

2017-2022年中国B2C电子商务行业发展调研及投资趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国B2C电子商务行业发展调研及投资趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/292314292314.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

B2C模式是我国最早产生的电子商务模式，以8848网上商城正式运营为标志。B2C即企业通过互联网网上商店为购物者提供购物环境，消费者通过网上选购及网上支付完成购物流程。艾瑞咨询数据显示，2014年中国网络购物市场中B2C交易规模达12882亿元，在整体网络购物市场交易规模的比重达到45.8%，较2013年的40.4%增长了5.4个百分点。从增速来看，B2C市场增长迅猛，2014年中国网络购物B2C市场增长68.7%，远高于C2C市场35.2%的增速，B2C市场将继续成为网络购物行业的主要推动力。

我国B2C网站数量近年也增加迅猛，从消费者的认知度来看，目前知名度较高和比较受欢迎的B2C网站主要有天猫、京东商城、唯品会、当当网、亚马逊、易趣网等。大部分B2C网站在2014年一年中，购买人数一直保持着20%~30%的月增长幅度，同时订单和销售额也以同样的比例稳步攀升。

图：我国B2C电子商务行业发展现状分析

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1我国B2C电子商务发展现状特点

近年我国B2C电子商务飞速发展，从商品销售到配套服务都取得显著成效，但仍有许多地方需要不断完善。总体看来具有以下几个特点。B2C电子商务网站数量持续增加，且经营产品由原来的音响图书、服装、日用品等简单易描述商品转向越来越多商品类型，网购商品种类已基本不受限制。但网站商品质量管理总体情况欠佳，一些服装、鞋、小家电、通讯器材等日常生活类商品存在质量不过关情况。

与电子商务发展相配套的物流配送有了很大改善。B2C网站无论是选择自建物流模式还是选择与第三方物流企业合作，都在提升消费者购物满意度方面不断努力并取得显著进步。但仍有物流配送标准化水平低，物流服务质量不高，高峰期配送不及时甚至丢件等情况出现。各类在线支付方式出现及支付技术的不断完善，让网络购物更便捷。同时，如何确保网络支付安全已经成为阻碍网上支付发展的主要问题。B2C电子商务的售后服务系统更加健全，越来越多电商企业注重售后服务和客户满意度，60%以上的公司对售后服务作出承诺。

2网络消费者的现状

2.1消费者群体变化

随着网络消费者数量不断扩大，网购消费者群体表现出以下几个变化：男性网购者占比呈逐年上升趋势；网购人群年龄层逐渐提高，中高龄网民加速渗透；网购用户仍以中高学历为主，但用户的学历差距有所缩小；网购群体中，收入结构向中高端发展。

2.2B2C电子商务消费者评价

随着网络购物日渐成熟，它给人们生活带来的便利已经被越来越多消费者认可。而消费者对购物过程的满意度对网络购物的发展显得尤为重要。艾瑞网络用户在线调研数据显示，52.2%的中国用户有过网购不满意的经历。艾瑞分析认为，虽然中国网购市场整体规模增长迅速，但一些购物网站在商品质量、页面体验、配送速度等方面却达不到用户要求，整体服务水平仍有较大的改进空间。

在网络购物中，C2C购物的满意度较低，而B2C电子商务的满意度各项指标比例都高于C2C，满意度较高的都是B2C网站。整体满意度最高的前置依次是京东商城、麦考林、凡客诚品，用户满意度均在84%以上。而在网站的好用性方面，京东商城、凡客诚品、麦考林排前三。京东商城和麦考林被认为是性价比较高的网站。凡客诚品、京东商城、麦考林、当当网的支付满意度较高，在商品配送上，自建物流的满意度较高。麦考林，凡客诚品的售后评价较高。导致消费者不满意的原因主要有：商品与图片不一致、伪劣或残损物品、送货时间长、商品仿冒、卖家骗取货款、快递人员态度不好等。

