

# 中国 B2C 垂直商品网络购物用户研究报告

## (2011 年 2 月)



中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center

# 目 录

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第 1 章 调查介绍 .....              | 8  |
| 1.1 调查方法 .....                | 8  |
| 1.1.1 调查样本分布 .....            | 8  |
| 1.1.2 调查时间 .....              | 9  |
| 1.1.3 调查方式 .....              | 9  |
| 1.1.4 调查随机性和准确性控制办法 .....     | 9  |
| 1.2 报告术语界定 .....              | 9  |
| 1.3 主要研究发现 .....              | 12 |
| 第 2 章 中国 B2C 网络购物用户现状分析 ..... | 15 |
| 2.1 用户规模 .....                | 15 |
| 2.2 商品类别 .....                | 15 |
| 2.3 消费金额 .....                | 16 |
| 2.4 网购次数 .....                | 16 |
| 2.5 消费意愿 .....                | 17 |
| 2.6 购物网站 .....                | 17 |
| 2.7 用户差异 .....                | 18 |
| 第 3 章 服装 B2C 网购用户行为及特征 .....  | 20 |
| 3.1 用户规模 .....                | 20 |
| 3.2 消费金额 .....                | 20 |
| 3.3 购物网站 .....                | 20 |
| 3.3.1 渗透率 .....               | 20 |
| 3.3.2 消费金额 .....              | 21 |
| 3.3.3 单一度 .....               | 21 |
| 3.4 相关购买行为 .....              | 22 |
| 3.5 服装 B2C 网购用户特征 .....       | 22 |
| 3.5.1 性别 .....                | 22 |
| 3.5.2 年龄 .....                | 23 |
| 3.5.3 学历 .....                | 23 |
| 3.5.4 职业 .....                | 24 |
| 第 4 章 图书 B2C 网购用户行为及特征 .....  | 25 |
| 4.1 用户规模 .....                | 25 |
| 4.2 消费金额 .....                | 25 |
| 4.3 购物网站 .....                | 25 |
| 4.3.1 渗透率 .....               | 25 |
| 4.3.2 消费金额 .....              | 26 |
| 4.3.3 单一度 .....               | 26 |
| 4.4 相关购买行为 .....              | 27 |

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| 4.5 图书 B2C 网购用户特征 .....               | 27        |
| 4.5.1 性别 .....                        | 27        |
| 4.5.2 年龄 .....                        | 28        |
| 4.5.3 学历 .....                        | 28        |
| 4.5.4 职业 .....                        | 28        |
| <b>第 5 章 3C 类 B2C 网购用户行为及特征 .....</b> | <b>30</b> |
| 5.1 用户规模 .....                        | 30        |
| 5.2 消费金额 .....                        | 30        |
| 5.3 购物网站 .....                        | 30        |
| 5.3.1 渗透率 .....                       | 30        |
| 5.3.2 消费金额 .....                      | 31        |
| 5.3.3 单一度 .....                       | 31        |
| 5.4 相关购买行为 .....                      | 32        |
| 5.5 3C 类 B2C 网购用户特征 .....             | 32        |
| 5.5.1 性别 .....                        | 32        |
| 5.5.2 年龄 .....                        | 33        |
| 5.5.3 学历 .....                        | 33        |
| 5.5.4 职业 .....                        | 34        |
| <b>第 6 章 家电 B2C 网购用户行为及特征 .....</b>   | <b>35</b> |
| 6.1 用户规模 .....                        | 35        |
| 6.2 消费金额 .....                        | 35        |
| 6.3 购物网站 .....                        | 35        |
| 6.3.1 渗透率 .....                       | 35        |
| 6.3.2 消费金额 .....                      | 36        |
| 6.3.3 单一度 .....                       | 36        |
| 6.4 相关购买行为 .....                      | 37        |
| 6.5 家电 B2C 网购用户特征 .....               | 37        |
| 6.5.1 性别 .....                        | 37        |
| 6.5.2 年龄 .....                        | 38        |
| 6.5.3 学历 .....                        | 38        |
| 6.5.4 职业 .....                        | 38        |
| <b>第 7 章 母婴 B2C 网购用户行为及特征 .....</b>   | <b>40</b> |
| 7.1 用户规模 .....                        | 40        |
| 7.2 消费金额 .....                        | 40        |
| 7.3 购物网站 .....                        | 40        |
| 7.3.1 渗透率 .....                       | 40        |
| 7.3.2 消费金额 .....                      | 41        |
| 7.3.3 单一度 .....                       | 41        |
| 7.4 相关购买行为 .....                      | 42        |
| 7.5 母婴 B2C 网购用户特征 .....               | 42        |
| 7.5.1 性别 .....                        | 42        |

