

2011-2015年中国网商行业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国网商行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1105/Z6510436BD.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2011-05-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国网商行业深度调研与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了网商相关概述、中国网商市场运行环境等，接着分析了中国网商市场发展的现状，然后介绍了中国网商重点区域市场运行形势。随后，报告对中国网商重点企业经营状况分析，最后分析了中国网商行业发展趋势与投资预测。您若想对网商产业有个系统的了解或者想投资网商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

强大的电子商务平台体系将是未来商业社会的基础设施，而网商集群与电子商务平台的持续良性互动，则有助于构造出一种新型的、有全球竞争力和号召力的商业制度。从长时段的历史视角来看，网商发展最终还将锻造出一种值得全社会体认的新型商业人格和商业文明。有中国特色的网商发展模式，因此也将是中国对全球市场经济和网络经济的一大贡献。未来新经济变革主角之一，正是千千万万家求生存的中小企业，和千千万万个求发展的个人。

第一章 网商相关概述

第一节 网商基础概述

一、网商经营特点

二、网商经营模式

第二节 网商的交易平台

第三节 网商与电子支付

第四节 网商与在线交流

第五节 2010年度中国十大网商介绍

一、B2C

二、C2C

第二章 中国网商行业市场发展环境解析

第一节 国内网商经济环境分析

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年中国网商经济发展预测分析

第二节 中国网商行业政策环境分析

第三章 中国网商运行新形势透析

第一节 中国网商运营动态分析

- 一、中西部首届网商大会在郑州举办
- 二、华南首届网商网货交易会

第二节 中国网商运行综述

- 一、全网电子商务时代来临
- 二、网商数量和交易量持续扩大
- 三、成长路径多元化
- 四、网商协作生态化
- 五、国际化持续展开
- 六、社会化趋势日益显著

第三节 中国网商发展的动力机制

- 一、 外部环境不断改善
- 二、 网商自身的内在动力
- 三、 电子商务服务商提升服务

第四节 中国网络诚信体系分析

- 一、阿里巴巴B2B诚信体系
- 二、淘宝网诚信体系
- 三、电子支付诚信体系
- 四、生活服务诚信体系

第五节 中国网商的社会经济影响

- 一、提高企业竞争实力，强化企业竞争优势
- 二、促进企业转型，提高应变能力
- 三、直接带动相关产业的发展
- 四、促进产业升级和区域经济发展
- 五、有力地推动创业和就业

第四章 中国网货市场运行分析

第一节 中国网货崛起

- 一、网货世界日益主流化

二、网货的进化之路

三、网货的特性：货真价实、海量个性

四、网货的缘起

第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界

一、网商：商业新世界的主体

二、网货：商业新世界的交易物

三、网规：商业新世界的规则

第五章 中国网商经营模式运行态势分析

第一节 B2C（企业对消费者）

一、B2C模式概述

二、B2C电子商务模式具体分类

三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

四、中国B2C电子商务迎来快速发展期

五、2010年中国电子商务B2C市场发展分析

六、B2C电子商务经营状况分析

七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 C2C（消费者对消费者）

一、C2C的概念

二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析

三、中国C2C电子商务发展概况

四、2010中国电子商务C2C市场发展状况

五、中国主要C2C企业经营状况分析

六、中国C2C电子商务存在的问题

七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力

八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

第三节 C2B（消费者对企业）

一、C2B电子商务模式的概念

二、C2B电子商务模式产生的基础

三、C2B电子商务模式的应用

四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务C2B营销新模式发展探析

六、C2B电子商务模式发展展望

第六章 2010年中国十大网商运行竞争力分析

第一节 深圳市大石久恒实业有限公司

第二节 广州市金圣斯皮具制品有限公司

第三节 李宁官方网店

第四节 韩至旗舰店(杭州哈拉麦奇服饰有限公司)

