

情人节将迎来B2C网上流量小高峰 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_83_85_E4_BA_BA_E8_8A_82_E5_c40_645865.htm 2月9日上午消息，来自鞋类B2C网站优购网(微博)上鞋城统计显示，春节过后主流B2C网站流量普遍回涨超过50%，京东(微博)商城、当当(微博)、亚马逊(微博)等网站流量回涨达到70-80%，部分电商订单已快速回升至节前水平。统计数据显示，从初三开始网站呈现订单的恢复态势，初三到初五订单量为平日的60%，初六迎来春节假期小高峰，订单量接近日均水平。春节过后，伴随快递业恢复，加之元宵节、情人节接踵而至，加之春季新品上架销售，近期网站订单将出现一个小高峰。艾瑞电子商务高级分析师苏会燕指出：春节期间由于物流滞后、网商促销力度的降低，不少网购用户持币待购。春节过后，物流速度的恢复，以及春季新品的上市，一定程度上推动了B2C订单量的上涨。天猫、Vancl、优购网等B2C网站的增势尤为明显。节后，一淘网发布网购价格指数指出，2012年B2C涨价成趋势。此结得到以京东商城为代表的B2C的反驳。随即又有报道披露相关数据，认为涨价结论依然成立。但无论价格是否上涨，B2C整体订单的快速回升已成事实。各家B2C也都在加速推进采购、配送、仓储环节的招聘工作。从目前购物的热情高涨的情况不难看出，资本市场寒冬并非电商行业寒冬，同时行业资深人士认为，尽管2012年是一个优胜劣汰和洗牌的时间点，但这也让中国的电子商务有了更好的发展环境。越来越多的传统企业通过积累步入到电子商务，有些甚至还逐渐摸索出了自己的打法和路径。100Test 下载频道开

通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com