图：各开放式平台优劣势对比 资料来源：公开资料，中国报告网整理

3B2C电子商务市场竞争状况

3.1我国B2C市场电子商务企业类型

B2C电子商务按服务主体可分为两种类型：自主销售式B2C电子商务和第三方平台式B2C电子商务。自主销售式网站是由企业自建服务于本企业需要的电子商务网站，如凡客诚品、京东商城、当当网、亚马逊、苏宁易购、唯品会等。而第三方平台式B2C是由电子商务企业建立网站向企业提供第三方交易平台的方式，如淘宝商城。一些自主销售式B2C网站为了商品更丰富和更好的利用已有网站资源，也推出B2C购物平台，如京东、当当、亚马逊等都相继开放第三方平台，在自营业务的同时，兼顾第三方平台业务。数据显示，来自全球第三方卖家的商品在亚马逊所销售商品总量中已经超过三成，第三方卖家已经成为了B2C电商的重要组成部分。

3.2B2C电子商务市场企业现状及市场份额

随着越来越多的企业开展网上购物，B2C市场竞争越来越激烈。2013年B2C前三名全年交易额分别为，天猫交易额4410亿元，京东交易额1255亿元，苏宁易购交易额284亿元。中国电子商务研究中心发布了《2014年度中国网络零售市场数据监测报告》，报告显示中国2014年B2C市场份额排名依次为：天猫（59.3%）、京东20.2%、苏宁易购3.1%、唯品会2.8%、国美1.7%、亚马逊中国1.5%、一号店1.4%、易迅1.1%、聚美0.6%、其他所有B2C7%。中国市场B2C购物网站正朝规模化运营方向发展。在TOP30的企业中，总部在北京的有16家、上海6家、广州2家。B2C电子商务还存在巨大的城乡差异，2014年，网购用户中90.5%的人居住在城镇，只有9.5%的网购用户居住在农村地区。北京、上海、广州等几个特大城市电子商务发展迅速。

综上所述，我国B2C电子商务领域仍处于高速发展阶段。越来越多的网络消费者认可网络购物，B2C电子商务市场潜力巨大。与此同时，要提高客户满意度，扩大消费群体，还需要在商品质量、物流配送、电子支付等方面不断改进和完善。

中国报告网发布的《2017-2022年中国B2C电子商务行业发展调研及投资趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

目录：

第一部分产业环境透视

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

第二章中国B2C电子商务行业市场发展环境解析

第一节政策环境

一、中国电子商务政策法规体系简述

二、政府积极引导电子商务行业有序发展

三、我国加强网络商品交易服务行为管理

四、政府规范第三方电子商务交易平台发展

五、我国电子商务行业“十三五”政策导向分析

六、电子商务模式规范

七、第三方电子商务交易平台服务规范

八、商务部“十三五”电子商务发展指导意见

第二节经济环境

一、中国宏观经济运行状况

二、国民经济运行情况

三、我国积极推进经济结构转型升级

四、中国宏观经济“十三五”发展形势分析

第三节社会环境

一、中国互联网络发展状况

二、我国网商队伍不断发展壮大

三、社会信用体系建设已初见成效

第二部分行业深度分析

第三章电子商务产业整体发展态势分析

第一节世界电子商务发展状况

一、世界电子商务的发展与兴起

二、世界电子商务发展的技术支撑和经济环境

三、全球电子商务市场特征分析

四、欧美国家电子商务飞速发展的动因

五、拉美地区电子商务发展迅猛

六、欧盟国家企业电子商务发展现况

七、金融危机给全球电子商务市场带来增长动力

第二节中国电子商务产业发展总况

- 一、中国电子商务发展现状及景气度分析
- 二、中国行业电子商务网站的发展
- 三、国内电子商务物流行业发展态势
- 四、我国第三方支付市场特征及规模分析
- 五、电子商务市场目标客户群体分析
- 六、电子商务市场消费心理分析

