
2010 年中国电子商务行业发展研究报告



研究发现

对于中国电子商务 B2C 市场：

2009 年中国电子商务 B2C 行业现状分析发现

2009-2010 年中期，中国电子商务 B2C 市场发展现状呈九点主要特征：

- （一）中国经济的快速发展是中国电子商务 B2C 行业发展的基础性动力
- （二）中国互联网快速发展成为电子商务 B2C 市场发展的“温床”
- （三）商务交易类应用成为中国互联网发展最快的应用之一
- （四）传统厂商的电子商务化战略日渐清晰，成为拉升电子商务市场的又一力量
- （五）第三方支付市场的快速发展为电子商务 B2C 市场保驾护航
- （六）物流配送体系的逐渐完善提升了中国电子商务 B2C 服务质量
- （七）电子商务 B2C 市场挤占了部分 C2C 的市场份额，后续发展值得期待
- （八）电子商务 B2C 市场垂直细分化发展，电子商务 B2C 市场多元化趋势迅速
- （九）信用体系仍有待完备

中国电子商务垂直 B2C 行业分析发现

目前，中国电子商务垂直 B2C 行业较为活跃的细分市场集中在综合百货类、3C 类、服装类、礼品类、珠宝类等领域，尤以 **3C、服装、礼品、珠宝类** 市场表现最为突出。相比较而言，由于出版物电子商务 B2C 的市场格局已经形成并较为稳定，固此类市场的投资价值较小。此外，团购作为一种新兴的电子商务 B2C 模式，由于厂商混战且商业模式盲目追从等原因，资本对此类市场仍主要持观望态度。

2009年中国电子商务 B2C 行业投资统计分析发现

（一）投资规模分析

2006-2009年中国电子商务 B2C 行业及相关领域共发生投资事件 95 笔，涉及企业 44 个，披露投资金额 6.04 亿美元。此外，值得注意的一点是 2010 年第一季度，中国电子商务 B2C 领域已经发生 11 笔投资事件，其中 7 笔披露投资金额，总投资金额为 1.49 亿美元，平均投资金额 2132 万美元，高于 2008、2009 年电子商务 B2C 市场平均投资金额。

（二）垂直 B2C 行业投资分析

2007-2009 年，3C 类、服装类、母婴类成为中国电子商务 B2C 行业投资热点，珠宝类、礼品类垂直电子商务 B2C 行业的后续投资前景值得期待。

中国电子商务 B2C 行业投资机会分析发现

中国电子商务 B2C 行业投资机会，可以从以下五个方面分析：

- （一）中国加大对电子商务市场的扶持，为电子商务的发展营造了良好的产业及社会环境
- （二）中国电子商务 B2C 市场营收及用户数持续扩大
- （三）电子商务 B2C 成为中国传统行业产品多渠道推广的重要途径之一
- （四）支付体系的日渐完善与持续发展
- （五）资本市场对电子商务 B2C 市场广泛关注

中国电子商务 B2C 行业具有一定的投资机会，但是其也将面临一定的风险：

- （一）政府监管力度加强成为行业发展的“双刃剑”
- （二）第三方物流体系的总体发展水平相对滞后
- （三）在线支付方式的用户认知度不高
- （四）信用体系仍不完备

对于中国电子商务 B2B 市场：

2009年中国电子商务 B2B 市场规模发现

2009年中国线上 B2B 电子商务市场总交付价值规模达 65 亿，整体增幅趋缓。厂商深入挖掘现有客户市场并达到商业模式创新，以及内贸业务在拉动内需的政策下的增长是 B2B 市场规模增长的主要驱动力。

从用户规模来看，2009 年底中国电子商务 B2B 市场注册账户数已经达到 9100 万，较上年增长 26.4%，而此前 2003 年到 2008 年的注册账户数年均复合增长率则高达 89%。其中，付费账户数在 2009 年底达到 183 万，同比增长 28.9%。由于目前中国电子商务 B2B 市场的收入来源仍然主要以会员服务和营销服务为主，因此付费账户仍然是支撑 B2B 市场规模的主要因素。

