



# 2014- 2020

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

## 一、调研说明

中商情报网全新发布的《2014-2020年中国电商大战行业竞争现状及发展前景分析报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相

关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商情报网的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2014-2020年中国电商大战行业竞争现状及发展前景分析报告
出版日期	动态更新
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

**【版权声明】**

本报告由中商情报网出品，报告版权归中商智业公司所有。本报告是中商智业公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商智业公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商智业公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商智业公司是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“**鉴别咨**

□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□  
□□□□

## 二、研究报告目录

## 第一章 2014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 2014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、2014年欧洲电子商务网站排名

#### 五、2014-2020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、2014年美国零售业电子商务现状

#### 三、2014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、2014-2020年美国移动电子商务市场规模预测

### 第三节 英国

#### 一、2014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、2014年英国电子商务销售额涨势强劲

#### 四、2014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、2014年阿根廷网上交易发展势头迅速
- 三、2014年法国电子商务发展迅猛
- 四、2014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 2014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、2014年中国电子商务行业发展特征与趋势
- 二、2014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、2014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、2014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、2014年电子商务盈利情况分析

四、2014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、2014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 2014年中国电子商务市场调查

第一节 2014年中国电子商务市场概况

一、电子商务市场特征分析

二、2014年中国电子商务发展周期分析

三、2014年中国电子商务动态研究

四、2014年中国电子商务市场数据监测

第二节 2014年电子商务市场竞争状况

一、2014年电子商务竞争格局加剧

二、2014年电子商务市场格局

三、2014年沃尔玛在华启动电子商务

四、2014年电子商务发展是国美核心发展战略的重要组成

第六节 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、2014年中国B2C流量分析

八、2014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、2014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 2014年中国电子商务B2C市场分析

- 一、2014年中国B2C网上零售市场分析
- 二、2014年中国电子商务B2C市场发展分析
- 三、2014年中国网络零售发展现状及产业规模
- 四、2014年中国B2C市场交易规模
- 五、2014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、2014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、2014年B2C凸显寡头竞争格局
- 二、2014年中国B2C购物网站市场份额

- 三、2014年中国B2C在线零售商Top30
- 四、2014年中国B2C网商竞争加剧
- 五、2014年B2C与C2C的竞争及趋势
- 六、2014-2020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 2014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、2014年我国手机电子商务市场规模

五、2014年移动电子商务市场行业特征

六、2014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、2014年湖南移动电子商务发展状况

二、2014年成都力争移动电子商务产业高地

三、2014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 2014年中国电子商务竞争主体企业运营财务状况分析

第一节 京东商城

一、公司简介

二、网站主营业务分析

三、网站营销策略分析

三、网站盈利模式分析

四、网站经营状况分析

五、网站最新发展动态及战略

第二节 苏宁易购

一、公司简介

- 二、网站主营业务分析
- 三、网站营销策略分析
- 三、网站盈利模式分析
- 四、网站经营状况分析
- 五、网站最新发展动态及战略

### 第三节 国美网上商城

- 一、公司简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站营销策略分析
- 三、网站盈利模式分析
- 四、网站经营状况分析
- 五、网站最新发展动态及战略

### 第四节 淘宝天猫

- 一、公司简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站营销策略分析
- 三、网站盈利模式分析
- 四、网站经营状况分析
- 五、网站最新发展动态及战略

### 第五节 当当网

- 一、公司简介
- 二、网站主营业务分析
- 三、网站营销策略分析
- 三、网站盈利模式分析
- 四、网站经营状况分析
- 五、网站最新发展动态及战略

### 第六节 EBAY易趣

- 一、公司简介
- 二、网站主营业务分析

- 三、网络营销策略分析
- 三、网站盈利模式分析
- 四、网站经营状况分析
- 五、网站最新发展动态及战略

## 第九章 2014-2020年电子商务行业发展环境分析

### 第一节 国际宏观经济环境分析

- 一、国际宏观经济运行情况分析
- 二、国际宏观经济未来发展预测

### 第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国宏观经济运行情况分析
- 二、中国宏观经济未来发展预测

### 第三节 政治环境分析

- 一、宏观政策环境分析
- 二、行业内主要政策及影响分析

### 第四节 社会环境对电子商务行业影响分析

## 第十章 2014-2020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 2014年中国网民电子商务行为研究

- 一、2014年中国网民电子商务行为区域数据分析
- 二、2014年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计分析

- 三、2014年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计分析
- 四、2014年用户发生电子商务行为时段统计分析
- 五、2014年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计分析
- 六、2014年用户发生电子商务行为场所统计分析
- 七、2014年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计分析
- 八、2014年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计分析
- 九、2014年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计分析
- 十、2014年中国电子商务市场交易规模统计分析
- 十一、2014年知名电子商务网站前三甲统计分析
- 十二、2014年电子商务平台合作物流公司排行榜
- 十三、2014年中国电子商务网站用户体验排行榜

