

# 2023-2029年中国B2C电 子商务产业发展现状与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国B2C电子商务产业发展现状与投资前景预测报告》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/202309/402422.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《2023-2029年中国B2C电子商务产业发展现状与投资前景预测报告》共十章。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&nbsp;B2C电子商务概述

#### 1.1&nbsp;电子商务介绍

##### 1.1.1&nbsp;电子商务的概念及分类

##### 1.1.2&nbsp;电子商务主要应用系统

##### 1.1.3&nbsp;电子商务发展的支撑环境

#### 1.2&nbsp;B2C电子商务介绍

##### 1.2.1&nbsp;B2C模式概述

##### 1.2.2&nbsp;B2C电子商务模式具体分类

### 第二章&nbsp;2023-2029年中国电子商务行业的政策环境解读

#### 2.1&nbsp;中国电子商务行业发展的政策现状

##### 2.1.1&nbsp;我国电子商务行业相关政策简述

2.1.2&emsp;《关于加快流通领域电子商务发展的意见》解读

2.1.3&emsp;2023-2029年我国电子商务发展政策环境分析

2.2&emsp;电子商务立法的核心部分

2.2.1&emsp;中国电子商务立法总则

2.2.2&emsp;数字化信息的法律效力

2.2.3&emsp;电子合同的法律效力

2.2.4&emsp;网络服务提供者的法律职责

2.3&emsp;中国电子商务立法的问题及策略

2.3.1&emsp;中国电子商务政策法律环境有待完善

2.3.2&emsp;妨碍中国电子商务规范发展的问题

2.3.3&emsp;中国电子商务立法的认识误区

2.3.4&emsp;电子商务立法应注意的关键事项

2.3.5&emsp;改革中国电子商务政策法律环境的策略

2.4&emsp;电子商务行业的具体政策法规

第三章&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务行业现状综述

3.1&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务发展概况

3.1.1&emsp;中国B2C电子商务的发展演变

3.1.2&emsp;中国B2C迅速崛起

3.1.3&emsp;我国B2C电子商务主要模式分析

3.2&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务发展动态分析

3.2.1&emsp;呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

3.2.2&emsp;B2C资源争夺开战

3.2.3&emsp;中国邮政携TOM亲耕B2C电子商务

3.3&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务发展存在的问题及对策

3.3.1&emsp;B2C电子商务企业面临的困难

3.3.2&emsp;制约B2C电子商务发展的瓶颈因素

3.3.3&emsp;我国B2C电子商务的发展战略

3.3.4&emsp;构建电子发票系统推进B2C电子商务发展

第四章&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务网站及流通问题分析

4.1&emsp;2023-2029年B2C电子商务网站分析

- 4.1.1&emsp;B2C电子商务网站的优势
- 4.1.2&emsp;B2C电子商务网站的发展误区
- 4.1.3&emsp;B2C电子商务网站运营的主要因素
- 4.1.4&emsp;B2C电子商务网站实例分析
- 4.2&emsp;2023-2029年B2C电子商务物流问题分析
- 4.2.1&emsp;B2C类电子商务的主要物流形式
- 4.2.2&emsp;B2C电子商务物流配送剖析
- 4.2.3&emsp;B2C电子商务领域的逆向物流研究

## 第五章&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务市场分析

- 5.1&emsp;B2C电子商务市场
- 5.1.1&emsp;英国B2C电子商务市场分析
- 5.1.2&emsp;台湾B2C网络购物市场分析
- 5.1.3&emsp;2022年美国B2C电子商务市场发展现状
- 5.2&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务市场发展概况
- 5.2.1&emsp;中国B2C电子商务迎来快速发展期
- 5.2.2&emsp;B2C电子商务中的消费者心理分析
- 5.2.3&emsp;B2C电子商务团购发展分析
- 5.2.4&emsp;B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 5.3&emsp;2023-2029年中国电子商务B2C市场分析
- 5.3.1&emsp;2022年中国B2C网上零售市场分析
- 5.3.2&emsp;2022年中国电子商务B2C市场发展分析
- 5.3.3&emsp;2022年日用百货成为我国B2C市场新增长点
- 5.3.4&emsp;2022年中国出版物B2C网络零售市场分析
- 5.3.5&emsp;2022年我国服装B2C市场发展状况分析

## 第六章&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务经营及营销战略分析

- 6.1&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务经营分析
- 6.1.1&emsp;反映B2C经营状况的核心分析
- 6.1.2&emsp;B2C电子商务的主要赢利条件
- 6.1.3&emsp;B2C电子商务经营的无形成本分析
- 6.1.4&emsp;从两大B2C网站运费竞争看B2C模式的盈利问题