第三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、电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点
- 三、电子商务企业赢利的三大原则
- 四、企业电子商务盈利的关键要点

第四节中国电子商务行业存在的问题及策略

- 一、中国电子商务存在的不足
- 二、电子商务行业法律风险加大
- 三、电子商务面临物流和售后服务制约
- 四、中国开展电子商务的主要障碍与对策
- 五、西部少数民族地区企业电子商务发展存在的问题及对策
- 六、我国发展电子商务的原则与模式选择
- 七、开展电子商务中客户关系管理实施措施

第四章中国B2C电子商务发展新形态透析

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、中国B2C电子商务行业发展特色及景气度分析
- 三、中国B2C电子商务行业发展盘点
- 四、我国B2C电子商务主要盈利模式分析
- 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

第五章中国B2C电子商务市场分析

第一节国际电子商务零售市场

一、2016全球网络购物市场现状及未来预测

二、中国台湾B2C市场发展分析

三、美国电子商务零售市场发展分析

四、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

第三节中国电子商务B2C市场分析

一、中国B2C电子商务市场企业排名分析

二、我国B2C电子商务市场分析

三、我国B2C电子商务企业排名分析

四、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、网络型电子商务企业对传统企业的影响

四、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、4G时代B2C电子商务网络营销新模式分析

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

第六章中国B2C电子商务在不同行业的应用探析

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的发展模式分析

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、我国珠宝类B2C市场发展状况分析

第三部分竞争格局分析

第七章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、当当网经营状况分析

五、企业发展动态

六、企业发展战略分析

第二节麦考林

一、公司简介

二、麦考林经营状况分析

三、企业发展动态

四、企业发展战略分析

第三节卓越亚马逊

一、公司简介

二、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、京东商城的品牌发展策略

四、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、淘宝网运营情况

四、企业发展动态

五、企业发展战略分析

第六节其他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

第四部分投资前景展望

第八章中国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、中国电子商务B2C行业投资状况

二、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

第二节中国电子商务行业面临的发展机遇及热点

- 一、新兴产业发展规划给电子商务产业带来的机遇
- 二、三网融合为电子商务行业带来新机遇
- 三、电子商务产业将面临巨大政策机遇
- 四、未来三年中国电子商务产业的发展热点

第九章中国B2C电子商务投资前景预测

第一节中国B2C电子商务行业投资概况

- 一、我国B2C行业投融资分析
- 二、B2C电子商务具有良好的投资价值
- 三、B2C电子商务投资环境利好

第二节中国B2C电子商务面临的发展机遇及热点

- 一、B2C电子商务投资热点
- 二、B2C电子商务投资吸引力分析
- 三、B2C电子商务投资政策机遇

第三节中国B2C电子商务投资风险及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

第四节VC风险投资B2C电子商务网站5大指标

第五节专家建议

第十章中国B2C电子商务发展前景展望及趋势预测分析

第一节中国电子商务发展趋势

- 一、中国电子商务总体发展趋势解析
- 二、中国专业电子商务网站的发展趋势
- 三、电子商务+SaaS的发展空间广阔
- 四、中国电子商务未来发展的重点

第二节B2C电子商务发展趋势预测

- 一、我国B2C电子商务未来发展趋势
- 二、B2C电子商务将走向细分

第三节B2C电子商务市场前景预测分析

- 一、中国B2C电子商务市场规模预测
- 二、中国B2C电子商务市场盈利预测分析
- 三、中国B2C电子商务市场融资预测

图表目录

图表：我国国内生产总值变化

图表：我国国内生产总值增速变化

图表：我国各季度经济增长速度变化

图表：我国国民总收入变化

图表：我国居民收基尼系数变化

图表：我国人均国内生产总值变化

图表：我国国家财政收入变化

图表：我国财政收入增长速度变化

图表：我国财政支出变化

图表：我国货币与准货币供应量

图表：货币与准货币供应量增长率变化

图表：我国黄金储备量变化

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/292314292314.html>