移动电子商务的含义及服务内容
- 二、移动电子商务的优点
- 三、移动电子商务的应用
- 四、移动电子商务主要技术分析

第二节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式

- 一、实施直面客户模式的基础分析
- 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析
- 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略

第三节 中国移动电子商务市场发展分析

- 一、移动电子商务市场行业特征
- 二、B2B移动电子商务市场交易规模
- 三、B2B类移动电子商务企业市场占有率
- 四、2012年我国手机电子商务市场规模
- 五、2012年移动电子商务市场行业特征
- 六、2012年移动电子商务潜力巨大迎来投资热潮

第四节 中国主要地区移动电子商务发展状况

- 一、2012年湖南移动电子商务发展状况
- 二、2012年成都力争移动电子商务产业高地
- 三、2012年香格里拉旅游移动电子商务项目在迪庆启动

第五节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略

- 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题
- 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策
- 三、创新移动电子商务模式发展策略探析
- 四、移动电子商务的几个营销策略
- 五、中国移动电子商务发展建议

第六节 移动电子商务的市场前景及发展趋势

- 一、中国移动电子商务市场化前景广阔
- 二、移动电子商务发展趋势

第八章 2012年中国电子商务竞争主体企业调研分析

第一节 京东商城

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第二节 苏宁易购

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第三节 国美网上商城

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第四节 淘宝天猫

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第五节 当当网

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第六节 EBAY易趣

- 一、公司简介
- 二、网站经营状况分析

第九章 2012年中国电子商务行业发展环境分析

第一节 国内电子商务经济环境分析

- 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、2013年中国电子商务经济发展预测分析

第二节 中国电子商务行业政策环境分析

第十章 2013-2017年电子商务消费环境分析

第二节 电子商务市场目标客户群体分析

一、目标明确客户

二、目标不是很明确

三、无目标的游客

第三节 电子商务市场消费心理分析

一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征

二、制约电子商务发展的心理因素分析

三、电子商务中现代企业的应对策略

第四节 2012年中国网民电子商务行为研究

一、2012年中国网民电子商务行为区域数据分析

二、2012年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计分析

三、2012年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计分析

四、2012年用户发生电子商务行为时段统计分析

五、2012年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计分析

六、2012年用户发生电子商务行为场所统计分析

七、2012年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计分析

八、2012年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计分析

九、2012年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计分析

十、2012年中国电子商务市场交易规模统计分析

十一、2012年知名电子商务网站前三甲统计分析

十二、2012年电子商务平台合作物流公司排行榜

十三、2012年中国电子商务网站用户体验排行榜

第十一章 2013-2017年电子商务行业发展趋势预测

第一节 2013-2017年影响电子商务行业发展的主要因素

一、影响电子商务行业运行的几种有利因素

二、影响电子商务行业运行的几种不利因素

三、影响电子商务行业运行的关键制约因素

第二节 “十二五”中国电子商务发展规划

一、指导思想和主要目标

二、工作任务

三、重点工程

四、保障措施

第三节 2013-2017年电子商务行业发展预测

- 一、2013-2017年中国电子商务市场前景预测
- 二、2013-2017年我国电子商务发展方向与策略
- 三、2013-2017年电子商务进入规模扩张阶段
- 四、2013-2017年开拓海外电子商务市场策略

第四节 2013-2017年电子商务行业发展预测

- 一、B2C受VC追捧，资本主导市场主力军
- 二、B2C网站加速百货化
- 三、价格战竞争将加剧
- 四、B2C将替代C2C成网购主流

第十二章 2013-2017年电子商务行业发展战略探讨

第一节 2013-2017年电子商务行业发展战略

- 一、制定电子商务行业发展政策
- 二、合理开发和利用电子商务资源
- 三、推进科技进步与创新
- 四、促进电子商务行业可持续发展
- 五、电子商务升级物流战略

第二节 2013-2017年提升电子商务行业竞争力的建议

第三节 2013-2017年国外先进经验对我国的借鉴

第四节 2013-2017年企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、国际化策略

第十三章 2013-2017年电子商务行业风险评估

第一节 企业推行电子商务谨防六大风险

- 一、模式同质化风险

二、超前的风险

三、滞后的风险

四、技术风险

五、信誉风险

六、人才风险

第三节 目前电子商务的三大隐患风险点分析

一、“价格战”扰行业发展

二、信用体系建设不完善

三、物流配套体系仍需完善

第三节 电子商务交易风险研究评述

一、电子商务交易风险及其特点

二、电子商务交易风险分析的方法

三、电子商务交易风险分析的模型

四、需要进一步研究的问题

第十四章 2013-2017年电子商务行业投资策略探讨

第一节 2013-2017年电子商务行业投资环境

一、政策环境

二、经济环境

三、市场环境

第二节 2013-2017年电子商务行业投资状况分析

一、投资状况分析

二、投资趋势预测

第三节 2013-2017年电子商务行业投资方向及建议

一、产业发展的空白点分析

二、投资回报率比较高的投资方向

三、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2013-2017年电子商务行业投资风险分析

一、风险因素

二、行业风险

三、市场风险

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/94044.html>