

2010-2015年中国B2C电 子商务行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1011/K147750OKN.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2010-11-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了B2C电子商务行业相关概述、中国B2C电子商务产业运行环境等，接着分析了中国B2C电子商务行业的现状，然后介绍了中国B2C电子商务行业竞争格局。随后，报告对中国B2C电子商务行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国B2C电子商务产业发展前景与投资预测。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。

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2009年的最新数据统计目前我国网民超4亿，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2010年将达到5670亿，2012年将达到7980亿，年增长速度在80%以上，成为互联网新经济最强大的增长引擎。

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 2010年中国电子商务行业的政策环境解读

2.1 中国电子商务行业发展的政策现况

2.1.1 近年我国电子商务行业相关政策简述

2.1.2 《关于加快流通领域电子商务发展的意见》解读

2.1.3 2010年我国电子商务发展政策环境分析

2.2 电子商务立法的核心部分

2.2.1 中国电子商务立法总则

2.2.2 数字化信息的法律效力

2.2.3 电子合同的法律效力

2.2.4 网络服务提供者的法律职责

2.3 中国电子商务立法的问题及策略

2.3.1 中国电子商务政策法律环境有待完善

2.3.2 妨碍中国电子商务规范发展的法律问题

2.3.3 中国电子商务立法的认识误区

2.3.4 电子商务立法应注意的关键事项

2.3.5 改革中国电子商务政策法律环境的策略

2.4 电子商务行业的具体政策法规

2.4.1 《中华人民共和国电子签名法》

2.4.2 《北京市信息化促进条例》

2.4.3 《上海市数字认证管理办法》

2.4.4 《广东省电子商务交易条例》

2.4.5 《杭州市电子商务进企业专项资金管理办法》

2.4.6 《杭州市电子商务进企业专项资金管理办法补充意见

第三章 2010年中国B2C电子商务行业现状综述

3.1 2010年中国B2C电子商务发展概况

3.1.1 中国B2C电子商务的发展演变

3.1.2 中国B2C迅速崛起

3.1.3 我国B2C电子商务主要模式分析

3.2 2010年中国B2C电子商务发展动态分析

3.2.1 呼叫中心在B2C电子商务中的价值分析

3.2.2 B2C资源争夺开战

3.2.3 中国邮政携TOM亲耕B2C电子商务

3.3 2010年中国B2C电子商务发展存在的问题及对策

3.3.1 B2C电子商务企业面临的困难

3.3.2 制约B2C电子商务发展的瓶颈因素

3.3.3 我国B2C电子商务的发展战略

3.3.4 构建电子发票系统推进B2C电子商务发展

第四章 2010年中国B2C电子商务网站及流通问题分析

4.1 2010年B2C电子商务网站分析

4.1.1 B2C电子商务网站的优势

- 4.1.2 B2C电子商务网站的发展误区
- 4.1.3 B2C电子商务网站运营的主要因素
- 4.1.4 B2C电子商务网站实例分析
- 4.2 2010年B2C电子商务物流问题分析
 - 4.2.1 B2C类电子商务的主要物流形式
 - 4.2.2 B2C电子商务货物配送剖析
 - 4.2.3 B2C电子商务领域的逆向物流研究

第五章 2010年中国B2C电子商务市场分析

- 5.1 国际B2C电子商务市场
 - 5.1.1 英国B2C电子商务市场分析
 - 5.1.2 台湾B2C网络购物市场分析
 - 5.1.3 2008年美国B2C电子商务市场发展现状
- 5.2 2010年中国B2C电子商务市场发展概况
 - 5.2.1 中国B2C电子商务迎来快速发展期
 - 5.2.2 B2C电子商务中的消费者心理分析
 - 5.2.3 B2C电子商务团购发展分析
 - 5.2.4 B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 5.3 2007-2009年中国电子商务B2C市场分析
 - 5.3.1 2007年中国B2C网上零售市场分析
 - 5.3.2 2008年中国电子商务B2C市场发展分析
 - 5.3.3 2008年日用百货成为我国B2C市场新增长点
 - 5.3.4 2008年中国出版物B2C网络零售市场分析
 - 5.3.5 2009年我国服装B2C市场发展状况分析

第六章 2010年中国B2C电子商务经营及营销战略分析

- 6.1 2010年中国B2C电子商务经营分析
 - 6.1.1 B2C电子商务经营状况分析
 - 6.1.2 B2C电子商务的主要赢利条件
 - 6.1.3 B2C电子商务经营的无形成本分析
 - 6.1.4 从两大B2C网站运费竞争看B2C模式的盈利问题
- 6.2 2010年中国B2C电子商务营销分析
 - 6.2.1 B2C电子商务营销具体策略
 - 6.2.2 3G时代B2C电子商务网站营销新模式分析

