



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年网商行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年网商行业市场分析及发展趋势研究报告》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/41113.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

2008年，网商群体获得了长足发展：从规模化走向普及化：网商范围扩展，数量超过5000万，交易量猛增；从潮流化走向主流化：各地各级政府高度关注，网商职业化初现端倪；从同质化走向异质化：网商在规模、需求、利益、方向等方面持续分化；深入、广泛的全球化：网商更加充分地融入全球供应链和资本市场；日益突显的“生态化”：网商商业生态正在从开拓期转入扩展期。

海量的中小企业和创业者，借助电子商务平台实现大规模的生态化聚合，大幅度地降低了企业之间的协同成本，并创造出一个竞争力足以与大企业相比拟，但其灵活性却更胜一筹的商业生态集群。在这样的协同模式下，商业的进入成本和创新成本，都得到了显著的降低。无数的中小交易者由此能够面对全球市场，无数的中小生意由此也能够成为现实。商业自由度得到了大幅扩展，个体的能量也有了充分施展的舞台。

作为全球性商帮，网商的发展也在为“全球化”注入新的特质。过去数百年来，国家和跨国公司曾分别是推动全球化的两大主角，而今，中小企业和创业者等草根力量，正在通过大规模协作、个性化、互动等全新的商业实践，丰富和拓展着全球化的新内涵。

作为中国经济发展和信息化过程中出现的一种独特创新，网商模式有望为全球市场经济、为信息化与工业化的融合，贡献出一种全新发展模式。

【目录】

前言 ...1

目录 ...2

图表...3

第一部分 网商步入生态成长期.....7

第一章 从规模化到普及化.....7

一、网商数量与范围加速扩张.....8

二、深入影响商业和社会生活.....	9
三、网商交易量强劲增长.....	10
第二章 从潮流化到主流化.....	11
一、政府重视并大力推动电子商务发展.....	11
二、网商成为推动区域经济转型的力量之一.....	12
三、网商的行业分布和地区分布不断优化.....	12
四、网上购物日趋普及.....	13
五、网商初步走向“职业化”.....	14
第三章 网商群体的异质性增强.....	15
一、网商规模分化加速.....	15
二、网商需求差异化.....	16
三、网商利益分化.....	17
四、网商未来发展方向分化.....	19
第四章 生态化——协作与共同进化.....	21
一、网商“物种”日益丰富.....	21
二、电子商务平台加速开放.....	21
三、网商之间的大规模协作.....	22
四、网商自我服务体系开始起步.....	24
五、网商与平台共同进化.....	25
六、网商生态正在从开拓期进入扩展期.....	26
第五章 深入、广泛的全球化.....	27
一、中国网商融入全球产业链.....	27
二、国外网商的成功实践.....	28
三、核心平台的全球化运营.....	29
四、融入全球资本市场.....	30
第二部分 网商高速成长的动因分析.....	31
第六章 个人网商的成功实践分析.....	31

一、个案一：个性化的化妆品服务.....	31
二、个案二：卖中国没有的巧克力.....	32
三、个案三：聋人网商的运营历程.....	32
四、个人网商的成功策略.....	33
第七章 企业网商的成功实践分析.....	34
一、石峰：保证产品质量，将诚信做到极致.....	34
二、姚德中：充分用好电子商务并不断创新.....	35
三、陆建娟：坚持学习，善用资源充实社会资本.....	36
四、企业网商的成功策略.....	37
第八章 网商高速发展的动因分析.....	38
一、协作因素：数千万网商的大规模协作.....	38
二、平台因素：电子商务平台整合服务，打造产业链.....	39
三、自身进化因素：快速学习、流程优化与模式创新.....	40
四、竞争因素：竞争升级导致专业化分工持续展开.....	40
五、应变因素：市场适应力大幅度提升.....	41
六、战略伙伴因素：网商服务体系的巨大推力.....	41
七、技术因素：技术创新带来模式创新、制度创新.....	42
八、消费习惯因素：网络购物成为主流.....	42
九、社会因素：网商职业化与网商教育蔚然成风.....	43
十、政府因素：对电子商务积极推动.....	43
十一、小结：网商发展的三大关键词.....	44
第三部分 网商高速成长中的机遇与挑战.....	45
第九章 网商面临极佳发展机遇.....	45
一、国家高度重视电子商务发展.....	45
二、全社会网络消费习惯日益成熟.....	46
三、电子商务基础设施不断完善.....	46
四、电子商务市场规模大幅增长.....	47
五、技术创新、产业升级带来新的机遇.....	48
六、“做快”、“做活”的机遇.....	49

第十章 网商群体发展带来的影响.....	50
一、提升中小企业竞争实力.....	50
二、直接拉动电子商务相关行业的创新和发展.....	50
三、有力地促进了就业和创业.....	51
四、带动了传统行业的发展.....	51
五、促进了商业环境的改善和商业自由度的扩展.....	52
六、弘扬新的商业精神.....	53
七、促进区域经济发展.....	54
八、推动“中国制造”到“中国创造”的升级.....	55
九、网商发展带来的冲击.....	56
第十一章 网商发展尚待解决的问题.....	57
一、网商的协作机制有待完善.....	57
二、电子商务与传统商业融合有待探索.....	57
三、支持网商发展的服务体系有待健全.....	58
四、网商自身能力有待提高.....	58
第四部分 生态化与社会化的未来.....	60
第十二章 走向社会化的未来.....	60
一、网商的影响范围向更广阔的社会生活领域渗透.....	62
二、人人都可以成为网商.....	64
三、网商社会内部各种自我满足的功能性服务将日益完善.....	66
四、网商在网商社会中可以满足全方位需求.....	67
五、工作、学习、生活一体化的个体发展路径.....	67
六、认同的力量：网商社会日益成熟.....	67
第十三章 结论与讨论.....	69
一、网商发展：信息时代的中国经验.....	69
二、网商研究亟待体系化、深入化.....	70

图 表

图表 1 2003-2007 年中国互联网普及率.....	2
图表 2 2002-2007 年中国网络购物总额.....	3
图表 3 企业网商类型分布.....	6
图表 4 2002-2007 年中国网络购物用户规模.....	6
图表 5 运营较成功的淘宝网店的规模分布.....	8
图表 6 企业网商需求分布.....	9
图表 7 运营较成功的淘宝卖家未来两年发展规划.....	10
图表 8 淘宝网商业生态系统的构成及其外部环境.....	12
图表 9 企业网商之间的协助互助行为.....	12
图表 10 淘宝网卖家之间的协作互助方式.....	13
图表 11 淘宝网“卖家服务卖家”示意图.....	14
图表 12 商盟等自发组织的形成过程示意图.....	15
图表 13 淘宝卖家打理网店的频率.....	20
图表 14 成功淘宝卖家具有的特质.....	20
图表 15 成功个人网商的主要心理行为特征.....	21
图表 16 淘宝卖家的货源渠道.....	22
图表 17 成功企业网商的特质.....	25
图表 18 企业网商对不同类型网站电子商务成效评价.....	28
图表 19 卖家对淘宝网合作伙伴的需求分布.....	31
图表 20 2007 年网络购物消费品排行榜.....	35
图表 21 企业网商使用电子商务后的成效.....	37
图表 22 企业网商希望引入的人才.....	38
图表 23 企业网商希望从政府部门获得的支持.....	40
图表 24 个人网商是否由于缺乏管理知识而遇到发展瓶颈.....	42
图表 25 网商发展阶段示意图.....	45

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41113.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。