## 第十一章 2014-2020年电子商务行业发展趋势预测

### 第一节 2014-2020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 2014-2020年电子商务行业发展预测

- 一、2014-2020年中国电子商务市场前景预测
- 二、2014-2020年我国电子商务发展方向与策略
- 三、2014-2020年电子商务进入规模扩张阶段
- 四、2014-2020年开拓海外电子商务市场策略

### 第四节 2014-2020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 2014-2020年电子商务行业发展战略探讨

### 第一节 2014-2020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 2014-2020年提升电子商务行业竞争力的建议

### 第三节 2014-2020年国外先进经验对我国的借鉴

### 第四节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年电子商务行业投资策略探讨

### 第一节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年电子商务行业投资风险及控制策略

- 一、风险因素
- 二、行业风险
- 三、市场风险
- 四、对策

图表目录:

- 图表: 2014年欧洲电子商务网站排名(1-25)
- 图表: 2014年欧洲电子商务网站排名(26-50)
- 图表: 2014年欧洲电子商务网站同比盈余排名
- 图表: 2014年欧洲电子商务网站同比销售增长率排名
- 图表: 2010-2014年全球电子商务规模增长预测
- 图表: 2014年全球电子商务交易额占比
- 图表: 2014年各国网络购物渗透率
- 图表: 2014-2020年美国在线零售规模预测
- 图表: 2014-2020年欧盟电子商务销售规模预测
- 图表: 2009-2015年美国电子商务零售交易额及增长率预测
- 图表: 2014-2020年美国移动电子商务市场规模增长预测
- 图表: 电子商务发展阶段示意图
- 图表: 2014年传统企业电子商务营销模式选择情况
- 图表: 2007-2014年度中国行业电子商务网站会员总量规模图
- 图表: 2014年度中国行业电子商务网站注册会员分布图
- 图表: 2014年度中国行业电子商务网站收费会员分布表
- 图表: 2006-2014年中国电子商务市场交易额及增长
- 图表: 2014年中国电子商务市场三种业务格局
- 图表: 2014年中国B2B电子商务服务市场品牌格局
- 图表: 2014年中国B2C网上销售平台品牌格局
- 图表: 2014年中国C2C电子商务服务市场品牌结构
- 图表: 2014年Q2中国C2C网络购物市场份额占比图
- 图表: 2014年Q2中国B2C网络购物市场份额占比图
- 图表: 2014年Q2中国电子商务市场交易规模细分行业构成
- 图表: 2007-2014年中国B2B市场交易规模
- 图表: 2007-2014年中国B2B电子商务企业规模
- 图表: 2014年中国B2B企业市场占有率
- 图表: 2007-2014年使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模

图表：2009年Q1-2014年Q2中国B2B电子商务市场营收规模

图表：2014年Q2中国B2B电子商务运营商营收份额

图表：2007-2014年中国网上零售市场交易规模

图表：2007-2014年中国B2C、C2C电子商务企业规模

图表：2014年中国网上零售企业市场交易规模占有率

图表：2007-2014年中国网上零售用户规模

图表：2007-2014年中国个人网店的数量

图表：2009年Q1-2014年Q2中国B2C市场交易规模

图表：2014年Q2中国C2C购物网站市场份额

图表：2014年用户发生电子商务行为前10省（含直辖市）

图表：2014年电子商务行为前10个城市（含直辖市）

图表：2014年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计

图表：2014年用户（发生电子商务行为）部分省接入商统计

图表：2014年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计

图表：2014年用户发生电子商务行为月平均统计

图表：2014年用户发生电子商务行为的周平均统计

图表：2014年用户每天发生电子商务行为的时间分布统计

图表：2014年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计

图表：2014年用户发生电子商务行为场所统计

图表：2014年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计

图表：2014年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计

图表：2014年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计

图表：2014年中国电子商务市场交易规模统计

图表：2014年知名电子商务网站前三甲统计

图表：2014年电子商务平台合作物流公司排行榜

图表：2014年中国电子商务网站用户体验排行榜

访问中商情报网：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/07/21/1350622db.shtml>