|               |    |
|---------------|----|
| 7.5.2 年龄..... | 43 |
| 7.5.3 学历..... | 43 |
| 7.5.4 职业..... | 43 |

# 图目录

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 图 1 2010 年中国网购用户中 B2C 网购用户的比例.....    | 15 |
| 图 2 2010 年用户在 B2C 网站网购商品比例.....       | 16 |
| 图 3 2010 年部分垂直商品网购人均年花费.....          | 16 |
| 图 4 整体网购用户和 B2C 网购用户半年网购次数.....       | 17 |
| 图 5 2010 年中国 B2C 网购用户更愿意在网上购买的商品..... | 17 |
| 图 6 2010 年中国部分 B2C 网购网站用户渗透率.....     | 18 |
| 图 7 2010 年中国主要垂直 B2C 商品购物网站单一度对比..... | 18 |
| 图 8 2010 年中国主要垂直 B2C 网购用户特征差异.....    | 19 |
| 图 9 用户在 B2C 网站购买服装人均年花费金额.....        | 20 |
| 图 10 用户网购服装的 B2C 购物网站.....            | 21 |
| 图 11 用户在 B2C 网站购买服装的年均花费金额.....       | 21 |
| 图 12 B2C 网购用户服装网购单一度.....             | 22 |
| 图 13 B2C 服装网购用户网购其他商品比例.....          | 22 |
| 图 14 2010 年中国服装 B2C 网购用户性别比例.....     | 23 |
| 图 15 2010 年中国服装 B2C 网购用户年龄比例.....     | 23 |
| 图 16 2010 年中国服装 B2C 网购用户学历比例.....     | 24 |
| 图 17 2010 年中国服装 B2C 网购用户职业比例.....     | 24 |
| 图 18 用户在 B2C 网站购买图书人均年花费金额.....       | 25 |
| 图 19 用户网购图书的 B2C 购物网站.....            | 26 |
| 图 20 用户在 B2C 网站购买图书的年均花费金额.....       | 26 |
| 图 21 用户图书网购单一度.....                   | 26 |
| 图 22 B2C 图书网购用户网购其他商品比例.....          | 27 |
| 图 23 2010 年中国图书 B2C 网购用户性别比例.....     | 27 |
| 图 24 2010 年中国图书 B2C 网购用户年龄比例.....     | 28 |
| 图 25 2010 年中国图书 B2C 网购用户学历比例.....     | 28 |
| 图 26 2010 年中国图书 B2C 网购用户职业比例.....     | 29 |
| 图 27 用户在 B2C 网站购买 3C 产品年均花费金额.....    | 30 |
| 图 28 用户网购 3C 产品的 B2C 购物网站.....        | 31 |
| 图 29 用户在 B2C 网站购买 3C 的年均花费金额.....     | 31 |
| 图 30 用户 3C 产品网购单一度.....               | 32 |
| 图 31 3C 类 B2C 网购用户网购其他商品比例.....       | 32 |
| 图 32 2010 年中国 3C 类 B2C 网购用户性别比例.....  | 33 |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 图 33 2010 年中国 3C 类 B2C 网购用户年龄比例 ..... | 33 |
| 图 34 2010 年中国 3C 类 B2C 网购用户学历比例 ..... | 34 |
| 图 35 2010 年中国 3C 类 B2C 网购用户职业比例 ..... | 34 |
| 图 36 用户在 B2C 网站购买家电年均花费金额 .....       | 35 |
| 图 37 用户购物家电的 B2C 购物网站 .....           | 36 |
| 图 38 用户在 B2C 网站购买家电的年均花费金额 .....      | 36 |
| 图 39 用户家电网购单一度 .....                  | 36 |
| 图 40 家电 B2C 网购用户网购其他商品比例 .....        | 37 |
| 图 41 2010 年中国家电 B2C 网购用户性别比例 .....    | 37 |
| 图 42 2010 年中国家电 B2C 网购用户年龄比例 .....    | 38 |
| 图 43 2010 年中国家电 B2C 网购用户学历比例 .....    | 38 |
| 图 44 2010 年中国家电 B2C 网购用户职业比例 .....    | 39 |
| 图 45 用户在 B2C 网站购买母婴产品年均花费金额 .....     | 40 |
| 图 46 用户购物母婴用品的 B2C 购物网站 .....         | 41 |
| 图 47 用户在 B2C 网站购买母婴用品的年均花费金额 .....    | 41 |
| 图 48 用户母婴产品网购单一度 .....                | 41 |
| 图 49 母婴 B2C 网购用户网购其他商品比例 .....        | 42 |
| 图 50 2010 年中国母婴 B2C 网购用户性别比例 .....    | 42 |
| 图 51 2010 年中国母婴 B2C 网购用户年龄比例 .....    | 43 |
| 图 52 2010 年中国母婴 B2C 网购用户学历比例 .....    | 43 |
| 图 53 2010 年中国母婴 B2C 网购用户职业比例 .....    | 44 |

