



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年第3季度中国C2C市场 季度监测

## 一、调研说明

《2006年第3季度中国C2C市场季度监测》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/42446.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

### 【 描述 】

#### 关键发现

2006年Q3，C2C市场规模达到64.56亿，环比增长13.06%；用户规模达到6,138万，环比增长为20.66%。

2006年Q3，由于学生带动的暑期消费市场，同时伴随电子商务整体市场的不断发展，使得C2C市场规模增长明显高于上半年平均水平。

2006年Q3，C2C市场中用户导向策略明显，从买家商品选择属性改进到卖家销售助手推出等，使卖家和买家的用户体验都有不同程度提高，C2C平台在各自开拓市场的同时，也在不断培养用户的使用习惯和增强网站粘性。

拍拍网从6月宣布免费3年后，2006年Q3通过有效市场活动和不断改进的用户体验，取得了较好的市场表现。易观认为，C2C市场的竞争将更加激烈，良好的用户体验将是中国C2C平台不断努力改进的方向和获得市场成功的关键。

2006年Q3，淘宝网的产品成交金额比上季度增长了19.88%，成交金额市场份额达到60%。增长的主要原因是淘宝在2006年Q3进行了大量的市场营销活动，而这些营销活动有效的拉动了淘宝的用户增长和交易额。虽然eBay易趣在2006年Q3在市场营销方面也投入了资源，但是与淘宝相比，eBay易趣的市场营销主要集中在形象塑造，对于提高用户交易量提升作用并不明显。

### 【 目录 】

#### 0 研究定义

#### 1 关键发现

#### 2 市场规模

#### 3 用户规模

#### 4 厂商排名

#### 5 厂商市场活动跟踪

##### List of Tables

- 2-1 2005Q1-2006Q3 C2C整体市场规模（按成交金额）与增长率（单位：亿元）
- 2-2 2005Q1-2006Q3 C2C整体市场规模（按成交商品数）与增长率（单位：万件）
- 3-1 2005Q1-2006Q3 C2C用户数与增长率（单位：万）
- 3-2 2005Q1-2006Q3 C2C卖家数与增长率（单位：万）
- 4-1 2005Q1-2006Q3 C2C厂商用户数（单位：万）
- 4-2 2005Q1-2006Q3 C2C厂商用户数增长率（单位：万）
- 4-3 2005Q1-2006Q3 C2C厂商卖家数（单位：万）
- 4-4 2005Q1-2006Q3 C2C厂商卖家数增长率
- 4-5 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交金额（单位：亿元）
- 4-6 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交金额增长率
- 4-7 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交商品数（单位：万件）
- 4-8 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交商品数增长率
- 5-1 厂商市场活动跟踪

##### List of Figures

- 2-1 2005Q1-2006Q3 C2C整体市场规模（按成交金额）（单位：亿元）
- 2-2 2005Q1-2006Q3 C2C整体市场规模（按成交商品数）（单位：万件）
- 3-1 2005Q1-2006Q3 C2C用户数（单位：万）
- 3-2 2005Q1-2006Q3 C2C卖家数（单位：万）
- 4-1 2005Q1-2006Q3 C2C厂商用户数季度变化（单位：万）
- 4-2 2005Q1-2006Q3 C2C厂商用户数份额季度变化
- 4-3 2006Q3 C2C厂商用户数排名（单位：万）
- 4-4 2006Q3 C2C厂商用户数份额
- 4-5 2005Q1-2006Q3 C2C厂商用户数增长率
- 4-6 2006Q3 C2C厂商用户数增长率排名
- 4-7 2005Q1-2006Q3 C2C厂商卖家数季度变化（单位：万）
- 4-8 2006Q3 C2C厂商卖家数排名（单位：万）
- 4-9 2006Q3 C2C厂商卖家数份额

4-10 2005Q1-2006Q3 C2C厂商卖家数增长率

4-11 2006Q3 C2C厂商卖家数增长率排名

4-12 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交金额季度变化（单位：亿元）

4-13 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交金额份额季度变化

4-14 2006Q3 C2C厂商成交金额排名（单位：亿元）

4-15 2006Q3 C2C厂商成交金额份额

4-16 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交金额增长率

4-17 2006Q3 C2C厂商成交金额增长率排名

4-18 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交商品数份额季度变化

4-19 2006Q3 C2C厂商成交商品数排名（单位：万件）

4-20 2006Q3 C2C厂商成交商品数份额

4-21 2005Q1-2006Q3 C2C厂商成交商品数增长率4-22 2006Q3 C2C厂商成交商品数增长率排名

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42446.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](http://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。