

2012年度中国网络零售市场数据监测报告

编制机构：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布日期：2013年01月29日



目录一

一、核心数据.....	7
二、报告概述.....	9
2.1 报告编委.....	9
2.2 报告背景.....	10
2.3 报告目的.....	11
2.4 研究方法.....	12
2.5 报告执行.....	13
2.6 报告时间.....	13
2.7 版权声明.....	14
2.8 报告鸣谢.....	15
2.9 相关报告.....	16

目录二



三、数据篇.....	17
3.1 2012年度中国网络零售市场交易规模.....	17
3.2 2012年度中国网络零售市场规模占社会消费品零售总额比例....	18
3.3 2012年度中国网络零售企业规模.....	19
3.4 2012年度中国网络零售企业市场占有率.....	20
3.5 2012年度中国典型网络零售网站注册用户对比图.....	22
3.6 2012年度中国网购用户规模.....	23
3.7 2012年度中国个人网店数量规模.....	24
3.8 2012年度中国移动电子商务交易规模.....	25
3.9 2012年度中国移动电子商务用户规模.....	26
3.10 2012年度中国海外代购市场交易规模.....	27

目录三



四、融资篇.....	28
4.1 2012年度Q1网络零售企业融资案例监测表.....	28
4.2 2012年度Q2网络零售企业融资案例监测表.....	29
4.3 2012年度Q3网络零售企业融资案例监测表.....	30
4.4 2012年度Q4网络零售企业融资案例监测表.....	31
五、物流篇.....	32
5.1 2012年度中国快递市场特征.....	32
5.2 2012年度中国快递相关数据.....	33
5.3 2012年度中国电子商务物流生态圈.....	34

目录四



六、盘点篇.....	36
6.1 2012年度中国网络零售市场特征盘点.....	36
6.2 “2012年度中国网络零售行业十大事件”盘点.....	37
6.3 “2012年度中国网络零售行业十大价格战”盘点.....	39
6.4 “2012年度中国网络购物十大被投诉网站”榜单.....	41



目录五

七、预测篇：中国网络零售行业趋势预测.....	43
八、报告附录.....	44
8.1 关于中心	44
8.2 研究报告.....	50
8.3 相关频道.....	54
8.4 联系分析师.....	55
8.5 相关链接.....	59



一、核心数据

- 1、市场规模：**据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止2012年12月中国网络零售市场交易规模达**13205**亿元，同比增长**64.7%**。
- 2、网络零售市场规模占社会消费品零售总额比例：**据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止2012年12月，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的**6.3%**。
- 3、企业规模：**据中国电子商务研究中心监测数据显示，到2012年12月底国内B2C、C2C与其它电商模式企业数已达**24875**家，较去年增幅达**19.9%**，预计2013年达到**25529**家。
- 4、市场份额：**据中国电子商务研究中心监测数据显示，截至2012年12月中国网络购物市场上，排名第一的依旧是天猫商城，占**52.1%**；京东商城名列第二，占据**22.3%**；位于第三位的是苏宁易购达到**3.6%**，后续4—10位排名依次为：腾讯B2C（3.3%）、凡客诚品（2.7%）、亚马逊中国（2.3%）、库巴网（1.4%）、当当网（1.2%）、易迅网（0.6%）、新蛋中国（0.3%）。
- 5、用户规模：**据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2012年12月，中国网购的用户规模达**2.47**亿人，同比增长**21.7%**。



一、核心数据

6、个人网店数量：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截至2012年12月，实际运营的个人网店数量达**1365万**家，同比减少**15.7%**，自2008年来首次出现下滑。另有机构报告数据显示：淘宝网现有职业卖家600多万，每天停运或倒闭网店数量近万家，绝大多数网店卖家辛辛苦苦一年后，却面临无钱可赚、乃至亏本的尴尬局面。

7、B2C网络零售市场占有率：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截至2012年12月中国B2C网络零售市场（包括平台式与自主销售式）上，排名第一的依旧是天猫商城，占**52.1%**；京东商城名列第二，占据**22.3%**；位于第三位的是苏宁易购达到**3.6%**。

8、C2C网络零售市场占有率：据中国电子商务研究中心监测数据显示，淘宝集市地位依旧稳固，截至到2012年12月淘宝占全部的**96.4%**。拍拍网占**3.4%**，易趣网占**0.2%**。

9、移动电子商务交易规模：据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2012年12月，中国移动电子商务市场交易规模达到**965亿元**，同比增**135%**，依然保持快速增长的趋势。到2013年这一数字将达到**1300亿元**。

10、海外代购市场交易规模：据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012年中国海外代购市场交易规模达**483亿元**，较去年涨幅**82.2%**。

》》更多数据参见，中国电子商务数据中心<http://www.100ec.cn/zt/data/>



二、报告概述

2.1 报告编委

- 审定：

中国电子商务研究中心主任 曹磊 研究员

- 主编：

中国电子商务研究中心 网络零售部主任 莫岱青 分析师

- 编委：

中国电子商务研究中心 助理分析师 王周平

中国电子商务研究中心 助理分析师 姚建芳

》》联系分析师：<http://www.100ec.cn/zt/fxs/>



二、报告概述

2.2 报告背景

2012的网络零售市场应该说格局越来越明朗，从之前的混乱局面逐渐走向清晰。这一年的网络零售市场围绕着“价格战”、“并购”、“整合”进行。各电商大佬们都在不断调整中前进，应该说在这一年中他们都找到了自己的发展方向。

在此背景下，我国专业第三方电子商务研究机构——中国电子商务研究中心(100ec.cn)对电商企业进行相关问卷调查，并且通过平日的积累、监测、深入分析，编制了《2012 年度中国网络零售市场数据监测报告》。

通过调查，对我国网络零售市场在2012年呈现出的特征、市场规模、发展趋势、网络零售企业市场份额、投融资情况等进行分析，准确地把握它们的发展方向。

同时此报告抓住热门话题如移动电商、海外代购等进行分析与预测。



二、报告概述

2.3 报告目的

本报告对2012年国内网络零售市场的行业运行动态与详细数据监测，对网络零售市场规模、特征以及未来发展趋势等方面做了较为系统的梳理与盘点。

旨在为各电子商务企业、专家学者、业内人士、投融资机构及有意进军电子商务的传统企业等提供网络零售行业参考资料，对行业有更深层次的了解。



二、报告概述

2.4 研究方法

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法设计，通过行业监测、企业调研与深度访谈获取一手资料，利用产业链各环节深访信息的交叉验证，提高数据与信息的准确性。

同时，通过严谨的研究与信息数据进行交叉核实，尽可能确保数据与信息可靠性、客观性与前瞻性。中心报告数据来源：

- 行业公开信息
- TOP100 B2C** 企业重点监测
- 典型网络零售企业问卷调查
- 政府部门、科研机构、咨询公司发布数据
- 上市公司财报披露财务数据
- 电子商务企业历史发布数据数据
- 其他中国电子商务研究中心特定内部数据来源



二、报告概述

2.5 报告执行

本报告由国内目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的第三方机构——中国电子商务研究中心数位资深电子商务分析师及相关工作人员，通过对2012年网络零售市场进行统计、分析、总结所得。

2.6 报告时间

- 2012年11月01日——2013年01月15日（调查监测阶段）
- 2013年01月16日——2013年01月28日（研究成文阶段）
- 2013年01月29日起（公开发布阶段）

（注：本次电子商务市场数据监测报告调查数据截止时间为2013年1月15日）



二、报告概述

2.7 版权声明

- 本报告相关知识产权归中国电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据中国电子商务研究中心发布的《2012年度中国网络零售市场数据监测报告》”。
- 本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，中国电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。



二、报告概述

2.8 报告鸣谢

我们衷心感谢接受我们问卷调查数百家电子商务企业，感谢他们在珍贵的时间里慷慨地抽出时间，与我们分享对电子商务未来的前瞻和探索。

他们对电子商务趋势的看法将为业界提供可靠的借鉴，也为本报告提供更多更重要的思想和信息。



二、报告概述

2.9 相关报告

其他，中国电子商务研究中心近期发布与即将发布报告如下：

- 《2011-2012年度中国电子商务法律报告》
- 《2012年中国网络团购市场数据监测报告》
- 《2012年度中国B2B电子商务市场数据监测报告》
- 《2012年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 《2012年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 《2012年度中国电子商务市场数据监测报告》

》》报告免费下载链接：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>



三、数据篇

3.1 2012年度中国网络零售市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止2012年12月中国网络零售市场交易规模达**13205**亿元，同比增长**64.7%**，预计2013年有望达到**18155**亿。

其中，京东商城交易额突破**600**亿元；苏宁易购全年销售额达**183.36**亿元。

- 电商造节的效果，特别是年末“双十一”、双十二”让网购交易额再冲击了一把；
- 网购用户的不断增长，越来越多的人接受网购并加入到该行列中来；
- 网上购物相比实体店购物有一定的价格优势。





三、数据篇

3.2 2012年度中国网络零售市场规模占社会消费品零售总额比例

网络零售市场规模占社会消费品零售总额的比例是衡量电商对消费促进作用的重要指标。

数据显示，截止2012年12月中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的**6.3%**，而这个比例数据在2011年仅为**4.4%**。这也或许意味着电商改变零售业格局的开始。