□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□  
□□□□

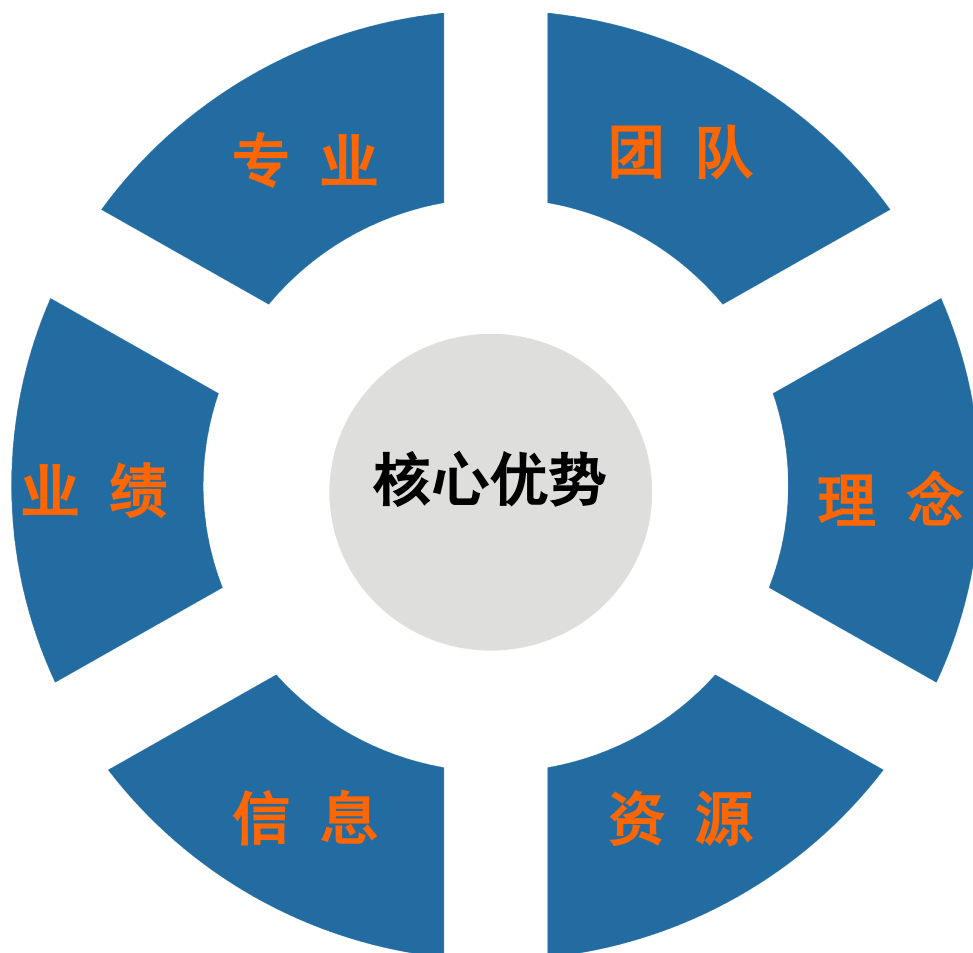
### 三、研究机构

#### 公司介绍





## 核心优势





## 中商情报网订购单回执表

单位全称: \_\_\_\_\_ 部 门: \_\_\_\_\_

联系人: \_\_\_\_\_ 联系电话: \_\_\_\_\_

地址/邮编: \_\_\_\_\_ 手 机: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ 传 真: \_\_\_\_\_

报告名称: \_\_\_\_\_

报告格式: \_\_\_\_\_

付款方式: 银行 邮局 支票 其他 订购数量: \_\_\_\_\_ 份

请选择报告版本: \_\_\_\_\_

1PDF电子版9000元/份 2印刷版9000元/份 3PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额: \_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_仟\_\_\_\_\_佰\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_元 (小写: \_\_\_\_\_元)

预计付款日期: \_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

指定账号:

开户行: 中国工商银行深圳黄贝支行

开户行: 中国建设银行深圳市城建支行

开户名: 深圳中商智汇咨询服务有限公司

开户名: 深圳中商智业投资顾问有限公司

帐 号: 40000 2180 92000 40881

帐 号: 4420 1532 7000 5254 3607

备 注: 此帐户可开具增值税普通发票

备 注: 此帐户可开具增值税专用发票

开户行: 中国建设银行北京丰台支行

开户名: 中商智汇(北京)咨询有限公司

帐 号: 1100 1016 2000 5303 4444

备 注: 此帐户只可开具增值税普通发票

款到后, 发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式:

研究报告: 400-666-1917

可研报告&商业计划书: 400-788-9700

IPO咨询专线: 400-788-9689

市场调研: 400-666-1917

产业园区咨询专线: 400-788-9700

政府投资规划咨询热线: 400-788-9700

---

北京: 北京市右安门外大街99号国内贸易工程设计研究院5层501室

深圳: 深圳市福田区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)

香港: 香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真: 0755-25407715/010-83525881

网址: <http://www.askci.com>

电邮: [service@askci.com](mailto:service@askci.com)

备注: 请将订阅信息填好后, 传真至我中心客服部, 款到后发票随后寄发。