2009年中国电子商务 B2B 市场发展特征发现

中国线上 B2B 电子商务市场竞争格局目前主要存在以下特点：

- 竞争同质化程度较高，但部分厂商已经出现差异化
- 商业模式仍然处于比较初级的阶段
- 区域发展水平不均
- 行业之间发展水平不均

1999-2010 年上半年中国电子商务 B2B 行业投资统计分析发现

自 1999 年开始，中国电子商务 B2B 行业投资事件共发生 18 起，其中 11 起披露投资金额，总投资额为 199.47 万美元，平均投资额为 1813.36 万美元。2007 年是中国电子商务 B2B 市场投资事件较多的一年，共发生 5 起。

目前，中国范围内电子商务 B2B 行业共有上市公司 5 家，其中深圳中小企业版、香港各两家企业上市，其中，网盛生意宝、焦点科技在深圳中小企业版上市；阿里巴巴、慧聪网在香港上市；另外，环球资源在美国纳斯达克证券交易所上市。在上市的 5 家公司中，其中有 3 家公司有 VC/PE 支持。

从 2001 年开始，中国电子商务 B2B 行业就相继出现了并购事件，截止到 2010 年上半年，共发生并购事件 6 起。其中，以阿里巴巴作为主要并购方的并购事件发生 4 起，其通过境内并购与海外并购相结合的方式，快速的完成在 B2B 领域的扩张；以网盛生意宝作为主要并购方的并购事件发生 2 起，主要集中在服装纺织领域，这与网盛生意宝的布局有关，其通过资本运动，成为中国服装纺织类 B2B 行业的领军企业。

中国电子商务 B2B 行业投资机会分析发现

中国电子商务上市公司主要集中在 B2B 领域，不过，对于电子商务 B2B 领域，目前的投资机会并不多，一些相对较好的领域如钢材、服装等市场垄断趋势已经较为明显，对此，资本市场可关注与传统消费领域相结合的 B2B 电子商务厂商及模式相对较为创新的领域，但是目前情况来看，值得投资的企业机会不多。

对于中国电子商务 C2C 市场：

2009 年中国电子商务 C2C 市场规模发现

2009 年中国电子商务 C2C 网上零售市场季度交易规模 2326.7 亿元人民币，相比于 2008 年 1139.8 亿元人民币增幅达 104.12%。

2009 年 Q4，中国电子商务 C2C 网上零售在线商品数量规模为 38031 万个，环比增长率为 23.07%。在线商品规模是中国电子商务 C2C 平台快速发展的基础要素，直接决定交易的规模、用户数量等。总体而言，中国电子商务 C2C 的在线商品数量呈不断上升的趋势，尤其是随着拍拍、百度有啊的出现与发展，中国电子商务 C2C 的在线商品数量增长较快。

2009 年中国电子商务 C2C 市场竞争格局发现

目前，中国电子商务 C2C 市场的主要参与者有四家，分别为淘宝、易趣、拍拍、有啊，占中国电子商务 C2C 市场的 99%以上，其中淘宝的竞争优势尤其明显。

2009 年中国电子商务 C2C 网上零售市场交易规模 2326.7 亿元人民币，其中淘宝的交易规模为 2004.82 亿元人民币，占比达 86.17%，遥遥领先于其他厂商，拍拍网尽管成立时间不久，但是凭借腾讯也已积累的庞大用户群，取得了较快的发展，位居中国电子商务 C2C 网上零售市场季度交易规模第二位，交易规模为 203.53 亿元人民币，占比达 8.75%。

中国电子商务 C2C 市场投资统计分析发现

从 1999 年开始，中国电子商务 C2C 市场出现投资事件，截止 2009 年 12 月，共发生 3 起，受资方均是易趣。其中，有 2 笔披露投资金额，总投资金额为 720 万美元，平均投资额为 360 万美元。