中国电子商务研究中心预计，这一比例还将保持扩大态势，到2013年达到**7.4%**。





三、数据篇

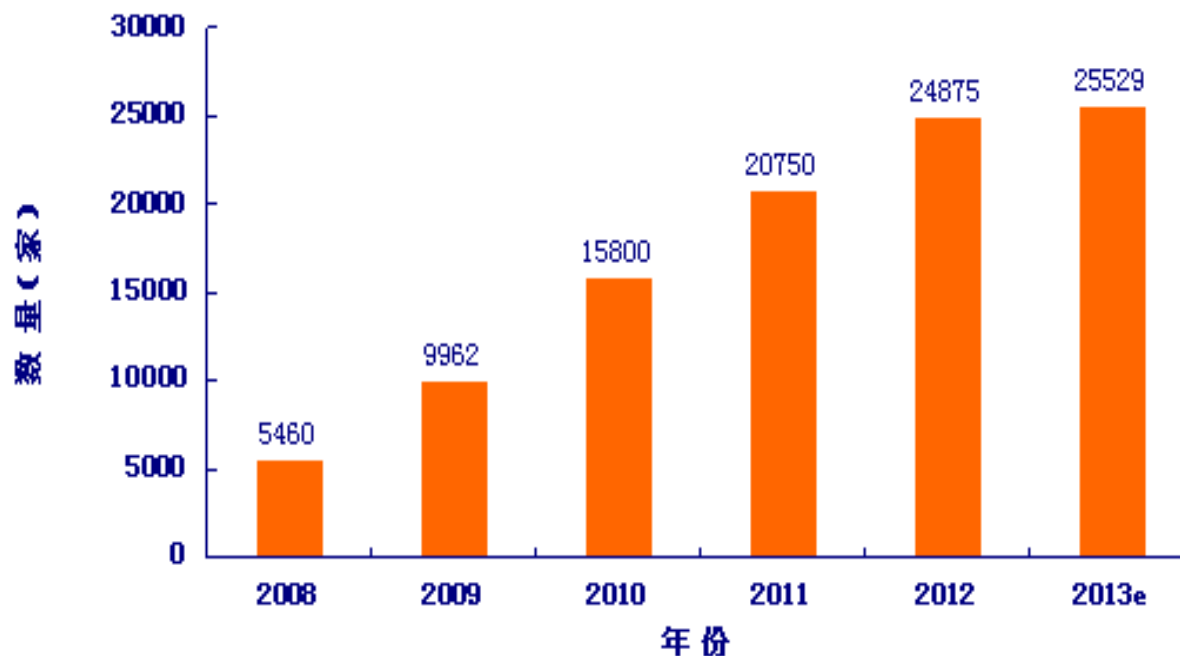
3.3 2012年度中国网络零售企业规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，到2012年12月底国内B2C、C2C与其它电商模式企业数已达**24875**家，较去年20750家增幅达**19.9%**，预计2013年达到**25529**家。

B2C、C2C与其它电商模式企业数量增长幅度有所下降。

伴随价格战的大规模进行，伴随着电商市场的不断整合，相当数量的B2C企业还会在这个过程中被淘汰。

2008-2013年中国B2C、C2C电子商务企业数量增长图



©图表编制：中国电子商务研究中心

©数据来源：www.100EC.cn



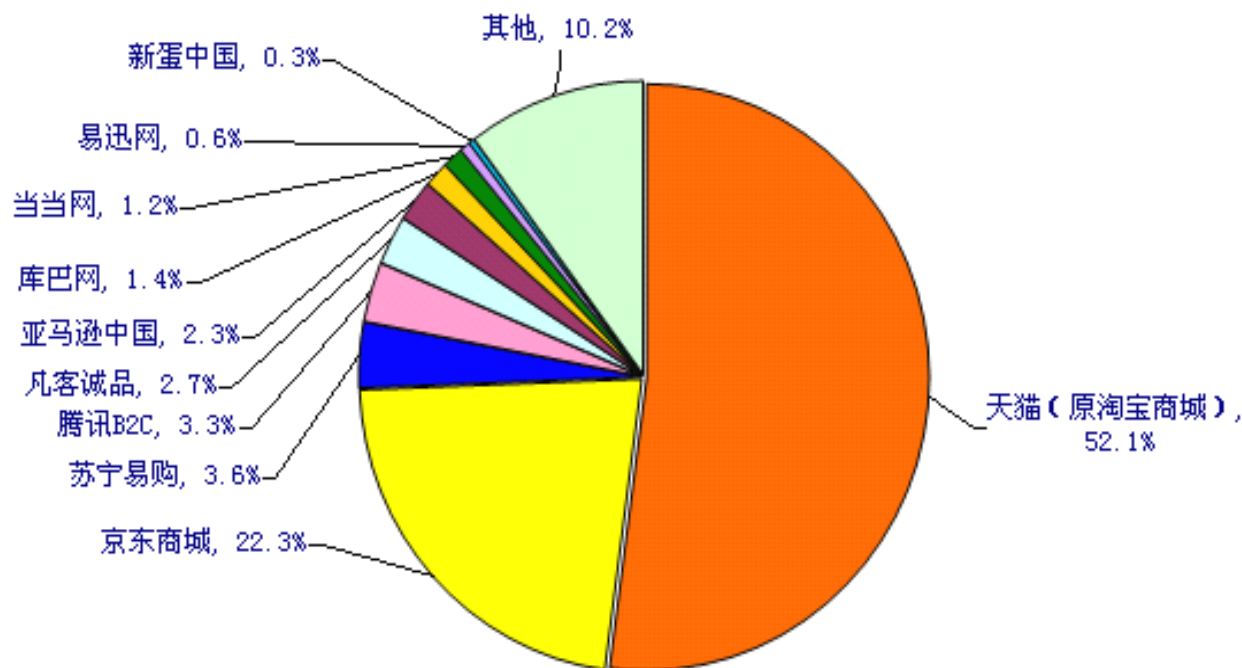
三、数据篇

3.4 2012年中国网络零售企业市场占有率——《2012年中国网络零售市场十强榜单》

据中国电子商务研究中心(100ec.cn)监测数据显示,截至2012年12月中国B2C网络零售市场(包括平台式与自主销售式)上,排名第一的依旧是天猫商城,占**52.1%**份额;京东商城名列第二,占据**22.3%**份额;位于第三位的是苏宁易购开始后来居上,达到了**3.6%**份额。

后续4-10位排名依次为:腾讯B2C(**3.3%**)、凡客诚品(**2.7%**)、亚马逊中国(**2.3%**)、库巴网(**1.4%**)、当当网(**1.2%**)、易迅网(**0.6%**)、新蛋中国(**0.3%**)。

2012年中国B2C网络购物交易市场份额占比图



©图表编制: 中国电子商务研究中心

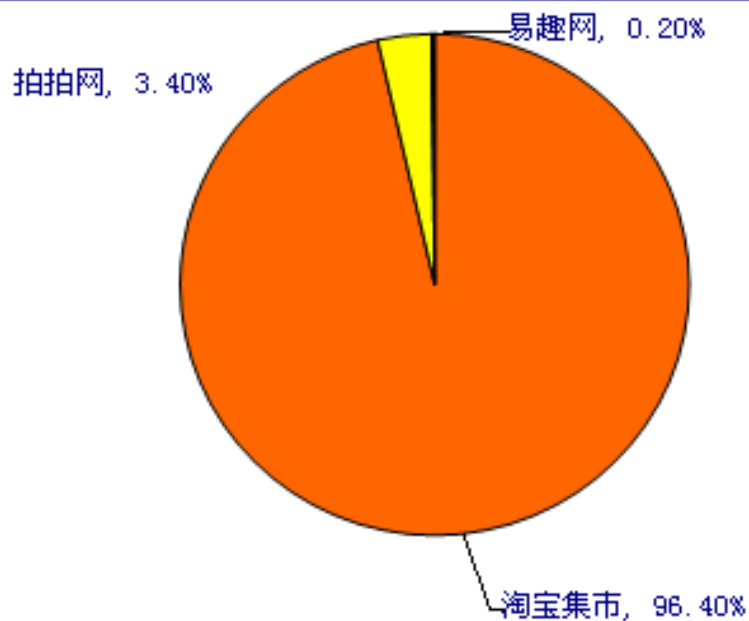
©数据来源: www.100EC.cn



三、数据篇

3.4 网络零售企业市场占有率——2012年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比

2012年中国C2C平台网络购物交易市场份额占比图



据中国电子商务研究中心监测数据显示，从C2C市场来看，淘宝集市地位依旧稳固，截至到2012年12月淘宝占全部的**96.4%**。拍拍网占**3.4%**，易趣网占**0.2%**。