## 版权声明

本报告由中国互联网络信息中心制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护。本报告仅供购买者个人或单位使用，不得转送、转让、转售任何第三方或以其他方式使其他第三方非法获得。除非经中国互联网络信息中心书面同意，本报告的任何内容，包括文字、图片、表格等，均不得对外披露、公布、出版、发行。

## 免责声明

本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。所以，本报告只提供给购买报告的个人或单位作为市场参考资料，本中心不承担因使用本报告而产生的法律责任。

中国互联网络信息中心

**China Internet Network Information Center (CNNIC)**

2011 年 2 月

## 第1章 调查介绍

### 1.1 调查方法

#### 1.1.1 调查样本分布

电话调查的目标总体是中國大陸（除港、澳、台三地）网民。CNNIC 随机抽取华北、东北、华东、华南、华中、西北、西南 7 大区域内的一级城市三个、二级城市八个、三级城市十四个。调查样本根据城市所有电话局号，通过随机生成电话号码的方式，抽取住宅电话、小灵通和宿舍电话和手机进行访问。访问对象为最近半年有过网上购物行为的网民，成功样本 3027 个。具体样本分布见下表：

表 1 2010 年 B2C 网络购物用户调查样本分布

| 区域 | 城市  | 城市级别 | 数量  |
|----|-----|------|-----|
| 华北 | 北京  | 1    | 401 |
| 华南 | 广州  | 1    | 400 |
| 华东 | 上海  | 1    | 402 |
| 西南 | 成都  | 2    | 140 |
| 东北 | 哈尔滨 | 2    | 141 |
| 华东 | 杭州  | 2    | 144 |
| 华南 | 深圳  | 2    | 140 |
| 华北 | 石家庄 | 2    | 143 |
| 华中 | 武汉  | 2    | 143 |
| 西北 | 西安  | 2    | 140 |
| 华东 | 厦门  | 2    | 140 |
| 华北 | 沧州  | 3    | 52  |
| 华南 | 东莞  | 3    | 51  |

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21964](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21964)