中国电子商务 C2C 行业的并购事件 2003 年 6 月发生过一起，即亿贝收购易趣 33%的股权。

中国电子商务 C2C 市场投资机会分析发现

从目前中国电子商务 C2C 行业整体情况来看，由于市场聚合度较高，且在一段相对较长的时间内垄断局面难以破除，为此，市场后进者存在一定较大的风险。而对于此类市场的投资机会，主要集中在产业链上下游，包括第三方支付、物流、软件开发等环节。

目 录

1.	中国电子商务行业概览.....	9
1.1.	中国电子商务 B2C 行业概述.....	9
1.2.	中国电子商务 B2B 行业概述.....	21
1.3.	中国电子商务 C2C 行业概述.....	26
2.	2009 年中国电子商务 B2C 垂直行业发展概述.....	32
2.1.	2009 年中国电子商务 B2C 垂直行业发展概述.....	32
2.2.	2009 年中国电子商务 B2B 垂直行业发展概述.....	51
3.	2009 年中国电子商务行业投资统计分析.....	53
3.1.	2009 年中国电子商务 B2C 行业投资统计分析.....	53
3.2.	2009 年中国电子商务 B2B 行业投资统计分析.....	63
3.3.	2009 年中国电子商务 C2C 行业投资统计分析.....	64
4.	2004-2009 年中国电子商务行业创业投资和私募股权投资市场退出统计分析.....	65
4.1.	2004-2009 年中国电子商务 B2C 行业并购分析.....	65
4.2.	2004-2009 年中国电子商务 B2B 行业创业投资和私募股权投资市场退出统计分析.....	66
4.3.	2004-2009 年中国电子商务 C2C 行业并购分析.....	67
5.	中国电子商务行业发展趋势及投资机会分析.....	68
5.1.	中国电子商务行业发展趋势分析.....	68
5.2.	中国电子商务投资机会分析.....	73
6.	典型厂商分析.....	75
6.1.	九钻.....	75
6.2.	易讯商城.....	79
6.3.	2688 网.....	82
6.4.	丽家宝贝.....	84
6.5.	金银岛.....	88
6.6.	铭万网.....	91
6.7.	进宝网.....	95
6.8.	万国商业网.....	97
7.	2009 年中国电子商务行业典型投资案例分析.....	101