中国C2C网络购物市场格局相对稳定，各网站占比趋于稳定，交易规模持续平稳增长。

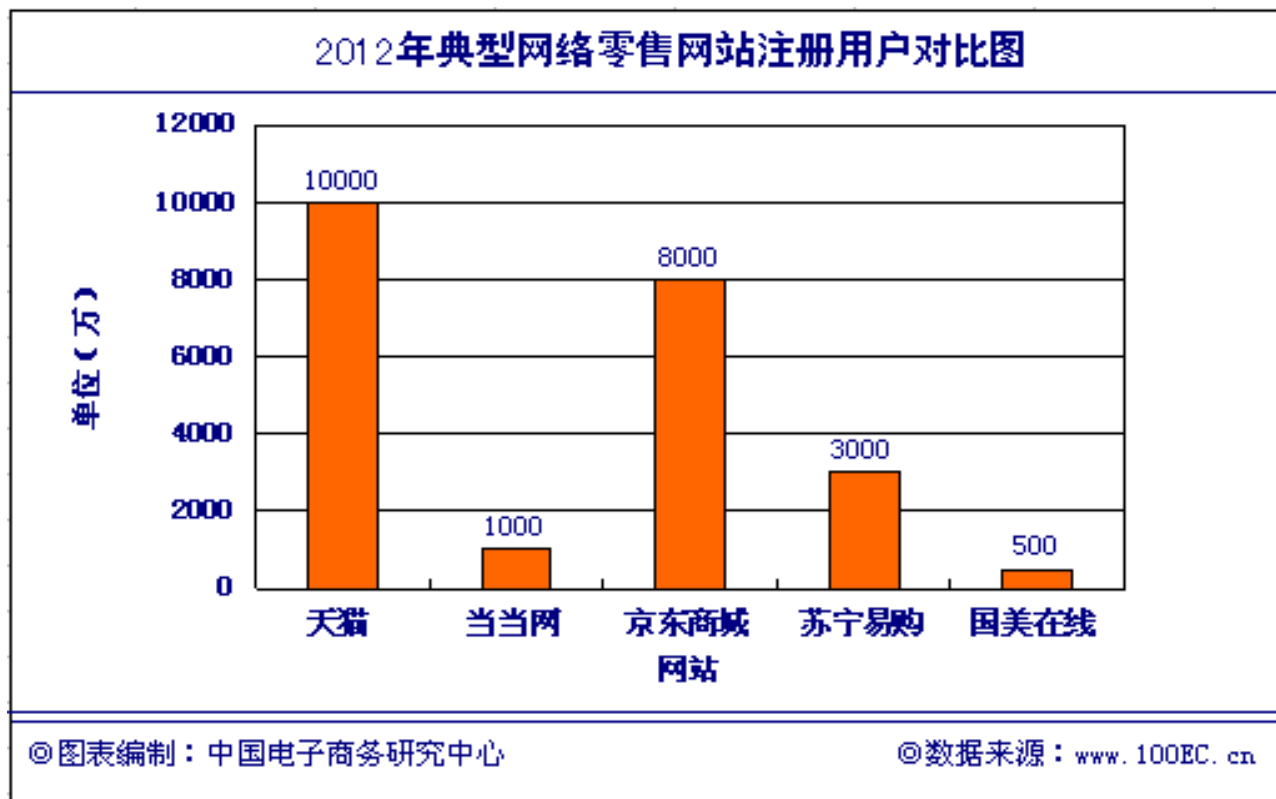
©图表编制：中国电子商务研究中心

©数据来源：www.100EC.cn



三、数据篇

3.5 2012年典型网络零售网站注册用户对比图



据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012年天猫商城依托淘宝网的流量导入，其注册用户达**1亿人**以上；紧随其后，名列二位的是京东商城注册用户突破**8000万人**；名列第三位为的是苏宁易购，其在线注册用户（包括红孩子）达**3000万人**；当当网、国美在线分别以**1000万**、**500万**注册用户排名行业第四、第五。



三、数据篇

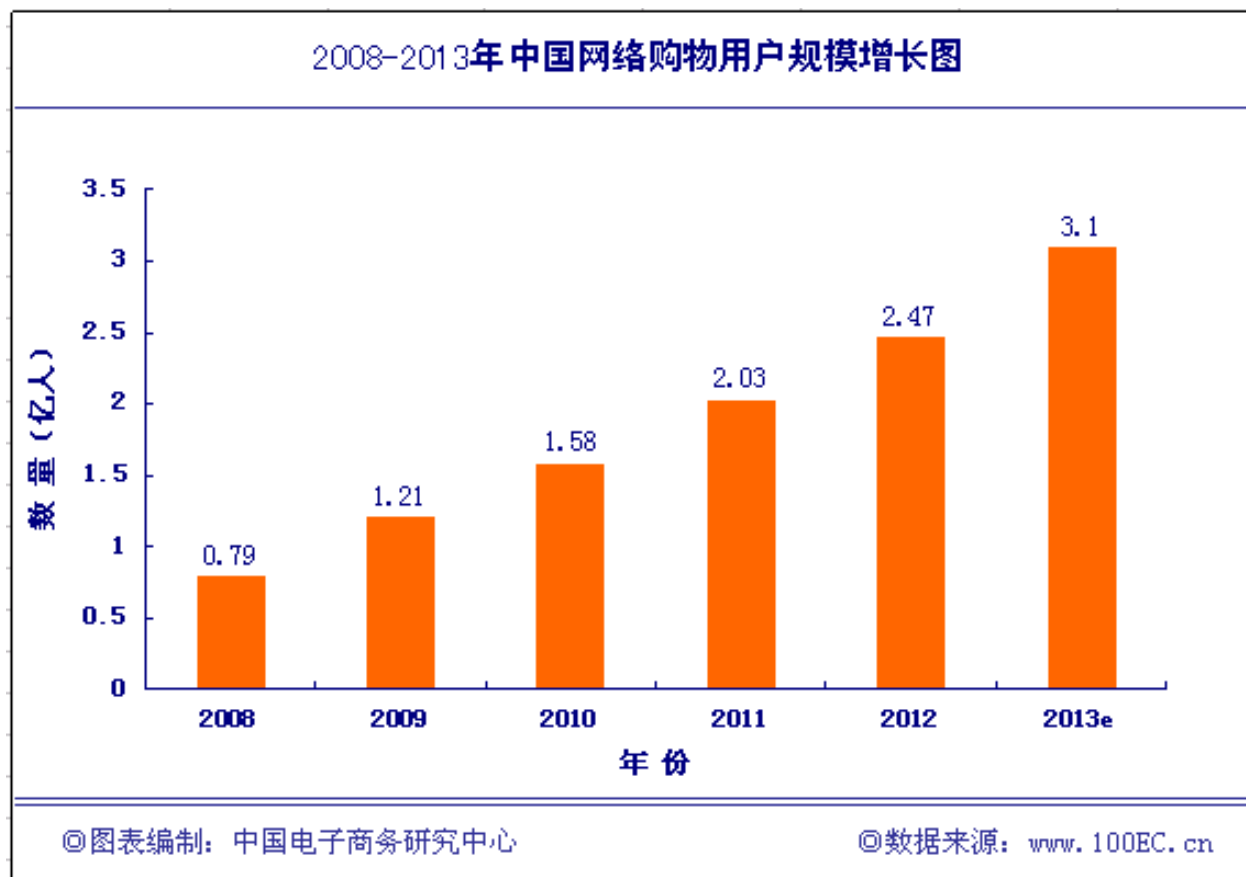
3.6 2012年度中国网购用户规模

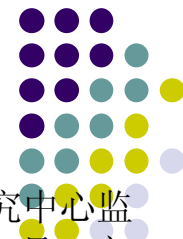
解读：2012年中国网购用户规模达**2.47**亿人，而2011年数据**2.03**亿，同比增长**21.7%**。

我们认为：网购用户规模增长的原因包括：

- 网络购物环境日趋完善与成熟；
- 快捷方便不受地域限制；
- 政府监管以及物流支付环境的日益成熟；
- 网购已成融入人们的生活。

预计2013年年底中国网络购物用户规模将达到**3.1**亿人。

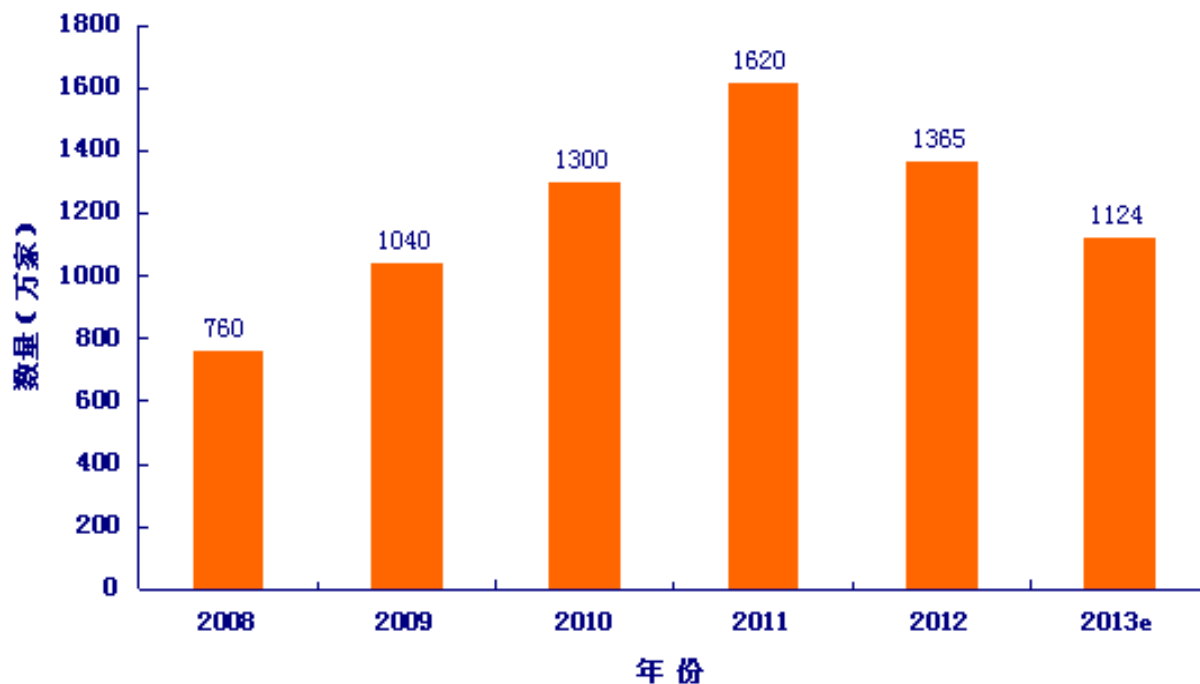




三、数据篇

3.7 2012年度中国个人网店数量规模

2008-2013年中国个人网店数量规模增长图



©图表编制：中国电子商务研究中心

©数据来源：www.100EC.cn

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截至2012年12月，实际运营的个人网店数量达**1365万**家，较2011年1620万家，同比减少**15.7%**，首次出现自2008年来下滑。