## 6.2&nbsp;2023-2029年中国B2C电子商务营销分析

### 6.2.1&nbsp;B2C电子商务营销具体策略

### 6.2.2&nbsp;3G时代B2C电子商务网络营销新模式分析

### 6.2.3&nbsp;B2C电子商务营销主要问题分析

### 6.2.4&nbsp;B2C电子商务网站的营销策略

## 第七章&nbsp;2023-2029年中国B2C电子商务行业市场竞争格局分析

### 7.1&nbsp;2023-2029年电子商务市场竞争状况分析

#### 7.1.1&nbsp;电子商务竞争的三大方面

#### 7.1.2&nbsp;传统企业纷纷进军电子商务

#### 7.1.3&nbsp;我国电子商务企业向线下会展进军

#### 7.1.4&nbsp;电子商务行业不正当竞争行为分析及其防范

### 7.2&nbsp;2023-2029年中国B2C电子商务市场竞争分析

#### 7.2.1&nbsp;中国B2C电子商务竞争的三个阵营

#### 7.2.2&nbsp;我国两大B2C电子商务网站的较量

#### 7.2.3&nbsp;天涯开始涉入B2C电子商务

#### 7.2.4&nbsp;传统企业涉水B2C电子商务领域

#### 7.2.5&nbsp;传统企业的介入对B2C电子商务的影响

#### 7.2.6&nbsp;网络型电子商务企业面对传统企业介入的发展措施

#### 7.2.7&nbsp;传统零售业进军B2C电子商务领域面临的挑战及对策

## 第八章&nbsp;中国B2C电子商务主要企业分析

### 8.1&nbsp;卓越亚马逊

#### 8.1.1&nbsp;公司简介

#### 8.1.2&nbsp;卓越网发展历史

#### 8.1.3&nbsp;卓越亚马逊牵手支付宝谋求发展

### 8.2&nbsp;当当网

#### 8.2.1&nbsp;公司简介

#### 8.2.2&nbsp;当当实现持续性规模盈利

#### 8.2.3&nbsp;当当网大规模向开放式综合B2C扩张

### 8.3&nbsp;京东商城

#### 8.3.1&nbsp;公司简介

8.3.2&emsp;京东商城牵手支付宝发展B2C市场

8.3.3&emsp;京东商城尝试向综合B2C平台转型

8.3.4&emsp;京东商城销售目标

8.4&emsp;红孩子

8.4.1&emsp;公司简介

8.4.2&emsp;红孩子的发展分析

8.4.3&emsp;红孩子经营态势分析

8.4.4&emsp;红孩子双轮营销模式分析

8.5&emsp;淘宝网

8.5.1&emsp;公司简介

8.5.2&emsp;淘宝网转向B2C领域

8.5.3&emsp;解读淘宝B2C的两种模式

8.5.4&emsp;淘宝进军B2C的优势及挑战

8.6&emsp;其他B2C电子商务企业介绍

8.6.1&emsp;北斗手机网

8.6.2&emsp;新蛋网

8.6.3&emsp;Vancl凡客诚品

## 第九章 中国B2C电子商务在不同行业的应用分析

9.1&emsp;IT产品

9.1.1&emsp;IT产品B2C网络渠道发展趋好

9.1.2&emsp;B2C电子商务与传统IT零售渠道的竞争

9.1.3&emsp;笔记本B2C市场发展分析

9.1.4&emsp;手机B2C电子商务发展探析

9.1.5&emsp;国内大型电脑商城悄然转攻B2C平台

9.2&emsp;母婴产品

9.2.1&emsp;国外母婴B2C市场的运营模式分析

9.2.2&emsp;母婴B2C电子商务的模式与操作

9.2.3&emsp;孕妇类垂直B2C电子商务市场潜力探析

9.3&emsp;服装

9.3.1&emsp;中国服装B2C行业发展分析

9.3.2&emsp;网盛打造服装B2C新模式

9.3.3&emsp;服装B2C的发展出路探析

9.3.4&emsp;服装B2C发展的七大要素

9.3.5&emsp;品质是内衣B2C发展的关键因素

9.4&emsp;B2C电子商务在其他领域的应用

9.4.1&emsp;B2C旅游电子商务出现基于无线技术的另类新模式

9.4.2&emsp;化妆品B2C电子商务网站经营的三方策略

9.4.3&emsp;健康服务成B2C电子商务发展新思路

9.4.4&emsp;家电B2C电子商务发展探析

第十章&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务投资及前景分析

10.1&emsp;2023-2029年B2C电子商务市场投资分析

10.1.1&emsp;B2C电子商务的SWOT分析

10.1.2&emsp;B2C成中国电子商务行业主要投资领域

10.1.3&emsp;B2C受风险投资青睐

10.2&emsp;2023-2029年B2C电子商务前景趋势分析

10.2.1&emsp;我国B2C电子商务未来发展趋势

10.2.2&emsp;B2C电子商务将走向细分

10.2.3&emsp;2023-2029年中国B2C电子商务市场预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/402422.html>