



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国C2C市场年度综合 报告

一、调研说明

《2007年中国C2C市场年度综合报告》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/42234.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

研究范畴

本报告涉及的技术领域为：新媒体 - 互联网 - 网上零售（C2C）

本报告涉及的厂商主要包括：淘宝网、易趣网、拍拍网。

本报告涉及的产品和服务：C2C电子商务，第三方支付服务。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

第一个来源，通过易观电子商务固定样本组等渠道获得的相关业务经营数据。

第二个来源，易观采用深度访谈的方式和电子商务价值链各环节的资深人士进行了深入的交流，相关信息如下：

电子商务企业资深人士10位

电子商务相关环节企业人士6位

政府相关人士2位

易观国际互联网观点库

易观国际互联网数据库

【 目录 】

1 C2C电子商务定义及研究范畴 1

1.1 C2C电子商务定义 1

1.2 研究范畴 1

1.3 术语 2

2 中国C2C电子商务产业分析 3

2.1 中国C2C电子商务市场状况 3

2.1.1 中国C2C电子商务对国民经济的影响 3

2.1.2中国C2C电子商务市场特点	1
2.2 中国线上B2B电子商务发展三要素现状	2
2.2.1信息平台	3
2.2.2 支付服务	5
2.2.3 物流服务	7
2.3 中国C2C电子商务市场规模及份额	8
2.3.1 中国C2C电子商务交易额规模及份额	8
2.3.2 中国C2C电子商务商品数规模	10
2.3.3 中国C2C电子商务畅销商品类别、规模及份额	13
3中国C2C电子商务市场用户分析及预测	16
3.1 中国C2C电子商务用户规模	16
3.1.1 中国C2C电子商务注册账户规模	16
3.1.2 中国C2C电子商务实际用户规模	17
3.2 C2C电子商务买家用户特征分析	18
3.2.1 性别和年龄特征	18
3.2.2职业和收入特征	20
3.2.3 地域分布特征	22
3.2.4 商品需求特征	23
3.2.5 买家用户对C2C电子商务平台的关键选择因素	24
3.3 C2C电子商务卖家用户特征分析	26
3.3.1 卖家规模	26
3.3.2 卖家构成	28
3.3.3 卖家用户对C2C电子商务平台的关键选择因素	30
3.4 C2C电子商务买家用户和卖家用户趋势分析	31
3.4.1 买家用户的发展趋势	31
3.4.2 卖家用户的发展趋势	33
4中国C2C电子商务商业模式现状和市场趋势	35
4.1 中国C2C电子商务商业模式现状	35
4.1.1免费基本服务	36
4.1.2 收费增值服务	37

4.1.3 其他收费服务	38
4.2 C2C电子商务平台的关键成功因素	39
4.2.1 买家数量和质量	39
4.2.2 诚信服务	40
4.2.3 平台功能的易用性	42
4.2.4 客户服务	42
4.3中国C2C市场发展趋势	43
4.3.1 C2C平台向Bs2Bs2C平台过渡	43
4.3.2 C2C平台服务领域的异化	45
4.3.3 C2C电子商务服务商寻求差异化竞争优势	46
4.4 中国C2C电子商务市场发展预测	47
4.4.1 中国C2C电子商务发展的促进因素	47
4.4.2 我国线上B2B电子商务发展的阻碍因素	49
4.4.3 中国C2C电子商务规模预测2006-2010	50

5 中国C2C厂商市场竞争分析 53

5.1 淘宝网 53

5.1.1 厂商概况 53

5.1.2 年度业绩 53

5.1.3 服务 56

5.1.4 年度重大事件 59

5.1.5 厂商竞争分析 60

5.2 易趣网 61

5.2.1 厂商概况 61

5.2.2 近期业绩 62

5.2.3 服务 65

5.2.4 年度重大事件 67

5.2.5 厂商竞争分析 68

5.3 拍拍网 69

5.3.1 厂商概况 69

5.3.2 近期业绩 69

5.3.3服务 72

5.3.4 年度重大事件 73

5.3.5 厂商竞争分析 74

6 中国C2C电子商务平台策略建议 75

6.1 卖家拉动 76

6.2 买家拉动 77

6.3 挖掘内部资源创造多元盈利点 78

6.4 营销多样化策略 79

附录：易观数据采集流程和方法论 80

1 总体介绍 80

2 消费者市场的研究方法 81

3 不同类型企业市场的研究方法 83

4 数据分析流程与方法 84

图 目 录

图2-1 C2C电子商务用户支付方式选择 5

图2-2 C2C电子商务引起的第三方互联网支付金额占总第三方互联网支付金额的比例 6

图2-3 中国C2C电子商务交易额季度规模 8

图2-4 2006年全年C2C电子商务成交金额市场份额 9

图2-5 中国C2C电子商务在线商品数季度规模 10

图2-6 2007年第2季度各C2C电子商务平台在线商品数规模份额 11

图2-7 中国C2C电子商务成交商品数季度规模 12

图2-8 2007年第2季度各C2C电子商务平台成交商品数份额 12

图2-9 2007年第2季度淘宝网畅销商品交易规模及份额 13

图2-10 2007年第2季度易趣网畅销商品交易规模及份额 14

图2-11 2007年第2季度拍拍网畅销商品交易规模及份额 15

图3-1 中国C2C电子商务注册账户季度（累计）规模 16

图3-2 中国C2C电子商务实际用户季度（累计）规模 17

图3-3 2007年第2季度C2C电子商务用户性别比例 18

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42234.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提供专业投资咨询报告、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。