另据机构数据显示，淘宝网现有职业卖家**600多万**，每天停运或倒闭网店家数达**近万家**，绝大多数卖家辛辛苦苦一年后，却面临无钱可赚、乃至亏本的尴尬局面。

随着网络零售市场的日益发展和用户对网购要求的日益提高，个人网店“鱼龙混杂”的时代已经过去，接下来优胜劣汰还将继续，个人网店将在不断规范中前进。

中国电子商务研究中心预计到2013年中国个人网店将下降到**1124万家**。



三、数据篇

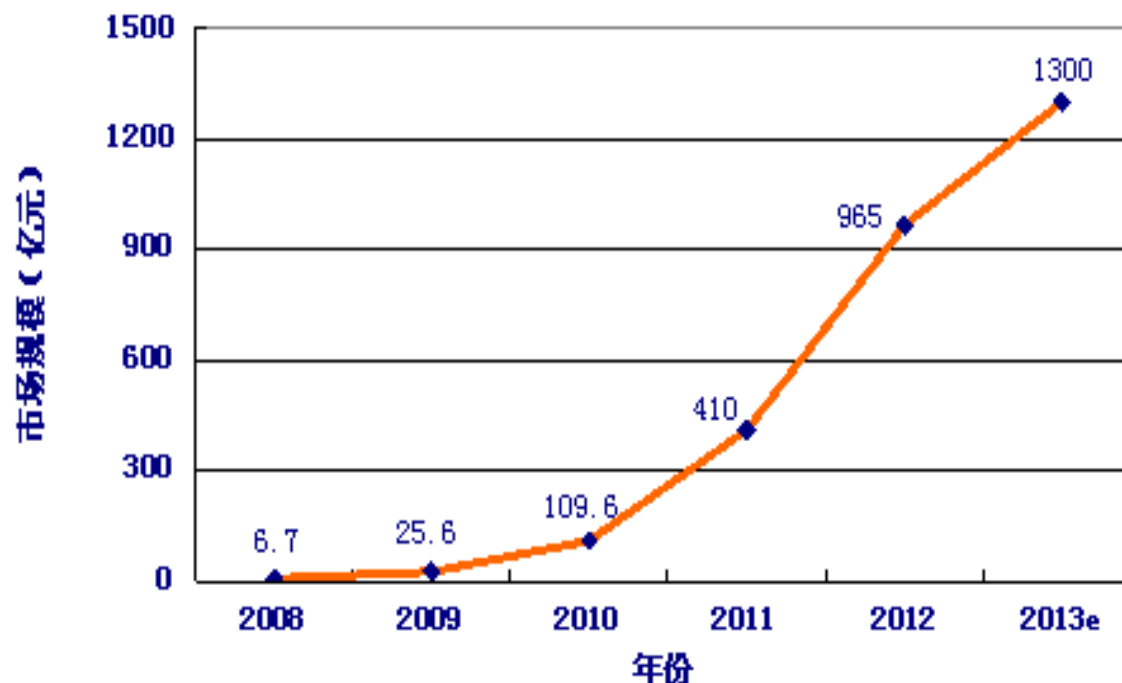
3.8 2012年度中国移动电子商务交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止到2012年12月，中国移动电子商务市场交易规模达到965亿元，同比增**135%**，依然保持快速增长的趋势。我们预计：到2013年这一数字有望达**1300**亿元。

原因解读：

- 手机用户数量和用手机上网用户数量攀升；
- 廉价智能手机及平板电脑的大量普及；
- 上网速度、无线宽带、资费下调
- 传统电商沉淀，为移动电子商务的发展奠定了基础。

2008-2013中国移动电子商务市场规模增长图



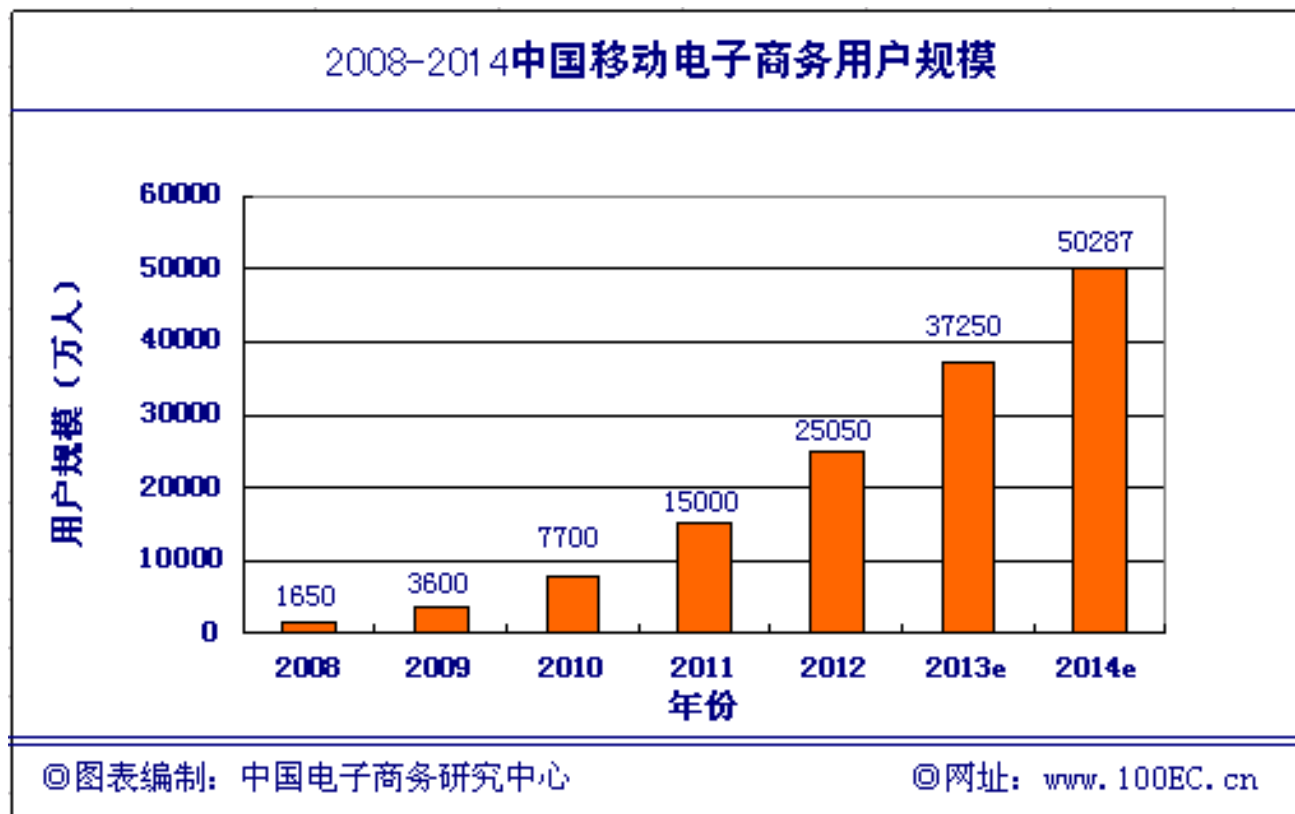
©图表编制：中国电子商务研究中心

©网址：www.100EC.cn



三、数据篇

3.9 2012年度中国移动电子商务用户规模



据中国电子商务研究中心监测数据显示，在过去的2012年移动电子商务用户规模约达**25050万人**，较2011年的**15000万人**同比增长**67%**。预计到2013年这个数据将增长到**37250万人**。



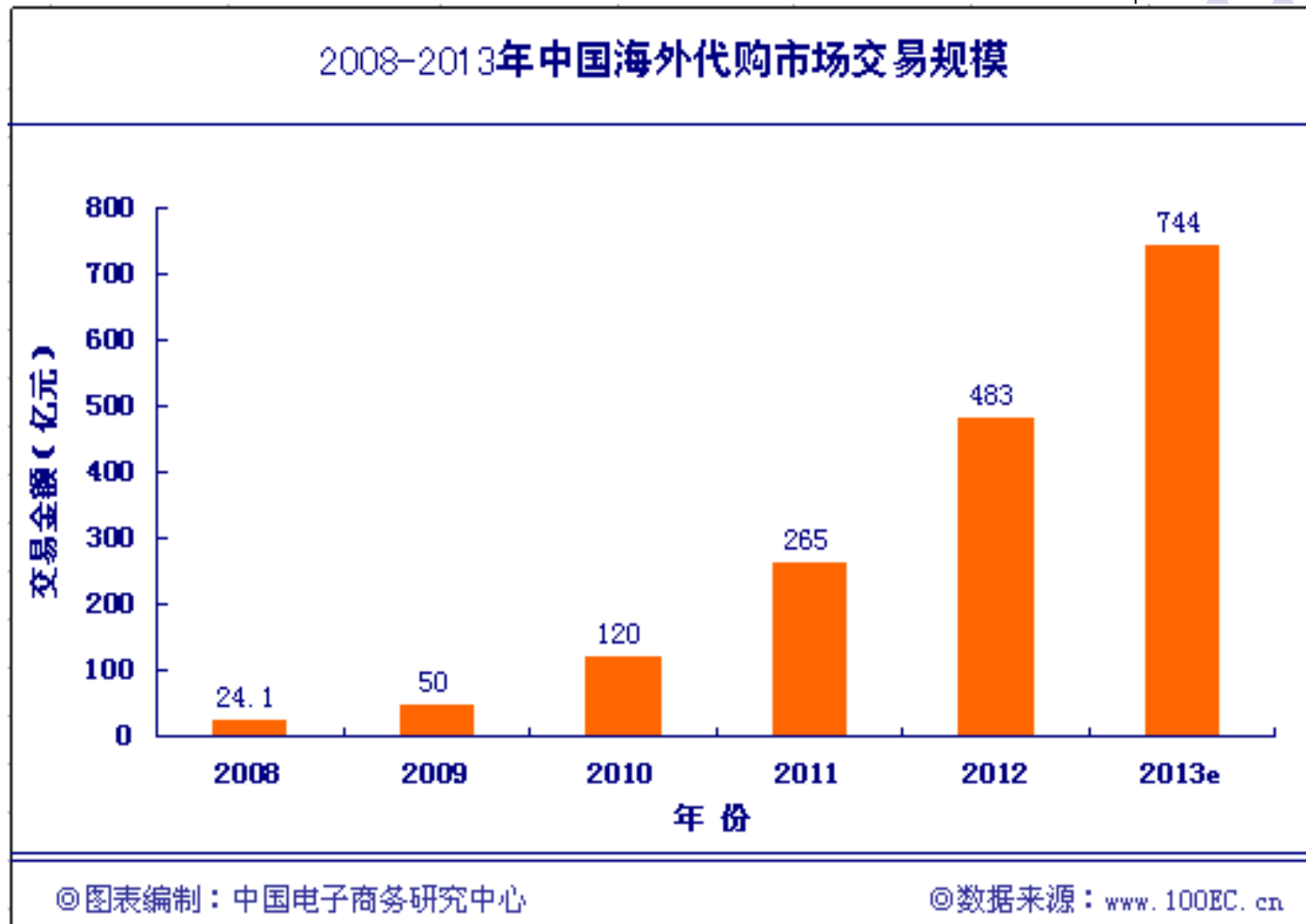
三、数据篇

4.10 2012年度中国海外代购市场交易规模

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012年中国海外代购市场交易规模达**483亿元**，较去年同比增长**82.3%**。