第五节 夫妻运动正品折扣店

第六节 北京京东世纪贸易有限公司

第七节 7天连锁酒店集团

第八节 深圳市华龙帝升科技有限公司

第九节 英科国际控股有限公司

第十节 南京欧飞网络有限公司

第七章 中国网商相关产业运行分析-电子商务

第一节 2010年中国电子商务发展综述

一、中国电子商务的发展阶段

二、中国行业电子商务网站的发展概述

三、电子商务对中国社会发展的影响渐深

第二节 2010年中国电子商务行业运行分析

一、中国电子商务行业发展态势解析

二、金融危机促使电子商务成为主流趋势

三、金融危机下电子商务风景独好

四、“两会”促温中国电子商务行业

第三节 2010年企业应用电子商务分析

一、电子商务提升企业竞争力

二、企业应用电子商务主要竞争点分析

三、国内企业电子商务发展战略

四、中国企业开展电子商务具体实施策略

第四节 2010年中小企业电子商务的应用分析

一、电子商务给中小企业带来的收益

二、金融危机促使中小企业电子商务需求井喷

三、中小企业电子商务服务模式的构建

四、中小企业电子商务服务平台发展方向

第五节 2010年电子商务行业的盈利分析

一、中国电子商务的基本盈利模式

二、电子商务通过改变传统沟通方式寻找盈利点

三、电子商务企业赢利的三大原则

四、企业电子商务盈利的关键要点

第六节 2010年中国电子商务行业存在的问题及策略

一、中国电子商务存在的不足

二、电子商务行业法律风险加大

三、电子商务面临物流和售后服务制约

四、中国开展电子商务的主要障碍与对策

五、我国发展电子商务的原则与模式选择

第八章 中国网商相关产业运行分析-网络购物

第一节 2010年中国网络购物现状分析

一、中国网络购物处于成长期

二、中国网上购物快速发展

三、淘宝极大推动网上购物的发展

四、网上购物呈现市场集中化

五、网上购物行为也呈现明显的性别倾向

第二节 推动中国网购市场快速发展的主要原因简析

一、网民数和网购人数的急剧增长

二、上网购物已成为主流消费人群的消费习惯之一

第三节 2010年中国网络购物市场问题分析

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

第四节 解决对策探讨

一、银行竞争促进银行支付卡问题解决

- 二、搜索功能解决信息流问题
- 三、形成地域化发展解决物流问题
- 四、引导人们接受网络购物，培养人们的网络购物习惯
- 五、降低网络商店门槛，让更多传统企业开展网络购物服务

第九章 2011-2015年中国新商业文明的样貌分析

第一节 新商业文明的样貌展望

- 一、新商业文明的结构
- 二、新商业文明的未来想象
- 三、把握新商业文明的机遇

第二节 网商运行前景展望分析

- 一、企业网商的“过冬”之道
- 二、中国网商发展大事记

第三节 2011-2015年中国网商投资预测分析

图表目录（部分）：

- 图表：2005-2011年一季度国内生产总值
- 图表：2005-2011年一季度居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2011年一季度居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
- 图表：2005-2011年一季度国家外汇储备
- 图表：2005-2011年一季度财政收入
- 图表：2005-2011年一季度全社会固定资产投资
- 图表：2011年一季度分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
- 图表：2011年一季度固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：被调研企业的业务类型
- 图表：被调研企业的人员规模
- 图表：运营较成功的淘宝网店的人员规模分布
- 图表：淘宝卖家未来一年的发展计划
- 图表：淘宝卖家的品牌建设情况
- 图表：“集中接单分头生产”模式
- 图表：淘宝卖家之间的协作互助行为
- 图表：淘宝卖家经营网店之前的工作

图表：企业网商希望从政府部门获得的支持

图表：企业网商经常使用的各类电子商务服务的比例

图表：电子商务给企业带来的价值

图表：企业网商进一步应用电子商务的需求

图表：2008年网民已购商品种类排名

图表：1999年-2010年网货发展中的龙头货品趋势图

图表：2006-2008年淘宝交易额商品品类TOP10排名变化

图表：淘宝卖家对网上商品与传统渠道商品价格的比较

图表：网货的价格曲线示意图

图表：网货渠道成本缩减示意图

图表：淘宝卖家对网上商品比传统渠道商品价格低的原因总结

图表：淘宝卖家对个性化定制产品的观察

图表：2010年第一季度阿里巴巴会员诚信状况

图表：阿里巴巴会员认为最可靠的诚信安全举措

图表：信息时代商业文明的演进

图表：大规模定制的实现过程示意图

图表：经济危机对不同贸易类型企业的影响程度

图表：全球经济危机给不同贸易类型企业带来的影响

图表：企业网商对所在行业全面复苏的时间预计

图表：网商发展历程

图表：……

通过《2011-2015年中国网商行业深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1105/Z6510436BD.html>