6.2.3 B2C电子商务营销主要问题分析

6.2.4 B2C电子商务网站的营销策略

第七章2010年中国B2C电子商务行业市场竞争格局分析

7.1 2010年电子商务市场竞争状况分析

7.1.1 电子商务竞争的三大方面

7.1.2 传统企业纷纷进军电子商务

7.1.3 我国电子商务企业向线下会展进军

7.1.4 电子商务行业不正当竞争行为分析及其防范

7.2 2010年中国B2C电子商务市场竞争分析

7.2.1 中国B2C电子商务竞争的三个阵营

7.2.2 我国两大B2C电子商务网站的较量

7.2.3 天涯开始涉入B2C电子商务

7.2.4 传统企业涉水B2C电子商务领域

7.2.5 传统企业的介入对B2C电子商务的影响

7.2.6 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 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 2010年中国B2C电子商务主要企业分析

8.1 卓越亚马逊

8.1.1 公司简介

8.1.2 卓越网发展历史

8.1.3 卓越亚马逊牵手支付宝谋求发展

8.1.4 2008年卓越网新北京运营中心成立

8.2 当当网

8.2.1 公司简介

8.2.2 2009年当当实现持续性规模盈利

8.2.3 当当网大规模向开放式综合B2C扩张

8.3 京东商城

8.3.1 公司简介

8.3.2 京东商城牵手支付宝发展B2C市场

8.3.3 京东商城尝试向综合B2C平台转型

8.3.4 2009-2011年京东商城销售目标

8.4 红孩子

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 红孩子的发展分析
- 8.4.3 红孩子经营态势分析
- 8.4.4 红孩子双轮营销模式分析

8.5 淘宝网

- 8.5.1 公司简介
- 8.5.2 淘宝网转向B2C领域
- 8.5.3 解读淘宝B2C的两种模式
- 8.5.4 淘宝进军B2C的优势及挑战

8.6 其他B2C电子商务企业介绍

- 8.6.1 北斗手机网
- 8.6.2 新蛋网
- 8.6.3 VancI凡客诚品

第九章 2010年中国B2C电子商务在不同行业的应用分析

9.1 IT产品

- 9.1.1 IT产品B2C网络渠道发展趋好
- 9.1.2 B2C电子商务与传统IT零售渠道的竞争
- 9.1.3 笔记本B2C市场发展分析
- 9.1.4 手机B2C电子商务发展探析
- 9.1.5 国内大型电脑商城悄然转攻B2C平台

9.2 母婴产品

- 9.2.1 国外母婴B2C市场的运营模式分析
- 9.2.2 母婴B2C电子商务的模式与操作
- 9.2.3 孕妇类垂直B2C电子商务市场潜力探析

9.3 服装

- 9.3.1 中国服装B2C行业发展分析
- 9.3.2 网盛打造服装B2C新模式
- 9.3.3 服装B2C的发展出路探析
- 9.3.4 服装B2C发展的两大要素
- 9.3.5 品质是内衣B2C发展的关键因素

9.4 B2C电子商务在其他领域的应用

- 9.4.1 B2C旅游电子商务出现基于无线技术的另类新模式

9.4.2 化妆品B2C电子商务网站经营的三方策略

9.4.3 健康服务成B2C电子商务发展新思路

9.4.4 家电B2C电子商务发展探析

第十章 2011-2015年中国B2C电子商务投资及前景分析

10.1 2011-2015年B2C电子商务市场投资分析

10.1.1 B2C电子商务的SWOT分析

10.1.2 B2C成中国电子商务行业主要投资领域

10.1.3 B2C受风险投资青睐

10.2 2011-2015年B2C电子商务前景趋势分析

10.2.1 我国B2C电子商务未来发展趋势

10.2.2 B2C电子商务将走向细分

10.2.3 2011-2015年中国B2C电子商务市场预测分析

图表目录：

图表：B2C电子商务的7大要素

图表：台湾B2C网络购物市场规模增长情况

图表：2002-2008年美国零售电子商务销售额及增长率

图表：2006-2011年中国电子商务B2C市场交易额及增长

图表：2008年中国B2C网上销售平台品牌格局

图表：中国出版物B2C网上零售市场实力矩阵

图表：2008年各月红孩子网站月度覆盖人数变化

图表：2007-2008年母婴类网站主要的投资事件

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国B2C电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》，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、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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1011/K147750OKN.html>