2012年海外代购市场规模增速放缓，一方面由于海关“新政”的实施，另一方面因为“海淘”的崛起。

中国电子商务研究中心预计2013年海外代购的交易规模将有望达**744亿元**。





四、融资篇

4.2 2012年Q2中国网络零售企业融资案例监测表

2012年Q2中国网络零售企业融资案例监测表					
时间	电商	主要投资方	融资方式	所属行业	融资金额
4月	耀点100	英特投资	风险投资	时尚B2C	1000万元
4月	多购网	甲子海汇	风险投资	百货B2C	2000万美元
4月	口袋购物	经纬中国	风险投资	服装B2C	1200万美元
4月	乐蜂网	红杉资本	风险投资	化妆品B2C	1000万美元
4月	品尚红酒网	N/A	风险投资	酒类B2C	亿元级别
5月	途家网	光速创投、鼎晖创投、携程网、HomeAway	风险投资	旅游B2C	不详
5月	寺库网	银泰资本、IDG、贝塔斯曼	风险投资	奢侈品电商	3000万美元
5月	麦包包	DCM	风险投资	箱包电商	3000万美元
5月	佳品网	梅西百货、英特尔	风险投资	时尚名品电商	1500万美元
6月	美乐乐	光速创投、鼎晖创投	风险投资	家具B2C	4000万美元
6月	戴欧妮	金大福	风险投资	珠宝电商	2000万美元
6月	广州闪购	广东文投	风险投资	手机购物	10亿元

©图表编制：中国电子商务研究中心
©数据来源：www.100EC.cn



四、融资篇

4.3 2012年Q3中国网络零售企业融资案例监测表

2012年Q3中国网络零售企业融资案例监测表					
时间	电商	主要投资方	融资方式	所属行业	融资金额
7月	红孩子	北极光、NEA、凯旋创投	风险投资	母婴类电商	2000万美元
7月	返还网	险峰华兴、徐小平	风险投资	导购返现类电商	数百万美元
7月	神州租车	美国华平	风险投资	汽车租赁B2C	2亿美元
7月	天品网	嘉信资本领投	风险投资	百货类B2C	1000万美元
8月	1号店	沃尔玛	并购	百货B2C	未披露
8月	苏宁电器	公司债券	/	百货B2C	80亿元
8月	聚尚网	银瑞达、清科、IDG、韩国SK	风险投资	百货B2C	3000万美元
8月	酒仙网	沃衍资本	风险投资	酒类电商	2亿元
8月	酒美网	N/A	风险投资	酒类B2C	1亿元
9月	瑞金麟	赛富亚洲基金	风险投资	电商服务商	千万美元级别
9月	蚂峰网	今日资本	风险投资	旅游B2C	1500万美元
9月	红孩子	苏宁电器	并购	母婴类B2C	6600万美元

©图表编制：中国电子商务研究中心
©数据来源：www.100EC.cn



五、物流篇

5.1 2012年中国快递市场特征

特征一：快递业与电子商务之间的相互“跨界”更加频繁

“得物流者得天下”-物流，-是电子商务产业链中极其重要的一个环节，-其和电子商务行业的互相渗透，也成为大电商时代的一个趋势。另一方面，2012年快递企业转型升级，也开始试水电子商务。

特征二：国内快递市场陷入“两升两降”的尴尬局面

目前国内快递业务量和业务收入都在高速增长，但利润和服务质量却在下降，对于快递行业的整体发展不利。

特征三：快递行业人才资源紧缺，急需管理及物流专业人才

电商的迅速发展带动了快递业的发展。从目前情况看快递业的发展速度跟不上电商发展。随着快递企业的扩张、电商企业进军物流快递，招募大批送货员充实快递配送队伍便成首要解决的难题。

特征四：快递行业在激烈竞争中也面临洗牌

2012年星辰急便倒闭、CCES更名国通快递，快递业正进入更激烈的竞争状态，新一轮市场重组或在进行。

五、物流篇



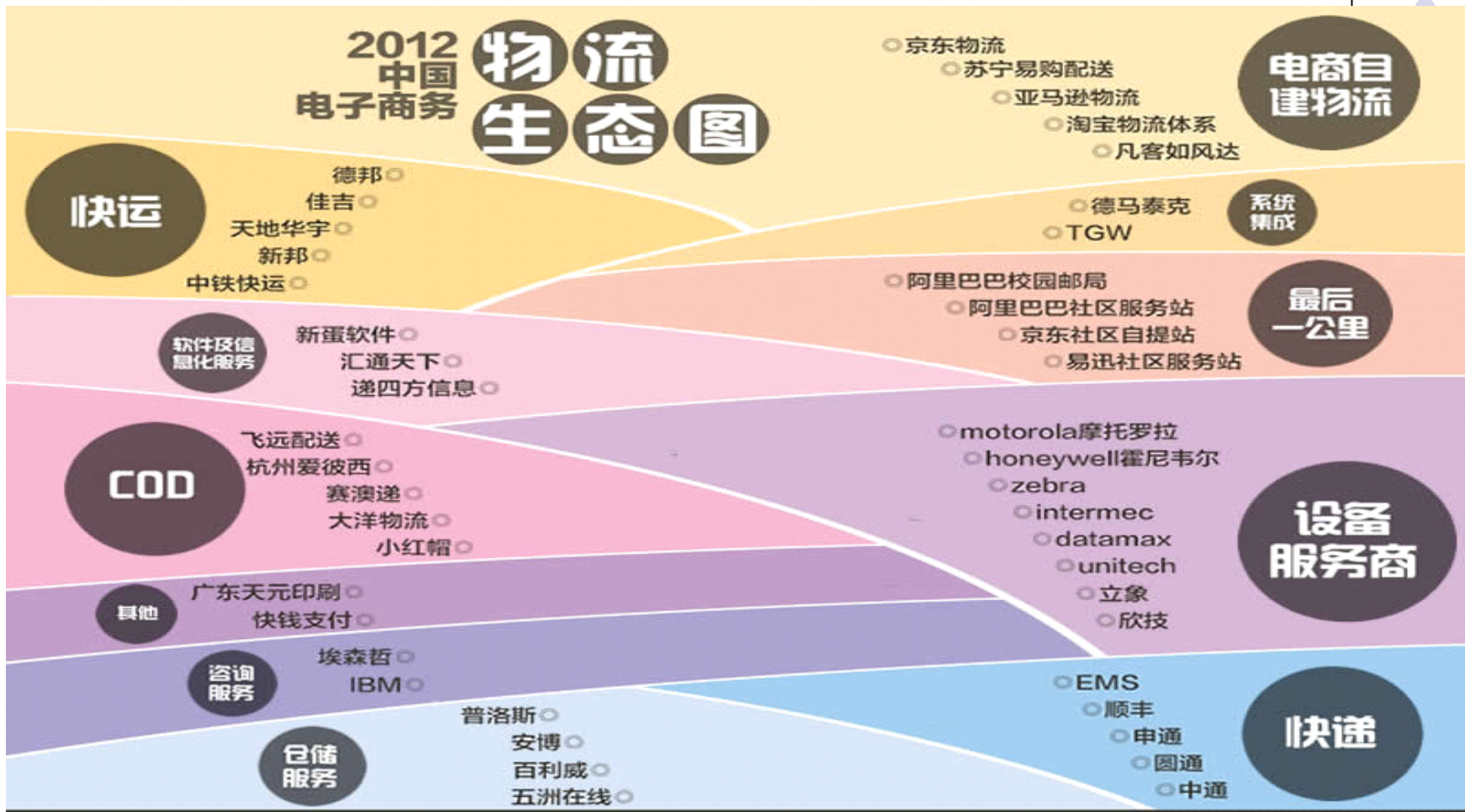
5.2 2012年中国物流快递相关数据

- 国家邮政局发布2012年全国邮政运行情况。其中，全国规模以上快递业务收入首次突破1000亿元，同比增长**39.2%**，步入千亿时代。全国规模以上快递服务企业业务量完成**56.9亿**件，同比增长**54.8%**
- 数据显示，快递行业已经连续5年实现超过**27%**的增长，其中50%以上营收来自电子商务。
- 典型企业：公开数据显示，京东商城日均单量达**80万**单、**80%**的商品为自建物流体系配送。

》》更多数据参见，中国电子商务数据中心<http://www.100ec.cn/zt/data/>

五、物流篇

5.3 2012年度中国电子商务物流生态圈



◎图表编制：中国电子商务研究中心

◎数据来源：汉森世纪供应链咨询



五、物流篇

5.3 2012年度中国电子商务物流生态圈

中国电商物流服务领域有11大类：电商自建物流、快运企业、COD、快递、最后一公里、电商仓储、电商物流信息化、电商物流与供应链咨询、电商物流设备服务商、电商系统集成商、综合类(支付、包装等)。典型企业包括：

- **电商自建物流**：京东商城、苏宁易购配送、亚马逊配送等
- **快运**：德邦、佳吉、天地华宅等
- **COD**：飞远配送、杭州爱皮西、赛澳地等
- **快递**：EMS、顺丰、申通、圆通等
- **最后一公里**：京东自提社区站、苏宁易购门店自提、易迅社区服务站等
- **电商仓储**：普洛斯、安博、五洲在线、百利威等
- **电商物流信息化**：富勒、唯智、博科等
- **电商物流与供应链咨询**：埃森哲、IBM、汉森世纪供应链等
- **电商物流设备服务商**：摩托罗拉、霍尼韦尔、zebra等
- **电商系统集成商**：德马泰克、TGW、五强科技等
- **综合类(支付、包装等)**：快钱支付、易宝支付、银联商务



