

# 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](http://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、&ldquo;价格战&rdquo;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&hellip;&hellip;

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