



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国网商行业市场 动态及发展战略咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国网商行业市场动态及发展战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/156143.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

摘要：

通过对网商行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以“数据+图表+论述”的形式，对网商行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对网商行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及网商行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对网商行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对网商行业的发展影响，报告最后还对网商行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前网商行业的发展现状和趋势，把握网商行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上网商行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

第一章 网商产业相关概述

第一节 网商简介

一、网商大会

二、网商概念

第二节 网商交易平台

第三节 网商与电子支付

第四节 网商与在线交流

第二章 2009-2010年世界电子商务整体运行状况分析

第一节 2009-2010年世界电子商务发展运行分析

- 一、世界电子商务的发展历程
- 二、世界电子商务发展的技术支撑和经济环境
- 三、全球电子商务市场特征分析
- 四、欧美国家电子商务飞速发展的动因
- 五、拉美地区电子商务发展迅猛
- 六、金融危机给全球电子商务市场带来增长动力

第二节 2009-2010年世界电子商务立法情况分析

- 一、国际电子商务立法基本情况
- 二、国际电子商务立法的特征
- 三、电子签名技术的法律认证问题及各国解决方案
- 四、世界电子商务认证机构管理的方式
- 五、电子商务交易中的法律问题及应对策略

第三节 美国

- 一、美国电子商务领域十年成果综述
- 二、美国电子商务市场呈增长态势
- 三、2008年美国零售业电子商务概况
- 四、美国政府积极扶持电子商务发展
- 五、美国电子商务发展趋势预测

第四节 英国

- 一、英国电子商务销售额高居欧洲第一位
- 二、英国电子商务的政策体系解析
- 三、2011年英国电子网上购物市场规模及趋势预测
- 四、2012年英国B2C电子商务销售额预测

第五节 其他国家

- 一、新加坡政府力促电子商务发展
- 二、阿根廷网上交易发展势头迅速
- 三、法国电子商务蓬勃发展
- 四、韩国电子商务交易额分析
- 五、日本将引领亚太地区B2C电子商务销售

第三章 2009-2010年中国电子商务整体运行状况分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第四章 2009-2010年中国网商产业运行环境分析

第一节2009-2010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 2009-2010年中国网商产业政策环境分析

- 一、网商政策分析
- 二、相关产业政策影响分析

第三节 2009-2010年中国网商产业社会环境分析

第五章2009-2010年中国网商发展形势分析

第一节2009-2010年中国网商发展概述

- 一、调研对象的构成
- 二、网商数量和交易量持续扩大
- 三、成长路径多元化

第二节2009-2010年中国网商运行动态分析

- 一、网商协作生态化
- 二、国际化持续展开
- 三、社会化趋势日益显著

第三节2009-2010年中国网商发展存在问题分析

第六章2009-2010年中国网商产业运行走势分析

第一节2009-2010年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

第二节2009-2010年中国网商的社会经济影响分析

- 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

第七章 2009-2010年中国网货市场运行态势分析

第一节网货基本概述

一、网货意义

二、网货特点

三、网货保障

第二节 2009-2010年中国网货崛起分析

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

第三节2009-2010年中国网货的影响及未来分析

一、网货的影响

二、网货的未来: 从1.0到2.0

第八章 2009-2010年中国网规运行局势透视

第一节 网规的特性与价值

一、网规的范围

二、网规相关的主体

三、网规的特性

四、网规的成效与价值

第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界分析

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

第九章 2009-2010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

第十章 生机勃勃的网络诚信体系

第一节 阿里巴巴BB诚信体系

第二节 淘宝网诚信体系

第三节 电子支付诚信体系

第四节 生活服务诚信体系

第十一章 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年中国企业投资网商预测分析

图表名称：部分

图表 不同的角度的电子商务的定义

图表 广义的电子商务和狭义电子商务

图表 不同标准的电子商务分类

图表 三种典型的电子商务

图表 2006-2011年英国网络购物用户规模预测

图表 2004-2008年美国B2B电子商务市场交易额发展及预测

图表 2003-2007年美国电子商务零售额增长情况

图表 行业电子商务网站创建年度分布图

图表 B2B电子商务分类一（按贸易类型）

图表 B2B电子商务分类二（按贸易主导主体类型）

图表 2001-2007年中国电子商务市场总体规模增长图 单位亿元（人民币）

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-2009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 2009-2010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

图表略…………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/156143.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。