

2011-2015年中国网商行业 市场分析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年中国网商行业市场分析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/chuanmei1102/0475043D0L.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】 2011-02-21

【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年中国网商行业市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了网商行业相关概述、中国网商产业运行环境等，接着分析了中国网商行业的现状，然后介绍了中国网商行业竞争格局。随后，报告对中国网商行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网商产业发展前景与投资预测。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。

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 2010年中国网商行业市场发展环境解析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010年中国网商市场政策环境分析

一、中国式网商管理政策

二、“网商”需要政策扶持

三、加盟政策

四、相关政策法规

第三节 2010年中国网商市场技术环境分析

第四节 2010年中国网商市场社会环境分析

一、中国电子商务蓬勃发展

二、中国互联网及计算机普及状况

三、中国人口学历

第三章 2010年中国网商运行新形势透析

第一节 2010年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

三、网商容天下2010上海峰会互动论坛

第二节 2010年中国网商运行综述

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 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

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

博思数据研究中心网发布的《2011-2015年中国网商行业市场分析与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1102/0475043D0L.html>