

2011-2015年中国B2C在 线购物市场全景评估及行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国B2C在线购物市场全景评估及行业前景预测报告》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/201104/66281.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

在线购物吸引了传统企业各类互联网企业加入其中，日渐形成全网销售态势。同时终端多样化使得越来越多的用户能够接入网络购物，网购的用户渗透率将不断提高，网购成为消费者生活中的重要组成部分。在线购物正在不断扩展。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国B2C在线购物市场全景评估及行业前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国B2C在线购物行业的概念，接着分析了中国B2C在线购物行业发展环境，然后对中国B2C在线购物行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国B2C在线购物行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国B2C在线购物行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 中国在线购物产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国B2C在线购物市场政策环境分析

- 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

第三章 中国B2C在线购物产业市场研究

第一节 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 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 中国网络购物行业运行新态势分析

第一节 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 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 中国网络购物市场分布

- 一、地域分布
- 二、年龄分布

第四节 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 中国B2C电子商务市场运行分析

第一节 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、美国B2C电子商务市场发展现状

第二节 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 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 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 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 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

第七章 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

第八章 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

第九章 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

第十章 2011-2015年中国B2C在线购物行业投资机会研究分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国B2C在线购物发展建议

第十一章 2011-2015年中国B2C在线购物产业发展趋势分析

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

图表名称：部分

图表 2006-2010年国内生产总值

图表 2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2006-2010年年末国家外汇储备

图表 2006-2010年财政收入

图表 2006-2010年全社会固定资产投资

图表 2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 2005-2010年我国在线购物市场规模变化分析

图表 2005-2010年我国网上购物市场结构分析

图表 2005-2010年我国B2C电子商务销售规模分析

图表 2005-2010年我国台湾B2C网络购物市场规模分析

图表 2010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 2008-2010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 2008-2010年中国网上购物交易额及增长率

图表 2008-2010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 2008-2010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收入的比较

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 2010年中国B2C网站用户体验排行榜

图表 2010年京、沪、穗、深网上购物规模与渗透率

图表 2010年购物类网站综合流量排名

图表 略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201104/66281.html>