

# 中国网商运营态势与投资前景预测分析报告（2011-2015年）

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《中国网商运营态势与投资前景预测分析报告（2011-2015年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201102/S52853MTBA.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

### 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、相关产业政策法规

#### 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

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201102/S52853MTBA.html>