

2011-2015年中国B2C在 线购物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B2C在线购物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/O528532HWJ.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】2011-05-18

【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B2C在线购物行业深度调研与投资前景研究报告》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。

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。

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 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

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/O528532HWJ.html>