

# 2019-2025年中国网商经营 模式市场研究与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国网商经营模式市场研究与投资潜力分析报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/201905/08-294937.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

第一章 网商相关概述

第一节 网商基础概述

一、网商经营特点

二、网商经营模式

第二节 网商的交易平台

第三节 网商与电子支付

第四节 网商与在线交流

第五节 2018年中国十大网商介绍

一、B2C

二、C2C

第二章 2018年中国网商行业市场发展环境解析

第一节 2018年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2018年中国网商市场政策环境分析

一、中国式网商管理政策

二、“网商”需要政策扶持

三、加盟政策

四、相关产业政策法规

第三节 2018年中国网商市场技术环境分析

第四节 2018年中国网商市场社会环境分析

一、中国电子商务蓬勃发展

二、中国互联网及计算机普及状况

三、中国人口学历

### 第三章 2018年中国网商运行新形势透析

#### 第一节 中国网商运营动态分析

一、中西部首届网商大会在郑州举办

二、华南首届网商网货交易会

三、网商容天下2017上海峰会互动论坛

#### 第二节 2018年中国网商运行综述

一、全网电子商务时代来临

二、网商数量和交易量持续扩大

三、成长路径多元化

四、网商协作生态化

五、国际化持续展开

六、社会化趋势日益显著

#### 第三节 2018年中国网商发展的动力机制

一、外部环境不断改善

二、网商自身的内在动力

三、电子商务服务商提升服务

#### 第四节 2018年中国网络诚信体系分析

一、阿里巴巴B2B诚信体系

二、淘宝网诚信体系

三、电子支付诚信体系

四、生活服务诚信体系

#### 第五节 2018年中国网商的社会经济影响

一、提高企业竞争实力，强化企业竞争优势

二、促进企业转型，提高应变能力

三、直接带动相关产业的发展

四、促进产业升级和区域经济发展

五、有力地推动创业和就业

### 第四章 2018年中国网货市场运行分析

## 第一节 中国网货崛起

- 一、网货世界日益主流化
- 二、网货的进化之路
- 三、网货的特性：货真价实、海量个性
- 四、网货的缘起

## 第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界

- 一、网商：商业新世界的主体
- 二、网货：商业新世界的交易物
- 三、网规：商业新世界的规则

## 第五章 2018年中国网商经营模式运行态势分析

### 第一节 B2C（企业对消费者）

- 一、B2C模式概述
- 二、B2C电子商务模式具体分类
- 三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 四、中国B2C电子商务迎来快速发展期
- 五、2018年中国电子商务B2C市场发展分析
- 六、B2C电子商务经营状况分析
- 七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

### 第二节 C2C（消费者对消费者）

- 一、C2C的概念
- 二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析
- 三、中国C2C电子商务发展概况
- 四、中国电子商务C2C市场发展状况
- 五、中国主要C2C企业经营状况分析
- 六、中国C2C电子商务存在的问题
- 七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力
- 八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

### 第三节 C2B（消费者对企业）

- 一、C2B电子商务模式的概念
- 二、C2B电子商务模式产生的基础
- 三、C2B电子商务模式的应用

四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务C2B营销新模式发展探析

六、C2B电子商务模式发展展望

## 第六章 2018年中国十大网商运行竞争力分析

第一节 深圳市大石久恒实业有限公司

第二节 广州市金圣斯皮具制品有限公司

第三节 李宁官方网店

第四节 韩至旗舰店(杭州哈拉麦奇服饰有限公司)

第五节 夫妻运动正品折扣店

第六节 北京京东世纪贸易有限公司

第七节 7天连锁酒店集团

第八节 深圳市华龙帝升科技有限公司

第九节 英科国际控股有限公司

第十节 南京欧飞网络有限公司

## 第七章 2018年中国网商相关产业运行分析——电子商务

第一节 2018年中国电子商务发展综述

一、中国电子商务的发展阶段

二、中国行业电子商务网站的发展概述

三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节 2018年中国电子商务行业运行分析

一、中国电子商务行业发展态势解析

二、金融危机促使电子商务成为主流趋势

三、金融危机下电子商务风景独好

四、“两会”促温中国电子商务行业

第三节 2018年企业应用电子商务分析

一、电子商务提升企业竞争力

二、企业应用电子商务主要竞争点分析

三、国内企业电子商务发展战略

四、中国企业开展电子商务具体实施策略

第四节 2018年中小企业电子商务的应用分析

- 一、电子商务给中小企业带来的收益
- 二、金融危机促使中小企业电子商务需求井喷
- 三、中小企业电子商务服务模式的构建
- 四、中小企业电子商务服务平台发展方向

#### 第五节 2018年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点

#### 第六节 2018年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、我国发展电子商务的原则与模式选择

### 第八章 2018年中国网商相关产业运行分析——网络购物

#### 第一节 2018年中国网络购物现状分析

- 一、中国网络购物处于成长期
- 二、中国网上购物快速发展
- 三、淘宝极大推动网上购物的发展
- 四、网上购物呈现市场集中化
- 五、网上购物行为也呈现明显的性别倾向

#### 第二节 推动中国网购市场快速发展的主要原因简析

- 一、网民数和网购人数的急剧增长
- 二、上网购物已成为主流消费人群的消费习惯之一

#### 第三节 2018年中国网络购物市场问题分析

- 一、中国网络购物消费者权益问题
- 二、中国网络购物安全问题
- 三、中国网络购物的支付结算问题
- 四、中国网络购物商家信誉的问题
- 五、中国网络购物立法问题

#### 第四节 解决对策探讨

- 一、银行竞争促进银行支付卡问题解决
- 二、搜索功能解决信息流问题
- 三、形成地域化发展解决物流问题
- 四、引导人们接受网络购物，培养人们的网络购物习惯
- 五、降低网络商店门槛，让更多传统企业开展网络购物服务

### 第九章 2019-2025年中国新商业文明的样貌分析（ZY ZM）

#### 第一节 新商业文明的样貌展望

- 一、新商业文明的结构
- 二、新商业文明的未来想象
- 三、把握新商业文明的机遇

#### 第二节 网商运行前景展望分析

- 一、企业网商的“过冬”之道
- 二、中国网商发展大事记

#### 第三节 2019-2025年中国网商投资预测分析

#### 图表目录：

图表：2017-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2018年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2017-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2017-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2017-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2017.12-2017.12年我国工业增加值增速统计

图表：2017-2018年我国全社会固定资产投资额走势图（2018年不含农户）

图表：2017-2018年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2017-2018年我国货物进出口总额走势图

图表：2017-2018年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：被调研企业的业务类型

图表：被调研企业的人员规模

图表：运营较成功的淘宝网店的人员规模分布

图表：淘宝卖家未来一年的发展计划



图表：淘宝卖家的品牌建设情况

图表：“集中接单分头生产”模式

图表：淘宝卖家之间的协作互助行为

图表：淘宝卖家经营网店之前的工作

图表：企业网商希望从政府部门获得的支持

图表：企业网商经常使用的各类电子商务服务的比例

图表：电子商务给企业带来的价值

图表：企业网商进一步应用电子商务的需求

图表：2018年网民已购商品种类排名

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/201905/08-294937.html>