

# 2009-2010年中国网络购物 产业市场研究及投资趋势展望报告

## 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

《2009-2010年中国网络购物产业市场研究及投资趋势展望报告》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/200907/19888.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

### 第一章 2008-2009年中国网络购物产业行业市场发展环境解析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008-2009年中国网络购物产业市场政策环境分析

- (一) 扩大内需保增长政策解析
- (二) 中国将成立媒体营销专业委员会规范网络购物
- (三) 网络购物监管“真空”大

#### 三、2008-2009年中国网络购物产业市场社会环境分析

- (一) 网上购物成为了一种时尚
- (二) 网络、电脑的普及化

### 第二章 网络购物相关概述

#### 一、网络购物简析

#### 二、网购的特点分析

#### 三、B2C和C2C的异同

#### 四、网购操作流程简述

#### 五、网购的技巧综述

#### 六、购物需要注意的安全事项

### 第三章 2008-2009年全球网络购物产业行业整体运营状况分析

#### 一、2008-2009年全球网络购物产业运行格局

- (一) 全球网络购物产业市场特征分析
- (二) 全球电子商务发展的技术支撑和经济环境
- (三) 金融危机给全球电子商务市场带来增长动力

#### 二、2008-2009年全球网络购物市场浅析

- (一) 美拟对网络购物征税
- (二) 欧盟近三分之一消费者热衷网上购物
- (三) 英国第一季度网络购物交易额年增51%至131亿英镑
- (四) 2008购物方式出现拐点韩网络购物过半

#### 三、2009-2012年全球网络购物产业发展趋势分析

## 第四章 2008-2009年中国网络购物产业运行态势剖析

### 一、2008-2009年中国网络购物产业动态分析

- (一) 首届“消费购物”电子商务大会移师上海
- (二) 网易旗下有道搜索开放购物搜索数据接口
- (三) 十里河建材街搭建网络购物通道

### 二、2008-2009年中国网络购物产业现状综述

- (一) 中国网络购物即将步入快速上升期
- (二) 08年网络规模达801亿元同比增长39%
- (三) 网购交易量增长迅猛
- (四) 鞋服产业渐兴网络直销风
- (五) 家电网络购物进入普及期

### 三、网络购物行业发展及网络运营探讨

### 四、2008-2009年中国网络购物产业发展瓶颈分析

## 第五章 2008-2009年中国网络购物市场消费调查分析

### 一、中国网络购物用户总体分析

- (一) 中国网络购物用户调查
- (二) 中国网络购物用户购物频率
- (三) 中国网民未进行网络购物原因
- (四) 中国网络购物用户获知购物网站渠道
- (五) 中国网络购物用户网络购物支付方式

### 二、中国网络购物买家分析

- (一) 中国网络购物买家交易考虑因素
- (二) 中国主要购物网站买家用户满意度
- (三) 中国网络购物买家购买商品种类

### 三、中国网络购物卖家分析

- (一) 中国网络购物卖家交易主要考虑因素
- (二) 中国网络购物卖家网上售物方式
- (三) 中国网络购物网站网上售物网下成交情况
- (五) 中国网络购物卖家出售商品种类

## 第六章 2008-2009年中国网络购物产业市场竞争格局透析

### 一、2008年中国网购市场三大竞争梯队分析

- (一) 第一阶梯优势全面(淘宝、易趣、拍拍)

(二) 第二阶梯差距较小(综合B2C和垂直类的B2C)

(三) 第三阶梯上升潜力较大(成立时间不长企业)

二、2008-2009年中国新兴购物网站颠覆传统卖场格局

三、2008-2009年中国网购竞争形势分析

(一) 网络购物市场的竞争愈演愈烈

(二) 国内网购酝酿竞争升级

四、2009-2012年中国网络购物产业行业竞争趋势分析

第七章 全球网购巨头分析

一、环球资源

二、亚马逊公司

三、阿里巴巴

第八章 中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——B2C类购物网站

一、卓越网

二、当当网

第九章 中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——C2C类购物网站

一、淘宝

二、ebay易趣

三、拍拍网

第十章 2008-2009年中国网络购物产业链运营态势分析

一、2008年中国网络购物的产业链分析

(一) 中国网络购物产业链分析

(二) 中国两类网络购物产业链分析

二、2008年中国产业链三方主体状况分析

(一) 商家/卖家

(二) 网络购物网站

1、按交易主体分类

2、按交易商品范围分类

(三) 终端用户

三、2008年中国网络购物支付发展状况分析

四、2008年中国网络购物物流配送状况分析

(一) 中国B2C网络购物物流配送

(二) 中国C2C网络购物物流配送

## 第十一章 2009-2012年中国网络购物产业行业发展及投资前景分析

### 一、2009-2012年中国网络购物产业行业发展前景分析

(一) 网络购物前景广阔

(二) 中国网络购物行业迎来投资新高潮

### 二、2009-2012年中国网络购物产业行业发展趋势分析

(一) B2C将成为未来网络购物市场新的增长动力

(二) 国际化趋势明显

### 三、2009-2012年中国网络购物产业行业市场预测分析

### 四、2009-2012年中国网络购物产业行业投资分析

(一) 中国网络购物产业行业投资环境分析

(二) 中国网络购物产业行业投资机会分析

(三) 中国网络购物产业行业投资风险分析

图表目录(部分)：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长(同比增长率%)

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/19888.html>