

# 2011-2015年中国B2C在 线购物市场深度调研与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国B2C在线购物市场深度调研与发展前景预测报告》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/201008/47357.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

网上购物，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。国内的网上购物，一般付款方式是款到发货（直接银行转帐，在线汇款）。担保交易（支付宝，百付宝，财付通等），货到付款等。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国B2C在线购物市场深度调研与发展前景预测报告》共十章。首先介绍了在线购物相关概述、运行环境等，接着分析了中国B2C在线购物产业的现状，然后具体介绍了中国B2C在线购物产业市场状况。最后分析了中国B2C在线购物产业发展前景与投资预测。您若想对B2C在线购物产业有个系统的了解或者想投资B2C在线购物行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

### 第一章 中国在线购物市场相关概述

#### 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 2010年中国在线购物产业运行环境分析

#### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 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、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、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 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

## 第三章 2010年中国B2C在线购物产业市场分析

### 第一节 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 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

## 第四章 2010年中国网络购物行业运行态势分析

### 第一节 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 2010年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模
- 二、中国网络购物交易规模
- 三、C2C仍是中国用户首选网购站点
- 四、B2C成为电子商务最主要投资行业

### 第三节 2010年中国网络购物市场分布

一、地域分布

二、年龄分布

#### 第四节 2010年中国网络购物市场存在的问题

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

### 第五章 2010年中国B2C电子商务市场运行分析

#### 第一节 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 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 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、日用百货成为我国B2C市场新增长点

四、中国出版物B2C网络零售市场分析

#### 第四节 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 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

## 第六章 2010年中国综合类B2C网站研究分析

### 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

## 第七章 2010年中国IT类B2C网站研究分析

### 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

## 第八章 2010年中国餐饮食品类B2C网站研究分析

### 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

## 第九章 2010年中国其它类B2C网站深度研究分析

### 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 保健成人类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

## 第十章 2011-2015年中国B2C在线购物产业发展前景与投资预测分析

### 第一节 2011-2015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、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 2011-2015年中国B2C电子商务前景趋势分析

一、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

第三节 2011-2015年中国B2C在线购物投资机会分析

第四节 2011-2015年中国B2C在线购物投资风险分析

第五节 2011-2015年中国B2C在线购物发展建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/47357.html>