

2009年中国网络购物行业研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009年中国网络购物行业研究报告》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.abaogao.com/b/shouji/F1984775WF.html>

报告价格：纸质版：5000元 电子版：5500元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

2009年中国网络购物行业研究报告 内容介绍：

2009年中国的网购市场取得了较快发展，特别是网购交易额占社会消费品零售总额的比例，2008年一直在1.3%左右，而2009年一季度即上升至1.6%，二季度继续上升至1.9%。除自然增长的因素，比如消费者对网络购物的接受程度逐步提高外，金融危机对中国网购行业发展现状及其影响因素，对网络购物市场规模、格局、地域分布、购物网站市场份额等几个方面进行了分析研究，重点对19家网站的市场份额、所获风险投资、物流、业绩、竞争力等进行了介绍，探讨了中国网络购物行业未来的发展方向。

以京东商城为例，自2004年创立至2008年，京东商城的年销售额分别为1000万元、3000万元、8000万元、3.6亿元和13.2亿元。

图：2004-2010年京东商城销售额及增长率

整理：**

京东网上商城在线销售商品包括家用电器、手机数码、电脑商品及日用百货四大类超过3.6万种商品。2009年第二季度京东商城销售额达8.4亿元，占据中国B2C电子商务行业发展环境

2.1 2009年前三季度经济运行情况

2.2 网民数量是网络购物高速发展的土壤

2.3 网络购物消费水平和消费意愿

2.4 网络购物发展政策法规

第三章 2009年中国网络购物行业发展现状

3.1 网络购物市场发展规模

3.1.1 用户规模

3.1.2 交易规模

3.1.2.1 C2C仍是中国用户首选网购站点

3.1.2.2 B2C成为电子商务最主要投资行业

3.2 网络购物市场格局

3.3 中国网络购物行业发展及投资趋势

9.1 B2C将成为未来网络购物市场的主趋势

9.2 网上百货商城还有很大的发展空间

9.3 B2C电子商务市场竞争将更加分散

9.4 购物搜索将成为网络购物的重要角色

9.5 B2C企业的物流渠道建设将逐步好转

部分图表目录

图：C2C产业链

图：B2C产业链

表：网络购物市场规模统计范畴

图：2005-2009年三季度中国GDP增长情况

图：2008年1月-2009年9月社会消费品零售总额城乡构成

图：中国大陆网民规模与互联网普及率

图：部分国家的互联网普及率

图：网民城乡结构对比

图：2005-2008年城镇和农村互联网普及率对比

图：2007-2008农村网民区域分布对比

表：网络应用使用率排名和类别

图：2008Q2-2009Q2中国网络购物占社会消费品零售额比例

图：2003.12-2009.6中国网络购物(网络购物市场分析)市场总体用户规模及增速

图：2008年-2009年中国网络购物(网络购物市场分析)市场交易规模

图：2009年上半年中国网络购物交易额构成

图：2008年-2009年上半年B2C、C2C网站交易规模比较

图：2009年三季度平台式购物网站市场份额

图：2009年三季度自主销售B2C购物网站市场份额

图：2009年上半年淘宝各省成交金额占比

图：2009年上半年淘宝用户年龄段分布情况

图：网民网络交易信任

图：2006-2009年淘宝注册用户数

图：2003-2009Q3淘宝在C2C网购交易额中市场份额情况

图：2005年-2009年淘宝网销售额及增速

图：2009年上半年淘宝商品销售排行榜(按销售额排名)

图：2003-2009Q3易趣在C2C网购交易额中市场份额情况

表：易趣、淘宝、拍拍海外代购比较

图：2007-2009Q3拍拍网在C2C网购交易额中市场份额情况

表：当当网获风险投资情况

图：用户最近一年购买过商品的购物网站
表：红孩子获风险投资情况
图：2005-2009年红孩子销售额及增长率
图：2009年上半年中国自主销售式B2C服装网络购物市场交易份额
表：中国10大男装B2C网站评价
表：凡客诚品获风险投资情况
图：2007-2009年凡客诚品收入情况
图：凡客诚品营业收入区域构成
表：梦露时尚网各类产品品牌
表：京东商城网获风险投资情况
图：2008年京东商城收入构成
图：2007-2009Q3京东商城在B2C网购交易额中市场份额情况
图：2004-2010年京东商城销售额及增长率
图：京东商城全国物流中心分布情况
图：2007-2009年世纪电器网销售额及增速
表：北斗手机网战略合作伙伴
图：北斗手机网全国手机销售中心分布
图：2006-2009年北斗手机网销售额及增速
表：钻石小鸟获风险投资情况
图：2006-2008年钻石小鸟销售额及增速
表：十二家B2C企业销售额、毛利率、盈利情况比较
表：九大B2C企业库房总面积与物流中心分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/F1984775WF.html>