六、盘点篇

6.1 2012年度中国网络零售市场特征盘点

特征一：B2C企业发展呈现两极分化

“价格战”这个话题始终离不开“电商”。从2012年头到2012年末大大小小的电商促销战都充满了消费者的眼球。不过我们应该看到的是过多的价格战也会引起消费者的疲惫，电商在价格战的同时，促销活动上也需要有些创意。

特征二：传统零售企业“触网”持续进行

2012年网络零售市场格局逐渐清晰。电商大佬们如天猫、京东商城、苏宁易购等占据了B2C市场的大多份额。并且在这一年电商大佬们都有不同的举措，开始走“差异化”路线，期待尽早盈利。

特征三：价格战依然持续 电商依旧乐此不疲

“价格战”这个话题始终离不开“电商”。从2012年头到2012年末大大小小的电商促销战都充满了消费者的眼球。不过我们应该看到的是过多的价格战也会引起消费者的疲惫，电商在价格战的同时，促销活动上也需要有些创意。

特征四：网络零售市场格局渐明朗

2012年B2C市场格局逐渐清晰。电商大佬们如天猫、京东商城、苏宁易购等占据了B2C市场多数份额，都有不同的创新举措，开始走“差异化”路线，期待尽早盈利。



六、盘点篇

6.2 2012年度中国网络零售行业十大事件

事件一：淘宝商城更名天猫 双十一创成交量再创新高

2012年1月11日，阿里巴巴集团旗下淘宝商城正式更名为天猫，完全脱离淘宝品牌，并采用独立品牌拓展在线零售市场。2012年11月11日天猫与淘宝两家网购单日纪录再次刷新为天猫132亿、淘宝59亿。合计191亿。

事件二：国美电商左右互搏变双剑合璧

2012年12月3日，国美集团宣布，将整合旗下国美电器网上商城和库巴网两大电商平台，实现后台统一管理和资源共享。整合后，国美电器网上商城更名为“国美在线”。

事件三：苏宁6600万美元收购红孩子

2012年9月25日，苏宁电器宣布收购母婴用品电子商务网站红孩子。红孩子已经创办8年，去年销售额约10亿元。苏宁以6600万美元（约合4.16亿元人民币）的价格将其纳入旗下。

事件四：Ebay卷土重来再度入华 牵手走秀网大打国际牌

2012年11月，eBay与国内知名的时尚B2C走秀网合作，以推出“eBayStyle秀”频道的方式回归中国市场，为国内用户提供高质量的美国商品。

事件五：沃尔玛完全收购1号店

2012年10月26日，沃尔玛百货有限公司宣布已完成对发展迅速的中国电子商务网站1号店控股公司的增加投资，沃尔玛持有股份增至近51%。



六、盘点篇

6.2 2012年度中国网络零售行业十大事件

事件六：唯品会成功赴美IPO

2012年3月23日唯品会正式登陆纽交所，唯品会以6.5美元的发行价，共发行1100万股，附加15%超额配售权，融资总额为7000多万美元。

事件七：8.15电商“价格战”

8月14日，京东CEO刘强东在微博上的一句“大家电三年内零毛利，京东所有大家电从即日起保证比国美、苏宁连锁店至少便宜10%以上。”再度点燃了电商价格战的导火索，苏宁易购、国美商城纷纷应战，史上最为高调的电商价格战打响。

事件八：分拆下注 腾讯电商独立

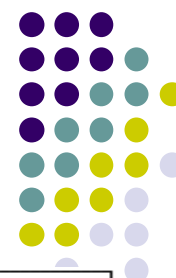
2012年5月18日，腾讯电商“独立”了。原来腾讯的6大主要业务部门平移至新公司旗下，负责电商线的腾讯高级执行副总裁吴宵光顺理成章地就任新公司CEO。

事件九：电商“争夺”快递牌照

2012年，电商企业纷纷抢夺快递牌照，电商们从单纯的线上竞争开始向线下渠道延伸，而线下渠道的比拼成为了各大电商未来发展的一个重要组成部分。苏宁、京东商城、凡客诚品、唯品会、1号店等纷纷拿到快递牌照。

事件十：京东商城完成新一轮融资 为IPO加上最重砝码

2012年11月13日，京东商城证实，日前已完成新一轮融资，投资方包括安大略教师退休基金和老虎环球基金，完成此轮融资后，京东商城的估值达到72.5亿美元，约合456亿元。中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，京东上市估值在66~80亿美元左右较为合理。



六、盘点篇

6.3 2012年度中国十大网络零售网站价格战盘点

2012 年度十大网络零售网站价格战盘点		
价格战时间	“参战”电商代表	价格战具体活动
1月(春节)	京东商城、1号店、唯品会、乐淘网、买买茶、也买酒等	京东商城：新年送红包 1号店：春节也发货 唯品会：新年奢侈名品许愿
2月14日	乐酷天、京东商城、1号店、博库网、银泰网、第五大道等	博库：80万书满128立减20 京东：4600份好礼相送 1号店：甜蜜礼物1折起
4月18日	苏宁易购、库巴购物、当当网、国美等	苏宁：击穿全网最低价 库巴：48小时终极疯抢惠 当当网：熬夜惠 天猫：电脑抄底专场
6月18日	京东商城、苏宁易购、当当网、天猫商城、易迅等	京东：让利10亿元 苏宁：全网比价月 当当网：年中庆，满减送 国美库巴网：狙击618 天猫：2亿+1亿补贴
7月	携程、艺龙、芒果、同程、酷讯、途牛等	携程：酒店团购直减10% 同程网：掷9000万促销 芒果：投8000万现金补贴
8月15日	京东商城、苏宁易购、国美等	大家电降价促销
双节	中秋	当当网、1号店、俏物悄语、酒仙网、缤购网等
	国庆	携程、艺龙、酷讯旅游网、同程网等
		库巴、苏宁易购、卓越、1号店、乐酷天、凡客诚品、好乐买、乐淘等
11月11日	淘宝、天猫、京东、苏宁易购、1号店、易迅网、国美网上商城等	阿里系：11·11购物狂欢节 国美：全网底价新坐标 苏宁：超级0元购 京东：“沙漠风暴”让利活动 当当网：11·9惹火行动
12月12日	淘宝网、京东商城、易迅、拍拍网、当当网等	京东：主推“会员关爱” 淘宝：注重“讲故事” 易迅：举“公益大旗” 拍拍：“疯抢节”
©图表编制：中国电子商务研究中心		©数据来源：www.Boogle.cn



六、盘点篇

6.3 2012年度中国十大网络零售企业价格战盘点

点评：对此，中国电子商务研究中心助理分析师王周平予以以下解读：

2012年，电商价格战几乎贯穿全年，更加速了传统商家线下向线上转、转移的进程。据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012年规模性的电商价格战不下10次。从8月15日，由京东商城CEO刘强东挑起的史上最激烈的电商价格战，到11月11日淘宝天猫当天交易额191亿的漂亮“战绩”，电商在价格战的进程里不断求变，价格战客观上为电商企业进一步拓宽市场影响力提供了强有力的宣传。

电商促销一旦养成对“流血”促销的热衷，将降低其对平台的忠诚度，各电商在赢得人气和销售额时，也将被促销手段绑架，形成“非促不买”、“不促不销”的局面，进一步导致B2C市场竞争激烈，中小电商企业生存空间被缩小，预计2013年前后，有更多中小B2C电商网站裁员、倒闭。

电商价格战同时也在挑战传统价格体系，在“正当竞争”与“恶性竞争”的中间地带摇摆，惊动商务部、发改委等监管部门高度重视，其中8·15价格战更被界定为涉嫌虚构原价、欺诈消费者。电商的“不羁”也推进电子商务管理条例（法规）的起草和制定进程。



六、盘点篇

6.4 “2012年度中国网络购物十大被投诉网站”榜单

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台2012年度监测显示，淘宝网（包括天猫旗舰店、淘宝集市网店）、当当网、苏宁易购、库巴购物网、亚马逊中国、国美在线、QQ网购、易迅网、1号店网上商城、唯品会成为“2012年度网络购物十大被投诉网站”。

此外，监测数据显示，上榜十大被投诉购物网站对于用户投诉的反馈率差异较大，其中亚马逊中国（95%）、苏宁易购（85%）、1号店网上商城（85%）、QQ网购（80%）、易迅（75%）的反馈率相对较高，并且有中心反馈的投诉案例大都得到了较好解决；而淘宝和天猫（15%）、当当网（15%）、唯品会（50%）、库巴网（55%）、国美在线（60%），则相对较差，很多用户投诉几近石沉大海。

网站名称	网址	类型	投诉比例	企业反馈率
 淘宝网	www.taobao.com	综合百货类	16.32%	15%
 当当网	www.dangdang.com	综合百货类	7.77%	15%
 Suning.com 苏宁易购	www.suning.com	综合百货类	7.34%	85%
 库巴COO8	www.coo8.com	家电类	6.48%	55%
 亚马逊 amazon.cn	www.amazon.cn	综合百货类	6.04%	95%
 GOME 国美在线 www.gome.com.cn	www.gome.com.cn	综合百货类	5.61%	60%
 QQ网购 BUY.QQ.COM	buy.qq.com	综合百货类	4.58%	80%
 易迅 51buy.com	www.51buy.com	3C类	4.32%	75%
 1号店	www.yihaodian.com	网上超市	3.89%	85%
 唯品会 VIPSHOP.COM	shop.vipshop.com	时尚类	3.11%	50%