图表目录

图表 1	2005—2009 年中国互联网网民数量和渗透率	10
图表 2	2003-2009 年中国互联网分省网民规模及增速	11
图表 3	2003-2010 年上半年中国互联网网民文化程度分布比例	12
图表 4	2008-2009 年中国网民个人互联网应用状况	13
图表 5	2004-2009 年中国电子商务市场 B2C 收入规模	15
图表 6	2004-2009 年中国网络购物用户规模	16
图表 7	2009 年中国 B2C 市场厂商市场份额	17
图表 8	2009 年中国典型 B2C 主要厂商收入列表	17
图表 9	中国电子商务 B2C 产业链结构图	19
图表 10	2003 年-2009 年中国电子商务 B2B 市场规模	22
图表 11	2003 年-2009 年中国电子商务注册账户规模	23
图表 12	2003 年-2009 年中国电子商务付费账户规模	23
图表 13	2008 年中国 B2B 市场竞争格局	25
图表 14	2009 年中国 B2B 市场竞争格局	25
图表 15	2007Q1-2010Q1 中国电子商务 C2C 网上零售市场季度交易规模	27
图表 16	2007Q1-2010Q1 中国电子商务 C2C 网上零售在线商品数量季度规模	28
图表 17	2004-2009 年中国网络购物用户规模	29
图表 18	2009 年中国典型电子商务 C2C 厂商销售规模占比情况	30
图表 19	2009 年中国典型电子商务 C2C 厂商活跃用户规模占比情况	31
图表 20	2009 年 B2C 垂直细分市场市场份额	33
图表 21	2004- 2009 年中国 3C 市场销售规模	34
图表 22	2009 年中国 3C 细分市场销售规模情况	34
图表 23	2009 年中国 B2C 市场 3C 产品市场份额	35
图表 24	2009 年中国 B2C 市场 3C 产品主要厂商收入	36
图表 25	2004- 2009 年中国出版物市场销售规模	37
图表 26	2009 年中国出版物细分市场销售规模情况	37
图表 27	2009 年中国出版物 B2C 市场份额	38
图表 28	2009 年中国 B2C 市场出版物产品主要厂商收入	39
图表 29	2004- 2009 年中国服装市场销售规模	40
图表 30	2009 年中国服装服饰细分市场销售规模情况	40
图表 31	2009 年中国服装电子商务 B2C 市场份额	41
图表 32	2009 年中国 B2C 市场服装服饰产品主要厂商收入	42
图表 33	2009 年中国母婴电子商务 B2C 市场份额	43
图表 34	2009 年中国 B2C 市场母婴产品主要厂商收入	44
图表 35	2004- 2009 年中国珠宝市场销售规模	45
图表 36	2009 年中国珠宝产品 B2C 网上零售市场份额	46
图表 37	2009 年中国 B2C 市场珠宝产品主要厂商收入	47
图表 38	2009 年中国电子商务 B2B 市场规模构成	51
2009 年中国垂直 B2B 市场规模行业构成	52	
图表 39	中国电子商务 B2B 市场细分行业介绍	52
图表 40	2006-2009 年中国电子商务 B2C 投资情况	53
图表 41	2006-2009 中国电子商务 B2C 市场投资规模	54
图表 42	2007-2009 年中国电子商务垂直 B2C 市场投资情况	54

图表 43	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资轮次分析	56
图表 44	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资轮次分析 (案例数)	56
图表 45	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资轮次分析 (投资金额)	57
图表 46	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资阶段	58
图表 47	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资阶段 (案例数)	58
图表 48	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资阶段 (案例数)	59
图表 49	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资地区分析	60
图表 50	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资地区分析 (案例数)	60
图表 51	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业投资地区分析 (投资金额)	61
图表 52	2006-2009 年中国电子商务 B2C 行业不同币种投资规模	62
图表 53	中国电子商务 B2B 行业投资情况	63
图表 54	中国电子商务 C2C 行业投资情况	64
图表 55	2004-2010 年中国电子商务 B2C 市场并购事件	65
图表 56	中国电子商务 B2B 行业 IPO 一览表	66
图表 57	2001-2010 年中国电子商务 B2B 市场并购事件	67
图表 58	2004-2012 年中国电子商务市场 B2C 收入规模	68
图表 59	2004-2012 年中国 B2C 电子商务市场用户规模	69
图表 60	2010 年-2012 年中国电子商务 B2B 市场规模预测	70
图表 61	2010 年-2012 年中国电子商务注册账户规模预测	71
图表 62	2010 年-2012 年中国电子商务付费账户规模预测	71
图表 63	2007—2009 年九钻网收入情况	77
图表 64	易迅网商品分类	79
图表 65	2007—2009 年易讯网收入情况	81
图表 66	2007—2009 2688 网收入情况	83
图表 67	丽家宝贝组织结构图	84
图表 68	丽家宝贝连锁店经营分类	85
图表 69	母婴用品零售行业主流商业模式分析	86
图表 70	2006—2009 年丽家宝贝收入情况	87
图表 71	金银岛网交所组织结构	89
图表 72	铭万网组织结构图	91
图表 73	2006-2009 年铭万网注册帐户数情况	93
图表 74	2006-2009 年铭万网付费帐户数情况	93
图表 75	2006-2009 年铭万网收入情况	94

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_16483

