

2010-2013年中国B2C在 线购物运行态势与发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2013年中国B2C在线购物运行态势与发展预测报告》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/201002/34520.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 中国在线购物市场概述

第一节 在线购物相关概念

一、电子商务概述

二、在线购物概述

三、B2C在线购物概述

第二节 中国在线购物市场规模与结构

一、中国在线购物市场规模

二、中国在线购物市场结构

第三节 C2C在线购物市场概述

一、综述

二、淘宝

三、ebay易趣

四、拍拍网

五、其它

第二章 2009-2010年中国B2C在线购物产业市场研究

第一节 2009-2010年中国B2C在线购物发展概述

一、发展历程

二、发展特点分析

三、发展趋势分析

第二节 2009-2010年中国B2C在线购物市场分析

一、市场规模

二、市场特点与分类

第三节 消费者行为研究

第三章 2009-2010年中国网络购物市场运行动态透析

第一节 2009-2010年中国网络购物发展总况

一、网络购物在发展回顾

二、中国网络购物市场规模迅速增长

三、中国网络购物发展挑战传统零售业

四、中国网络购物推动就业潜力巨大

第二节2009-2010年中国网络购物市场规模分析

一、网络购物市场规模

二、网络购物占社会消费品零售总额比重

三、交易额规模结构

四、交易额各地区分布状况

第三节 2009-2010年中国网络购物的社会效应分析

一、网购创造的就业岗位规模及分布

二、淘宝网解决特殊群体就业问题

三、网络渠道优势被更多企业认可

四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案

第四节 2009-2010年中国网络购物发展动态

一、2008年国庆黄金周网络购物日均消费3亿元

二、2008年金融危机为网络购物发展带来机遇

三、2008年国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场

四、2009年春节个性创意年货走俏网络购物

第四节 2009-2010年中国网络购物发展的问题及对策

一、中国网络购物市场存在的问题

二、中国网络购物市场尚缺信用保障

三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策

四、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

第四章 2009-2010年中国B2C电子商务市场运行分析

第一节2009-2010年国际B2C电子商务市场分析

一、英国B2C电子商务市场分析

二、中国台湾B2C网络购物市场分析

三、2008年美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 2009-2010年中国B2C电子商务市场运行阐述

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2009-2010年中国电子商务B2C市场分析

一、中国B2C网上零售市场分析

二、中国电子商务B2C市场发展特点

三、2008年日用百货成为我国B2C市场新增长点

四、2008年中国出版物B2C网络零售市场分析

第四节 2009-2010年中国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

第五节2009-2010年中国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

第五章2009-2010年中国综合类B2C网站研究

第一节 当当网

一、概述 30

二、运营状况

三、发展战略

第二节 卓越网

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第六章2009-2010年中国IT类B2C网站研究

第一节 eNet硅谷动力商城

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第二节 搜易得

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略
- 第三节 其它

第七章2009-2010年中国餐饮食品类B2C网站研究

第一节 搜饭网

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第二节 饭统网

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第三节 其他餐饮食品类B2C网站简析 80

第八章2009-2010年中国其它类B2C网站深度研究

第一节 广场美容化妆品类B2C网站研究——NO5时尚

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第二节 图书音像类B2C网站研究——易文网简介

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第三节 鲜花礼品类B2C网站研究——莎啦啦

- 一、概述
- 二、运营状况
- 三、发展战略

第四节 服装纺织服饰类B2C网站研究——时尚起义

- 一、概述
- 二、运营状况

三、发展战略

第五节 保健成人B2C网站研究——桔色

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第六节 办公文具类B2C网站研究——世纪文具网

一、概述

二、运营状况

三、发展战略

第九章 2010-2013年中国B2C在线购物产业发展趋势分析

第一节 2010-2013年中国网络购物市场发展趋势分析

一、中国网络购物市场的前景无限美好

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展

三、2009-2011年中国网络购物市场规模预测

四、2016年左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 2010-2013年中国B2C电子商务前景趋势分析

一、2009-2011年中国B2C市场规模预测

二、我国B2C电子商务未来发展趋势

三、B2C电子商务将走向细分

第十章 2009-2010年中国在线购物产业投资环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第二节 2009-2010年中国在线购物产业政策环境分析

一、中国网络购物迅速向大众普及

二、金融危机下中国网民热捧网络购物

三、2008年网络购物跻身十大网络应用之列

四、2008年地方规范开启网络购物有章可循大门

五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

第三节 2009-2010年中国在线购物产业社会环境分析

一、电子商务

二、在线支付

第十一章2010-2013年中国B2C在线购物行业投资机会研究分析

第一节2010-2013年中国B2C在线购物投资机会分析

一、B2C在线购物投资潜力分析

二、B2C在线购物投资吸引力分析

第二节2010-2013年中国B2C在线购物投资风险分析

一、政策风险

二、市场风险

三、其他风险

四、回避风险对策

第三节2010-2013年中国B2C在线购物发展建议

图表目录：

图表：2003-2009年我国在线购物市场规模变化分析

图表：2005-2009年我国网上购物市场结构分析

图表：2002-2010年我国B2C电子商务销售规模分析

图表：2001-2009年我国台湾B2C网络购物市场规模分析

图表：2009年中国B2C电子商务市场份额

图表：亚马逊历年营业情况

图表：中国电子商务发展大事记

图表：中国电子商务领域相关法规

图表：2003-2009年中国在线支付市场规模

图表：用户选择B2C网站时的考虑因素

图表：中国上网计算机数和上网用户数历史趋势图

图表：用户了解购物网站的主要渠道

图表：2001-2009年中国网上购物交易额及增长率

图表：2001-2009年中国网上购物用户数及增长率

图表：用户使用购物网站的情况

图表：2002-2009年全国消费品总额与全国网购总额的比较

图表：用户网上购物的商品类型

图表：网购总额的增长远超全国消费品销售总额的增长

图表：网购人数和上网人数的比较

图表：人均网购金额和城镇人均可支配金额的比较

图表：网民半年网上购物金额

图表：图书音像类网站/频道周均覆盖数统计排名

图表：当当网发展历程

图表：卓越网发展历程

图表：中国B2C在线购物网站分类

图表：2009年中国B2C网站用户体验排行榜

图表：2009年京、沪、穗、深网上购物规模与渗透率

图表：2009年购物类网站综合流量排名

略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201002/34520.html>