©图表编制：中国电子商务研究中心
©数据来源：www.100EC.cn



六、盘点篇

6.4 “2012年度中国网络购物十大被投诉网站”榜单

点评：中国电子商务研究中心助理分析师、国内知名网购维权专家姚建芳分析，电商网站投诉率高地原因有以下几方面：

第一，上榜购物网站品类丰富、知名度大，订单量大，相对而言用户反馈问题也多，另一侧面反映了各自市场份额。

第二，上榜购物网站服务不如人意。购物网站在用户下单、支付、配送、售后等环节的服务尚且不能满足用户需求，给以用户不良的购物体验。

第三，相当部分购物网站不重视用户问题反馈，造成用户重复投诉，导致投诉率居高不下。

第四，用户所反映的最常见问题包括下单后订单被取消、下单后缺货，发货慢等，这些问题与电商网站的系统均有直接或间接关系。



七、预测篇

中国网络零售行业趋势预测

◆ 趋势一：电商行业的整合并购潮将持续

电子商务堪称互联网行业里的吸金大户，以资本力量整合并购的趋势会更为突出，大鱼吃小鱼加剧。

◆ 趋势二：业务线继续拓展，商品种类不断丰富

综合B2C 电子商务企业未来将继续拓展业务线，完善商品种类，为用户提供“一站式”购物体验。同时电商们也开始不满足于国内市场，实行走出去战略。

◆ 趋势三：移动电商成为电商争抢的蛋糕

移动电子商务为传统企业开辟了新战场，未来传统企业都将通过各种方式进军移动电子商务。移动电商将成为电商的下一个战场。

◆ 趋势四：线上线下加速融合将成零售业发展趋势

从传统企业走向线上到日前红孩子要落地开实体店，都可看到线上线下加速融合的趋势，未来将更加明显。

◆ 趋势五：电商竞争开始转向比拼内力

行业发展到一定阶段，电商竞争渐趋于内力的比拼，未来电商企业们急需修炼内功，以增强其竞争力。



八、报告附录

8.1 关于我们

- 中国电子商务研究中心，是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构；下属www.100EC.cn是我国领先的电子商务门户入口平台。
- 中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委、国新办、国家工商总局在内的多部委引用和认可，并引起党中央、国务院数次高度重视与批示，推动了我国电子商务产业的健康、稳定、蓬勃发展大好局面。
- 通过多年积累，目前中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近5000企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近500家、1000名记者的关注电子商务的中国电子商务媒体记者公共服务平台等全国范围内的行业资源。
- 中心现有各类全职工作人员近30人，拥有100余位兼职国内知名专业分析师、特约国内最权威电商研究专家、院校专家教授、知名企业CEO、顶尖实战专家，并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。（《》更多关于中心：<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>）



八、报告附录

8.1 关于我们

●全国人大，以及国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、教育部、工商总局等多部委，电子商务数据 指定报送单位

●“中国诚信网络团购联盟” 会长单位

●我国首部电商监管立法：《网络商品交易及服务监管条例》 副组长编写单位

●六部委联合打击“中国网络传销调查专项行动” 推动单位

●我国首个互联网安全与外资**VIE**结构控制 倡导单位

●“中国服装行业电子商务应用峰会” 发起单位

●“中国电子商务市场经济数据”定期 发布单位

● 《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》 等多省市 编制单位

.....



八、报告附录

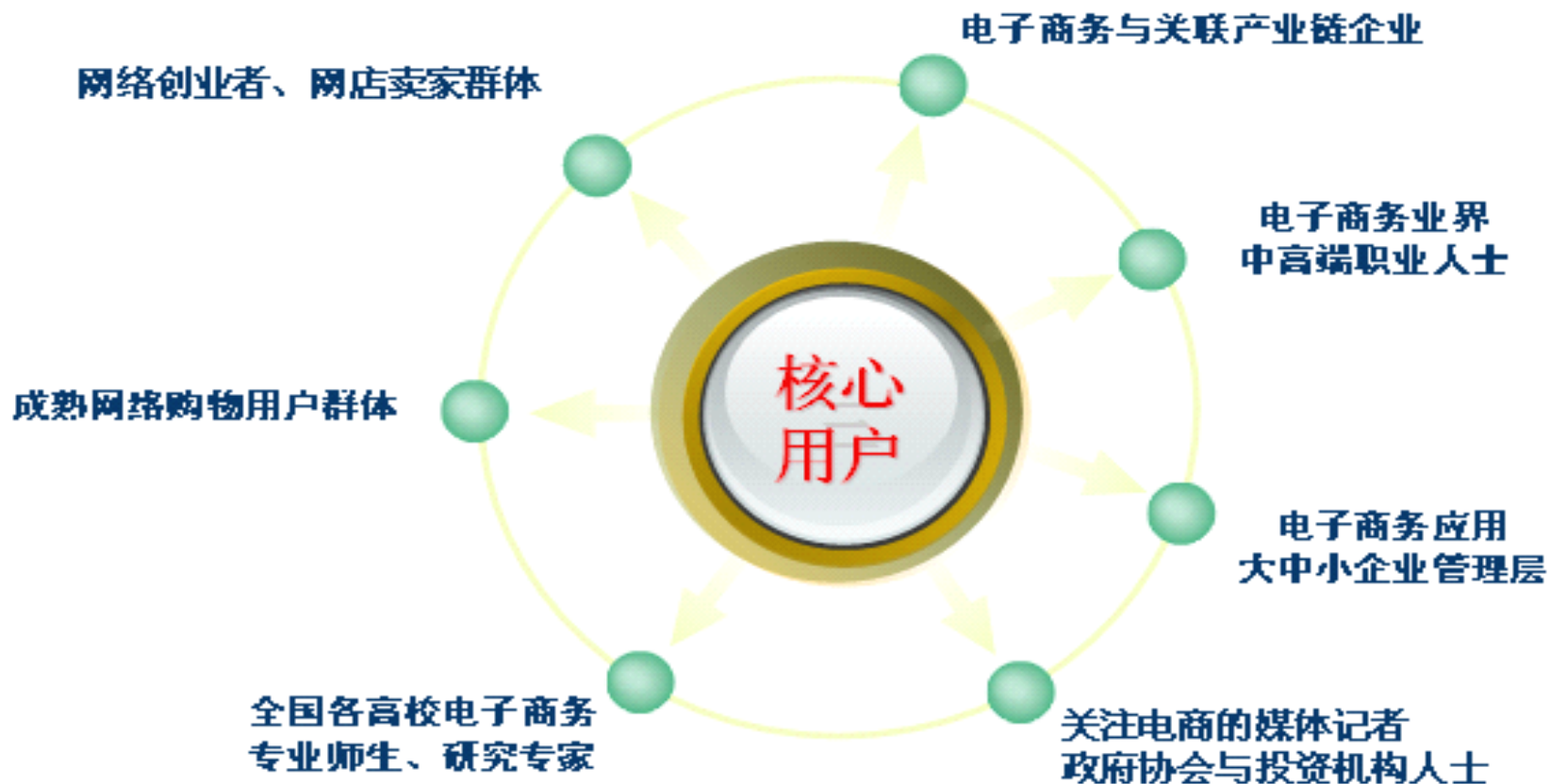
8.1 关于我们

- 平均每天有**80至100万人/次**（PV），访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有**5,000 余家**海内外媒体，超过**10万 篇**新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过**20家** 各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过**50家** 公司在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过**1万人**参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动，覆盖人群规模**超百万**
- 国内**上百家**券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过**1000多家**电商、**10000多家**中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。
-



八、报告附录

8.1 关于我们





八、报告附录

8.1 关于我们



中国电子商务研究中心面向“电子商务链”环节的B2C、B2B、团购网、移动电商、服务商和网商等企业，以及各有关政府部门等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，推动了我国电子商务产业的长期、蓬勃发展。

》》详细电商解决方案，参见：
<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>



八、报告附录

8.1 关于我们





八、报告附录

8.2 研究报告

中国电子商务研究中心 研究报告

◎报告特色：专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性.....

◎报告用途：投资/创业、并购/IPO、市场调查、汇报引用、数据分析、课题研究、项目申报、竞争者情报、品牌提升、战略咨询.....

部分电商报告

1.1 电子商务领域：

1.1.1 《2011-2012年度全球电子商务研究报告》

1.1.2 《2011-2012年度中国行业电子商务网站调研报告》

1.1.3 《2011-2012年度中国B2B行业网站运营实战报告》

.....

1.2 企业电商领域：

1.2.1 《2011-2012年度中国中小企业电子商务应用调研报告》

1.2.2 《2011-2012年度中国中小企业移动电子商务调研报告》

1.2.3 《2011-2012年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》

.....

1.3 网络零售领域：

1.3.1 《2011-2012年度中国电子商务用户体验调研报告》

1.3.2 《2011-2012年度中国网络零售市场调研报告》

1.3.3 《2011-2012年度中国数字商品电子商务调研报告》



八、报告附录

8.2 研究报告

1.3 网络零售领域:

1.3.1 《2011-2012年度中国电子商务用户体验调研报告》

1.3.2 《2011-2012年度中国网络零售市场调研报告》

1.3.3 《2011-2012年度中国数字商品电子商务调研报告》

.....

1.4 行业电商领域:

1.4.1 《2011-2012年度中国服装行业电子商务调研报告》

1.4.2 《2011-2012年度中国茶叶行业电子商务调研报告》

1.4.3 《2011-2012年度中国化妆品行业电子商务调研报告》

.....

1.5 金融投资领域:

1.5.1 《2011-2012年度中国电子商务市场投融资调研报告》

1.5.2 《2011-2012年度中国第三方支付行业调研报告》

1.5.3 《2011-2012年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》

.....

1.6 O2O领域:

1.6.1 《2011-2012年度中国O2O市场调研报告》

1.6.2 《2011-2012年度中国网络团购市场调查报告》

1.6.3 《2011-2012年度中国在线旅游市场调研报告》



八、报告附录

8.2 研究报告

1.7 新媒体营销领域：

1.7.1 《全球社会化媒体营销行业研究报告》

1.7.2 《2011-2012年度中国中小企业网络营销调研报告》

1.7.3 《2011-2012年度中国中小企业网络营销实战报告》

1.8 免费下载报告

• 《2011年度义乌市网络经济发展调研报告（简版）》

• 《2011年度中国B2C电子商务市场调查报告》

• 《2011年度中国网络团购市场调查报告》

• 《全球社会化媒体营销行业研究报告》

• 《2012年Q1中国网络零售市场数据监测报告》

• 《2012年Q1中国电子商务融资市场监测报告》

• 《2012年Q1中国B2B电子商务市场数据监测报告》

• 《2012年Q1中国网络团购市场数据监测报告》

• 《2012年Q1中国电子商务用户体验与投诉监测报告》

• 《2011年度中国电子商务市场投融资调研报告》

• 《2011年度中国电子商务市场数据监测报告》

• 《2011年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》

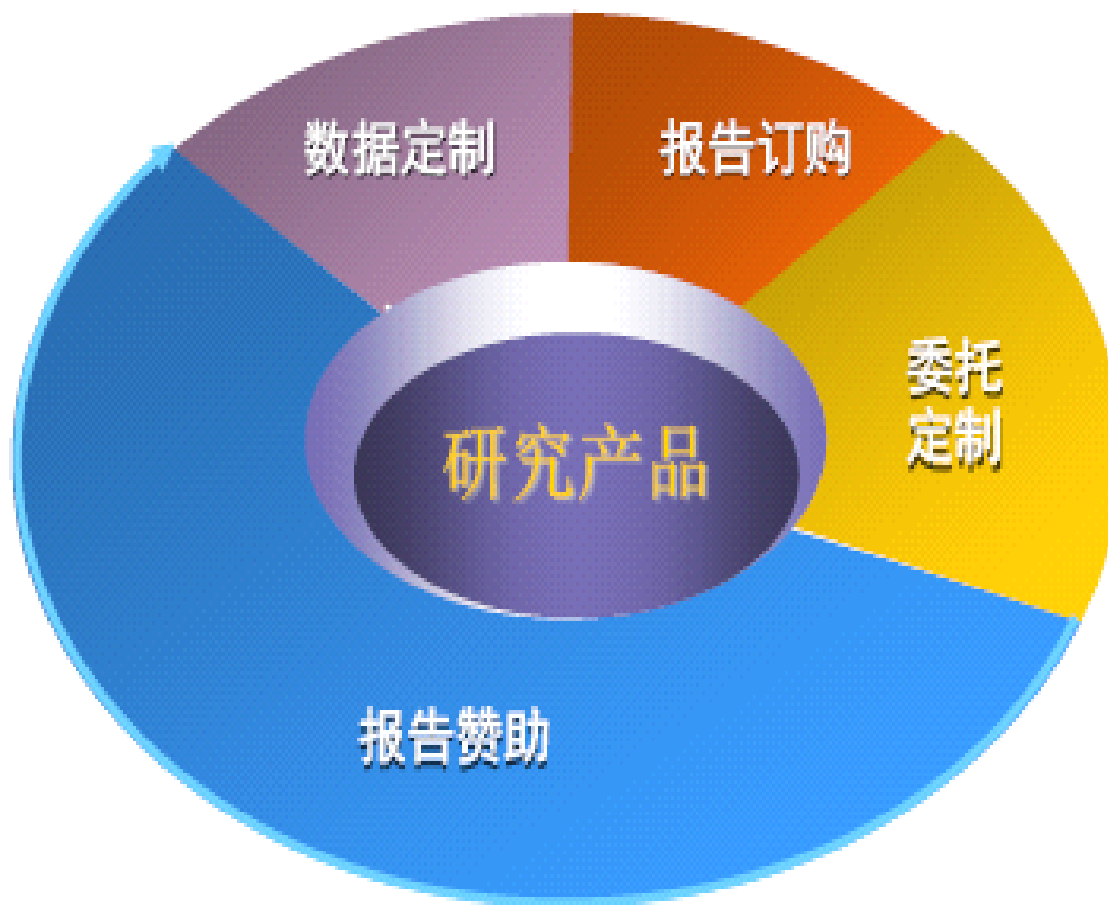
• 《2011年（上）中国电子商务市场数据监测报告》

报告下载地址：www.100ec.cn/zt/2010bgdz/



八、报告附录

8.2 研究报告





八、报告附录

8.3 相关频道

中国电子商务网络零售频道（ <http://www.100ec.cn/zt/B2C/> ）
汇聚行业资讯、行业研究、行业服务、行业数据、行业监督与一身，涵盖了报道中心、企业中心、人物中心、数据中心、研究中心等多个栏目，堪称“网络零售第一站”。

网络零售频道包括了网络零售、网店、移动电商、电商营销、电商融资等行业资讯，也包含国内一线B2C/C2C企业的企业动态及海外网络购物网站的企业动态。

同时包含京东商城、淘宝、天猫、苏宁易购、腾讯电商、当当网、凡客诚品、麦考林、等企业动态和高管观点，让电商界人士可以及时了解企业最新动态。

The screenshot shows the website header with the logo of the China E-commerce Research Center (CECRC) and the URL www.100EC.cn. The main navigation bar includes categories like '分析师|专家|数据|报告|培训|认证|沙龙|会议|营销|广告|记者|媒体|政府|园区|融资|法律|网购导航'. The main banner features the text '网络零售第一站' and '中国电子商务网络零售频道'. Below the banner is a navigation menu with links for '声音', '动态', '研究', '服务', '全球电商频道', '行业电商频道', '电商部委频道', '电商省市频道', '网络零售频道', '团购频道', 'B2B频道', '电商营销频道', '电商数据中心', and '投诉维权'. A secondary menu includes '首页', '报道中心', '企业中心', '人物中心', '数据中心', '研究中心', '用户服务', '投诉维权', '网购导航', and '网购论坛'. The '报道中心' section is expanded to show three columns of news items:

- 每日要闻** (Daily News):
 - 【电商中心日播】阿里巴巴筹建千亿物流网
 - 【电商中心日播】阿里巴巴千亿牵头智能物流网
 - 【电商中心日播】快递将限制收件 网店趁早放假
- 滚动播报** (Rolling News):
 - 国有百货电商屡败屡战 三大顽疾阻碍发展
 - 电商时代英雄林立 你拿什么分一杯羹?
 - 阿里千亿智能物流网，难度堪比再造一个京东
- 每周要闻** (Weekly News):
 - 【B2C动态】苏宁易购销售额未达目标（1.14-20）
 - 【B2C动态】王府井网上商城上线（1.7-13）
 - 【B2C动态】淘宝1元包邮骗局引争议（12.31-1.6）



八、报告附录

8.4 联系分析师

报告审定

曹磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组 专家、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长。并屡屡受邀到国内各省市、高校、大型企业，做电子商务主题报告与相关企业高层战略培训，深受欢迎，是我国21世纪青年电子商务专家。

【研究领域】：重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业，国内部分主要包括：行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等，以及电子商务配套产业链等延伸领域；其研究成果推动了相关政策法规的出台与完善，在国内电子商务业界享有较高声誉。

【专栏】：http://www.100ec.cn/detail_man--313.html

【电话】：0571-87756579 【E-mail】：CaoLei@NetSun.com

【微博】：<http://weibo.com/u/2738383473>





八、报告附录

8.4 联系分析师

报告主编

莫岱青

中国电子商务研究中心分析师 网络零售部主任

【研究领域】：重点研究与关注网络零售市场与网络零售主流电商企业。日常研究对象包括：C2C与B2C平台、网络零售、网络支付、仓储物流快递，网络购物、海外代购、网店运营、电商服务商，以及传统企业开展电子商务零售业务等电子商务细分和主要应用领域。

【电话】：0571-88228186

【E-mail】：mdq1@NetSun.com

【QQ】：2350313153

【微博】：<http://t.qq.com/xiaorain166?preview>



八、报告附录

8.4 联系分析师

报告编委

王周平

中国电子商务研究中心 网络零售部 助理分析师

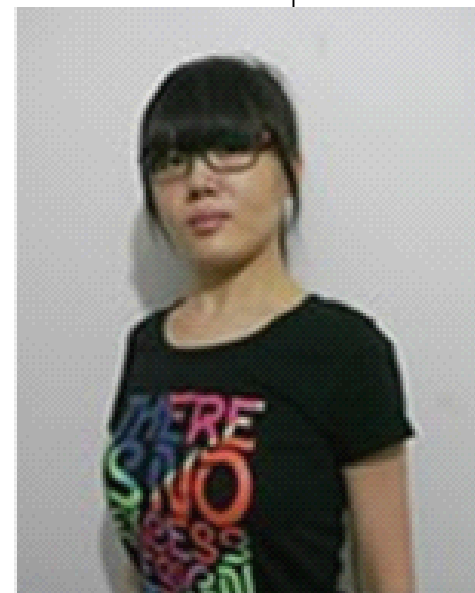
【研究领域】：用户在网络购物、网络团购、物流快递、网络支付等电子商务消费过程的投诉与维权，以及国内B2C网上商城的用户网购推荐、促销导购、商品比购、售后服务等点评与建议。

【电话】：0571-87759023

【E-mail】：wzpl@NetSun.com

【QQ】：491737960

【微博】：<http://t.qq.com/Ping491737960>



八、报告附录

8.4 联系分析师

报告编委

姚建芳

中国电子商务研究中心 网络零售部助理分析师

【研究领域】：主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

【电话】：0571-87397953

【E-mail】：yjf8936@NetSun.com

【QQ】：374285490

【微博】：<http://t.qq.com/yjf8936>



八、报告附录



8.5 相关链接

- 中国电子商务研究中心研究报告（下载）：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>
- 中国电子商务研究中心分析师：<http://www.100ec.cn/zt/fxs/>
- 中国电子商务网络零售频道：<http://www.100ec.cn/zt/B2C/>
- 中国电子商务数据中心：<http://www.100ec.cn/zt/data/>
- 中国电子商务研究中心分析师：<http://www.100ec.cn/zt/fxs/>
- 中国电子商务投诉与维权公共服务平台：<http://www.100ec.cn/zt/315/>
- 中国电子商务研究中心产品服务：<http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>



谢谢分享，联系我们：



- 联系电话：0571-88228186
- 联系人：中国电子商务研究中心 莫老师
- E-mail： B2C@NetSun.com
- 联系地址：中国杭州市莫干山路187号
易盛大厦10F（310012）
- 中心网站：www.100EC.cn