

CNNIC

中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

2006年 中国C2C网上购物调查报告

2006年5月

CNNIC

中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

调查结果与分析结论

中国互联网络信息中心

高级研究顾问 吕伯望

CNNIC

中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

电话随机抽样调查 三城市C2C网上购物

三城市C2C网上购物消费者

电话调查结果	北京	上海	广州	三城市 总体
网民数量（万人）	428	463	336	1,227
网上购物消费者数量（万人）	135	127	68	330
C2C网上购物消费者数（万人）	75	85	38	199
网上购物渗透率	31.6%	27.4%	20.1%	25.5%
C2C网上购物渗透率	17.5%	18.5%	11.5%	16.2%

三城市C2C网上购物消费者 买家细分

	北京	上海	广州	三城市 总体
只在淘宝有过购物*	54.6%	43.2%	50.2%	48.8%
只在eBay易趣有过购物*	23.4%	24.7%	25.2%	24.3%
在淘宝和eBay易趣都有过 购物*	20.1%	28.9%	18.5%	23.6%
只在拍拍或一拍有过购物	1.9%	3.2%	6.1%	3.3%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*包括少量还在拍拍或一拍有过购物的买家。

三城市C2C网上购物消费者 2005年购物人数

电话调查结果	淘宝网	eBay易趣	拍拍网	一拍网
有过购物人数（万人）	145	96	8	10
2005年 实际购物人数（万人）	117	70	5	6
2005年 平均每人购物次数	4.25	3.08	3.19	1.81
2005年 购物人次（万人次）	497	215	16	10

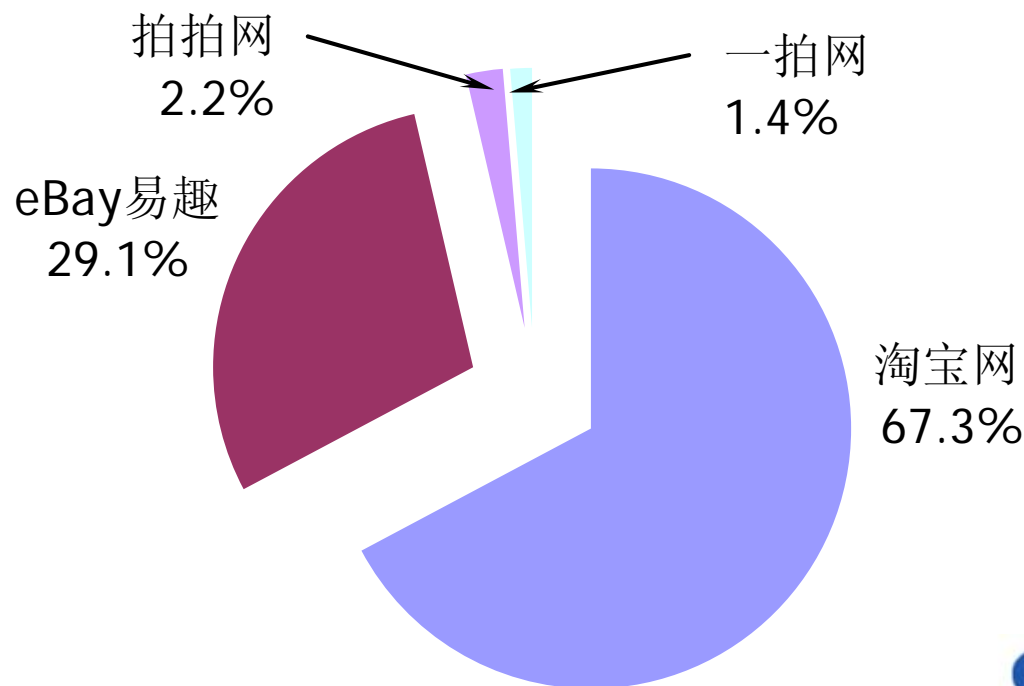
三城市C2C网上购物消费者 2005年购物频度

三城市总体	淘宝网	eBay易趣	拍拍网	一拍网
2005年这一年没买过	3.6%	3.1%	3.7%	5.8%
1-2次	42.8%	50.5%	57.7%	69.9%
3-5次	26.7%	30.7%	22.1%	15.2%
6-11次	11.8%	8.1%	5.4%	8.0%
12次及以上	15.1%	7.7%	11.1%	1.1%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*表中数据不包括最近一次购物发生在2004年及以前的购物消费者。

三城市C2C网上购物消费者 2005年度用户市场份额

2005年度三城市C2C网上购物 用户市场份额



三城市C2C网上购物消费者 网上购物最让人不放心的是：

	北京	上海	广州	三城市 合计
商品的品质	66.5%	63.1%	62.6%	64.1%
卖家的诚信	34.2%	34.2%	33.6%	34.0%
货款的支付	13.5%	12.7%	18.7%	14.9%
商品的递送	9.6%	5.8%	10.2%	8.5%
买卖纠纷处理	3.2%	3.5%	5.2%	4.0%
网站售后服务	9.0%	8.3%	10.3%	9.2%
其他	6.3%	9.5%	10.0%	8.6%
没有让我不放心的	9.0%	9.3%	8.9%	9.1%

三城市C2C网上购物消费者

根据您自己的购物体验，您会推荐亲朋好友去C2C网上购物吗？

	北京	上海	广州	三城市合计
会	68.4%	65.5%	64.8%	66.2%
不会	19.4%	21.0%	20.7%	20.4%
不一定	12.2%	13.5%	14.6%	13.4%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

三城市C2C网上购物消费者 未来半年中将考虑增加在如下网站 上的购物：

	北京	上海	广州	三城市 合计
淘宝网	65.8%	63.9%	58.9%	62.9%
eBay易趣	35.6%	43.8%	35.1%	38.2%
拍拍网	2.4%	3.0%	5.7%	3.7%
当当网	11.1%	2.2%	3.8%	5.7%
卓越网	8.8%	3.4%	1.5%	4.6%

三城市在全国C2C网上购物的比重

在线调查结果	淘宝	eBay易趣	拍拍
C2C网上购物三城市买家数比重	18.0%	16.5%	14.5%
C2C网上售物三城市卖家数比重	26.9%	34.9%	15.8%
2005年三城市买家购物比重	35.3%	38.4%	29.2%
2005年三城市卖家售物比重	50.0%	55.9%	47.0%

CNNIC

中国互联网络信息中心

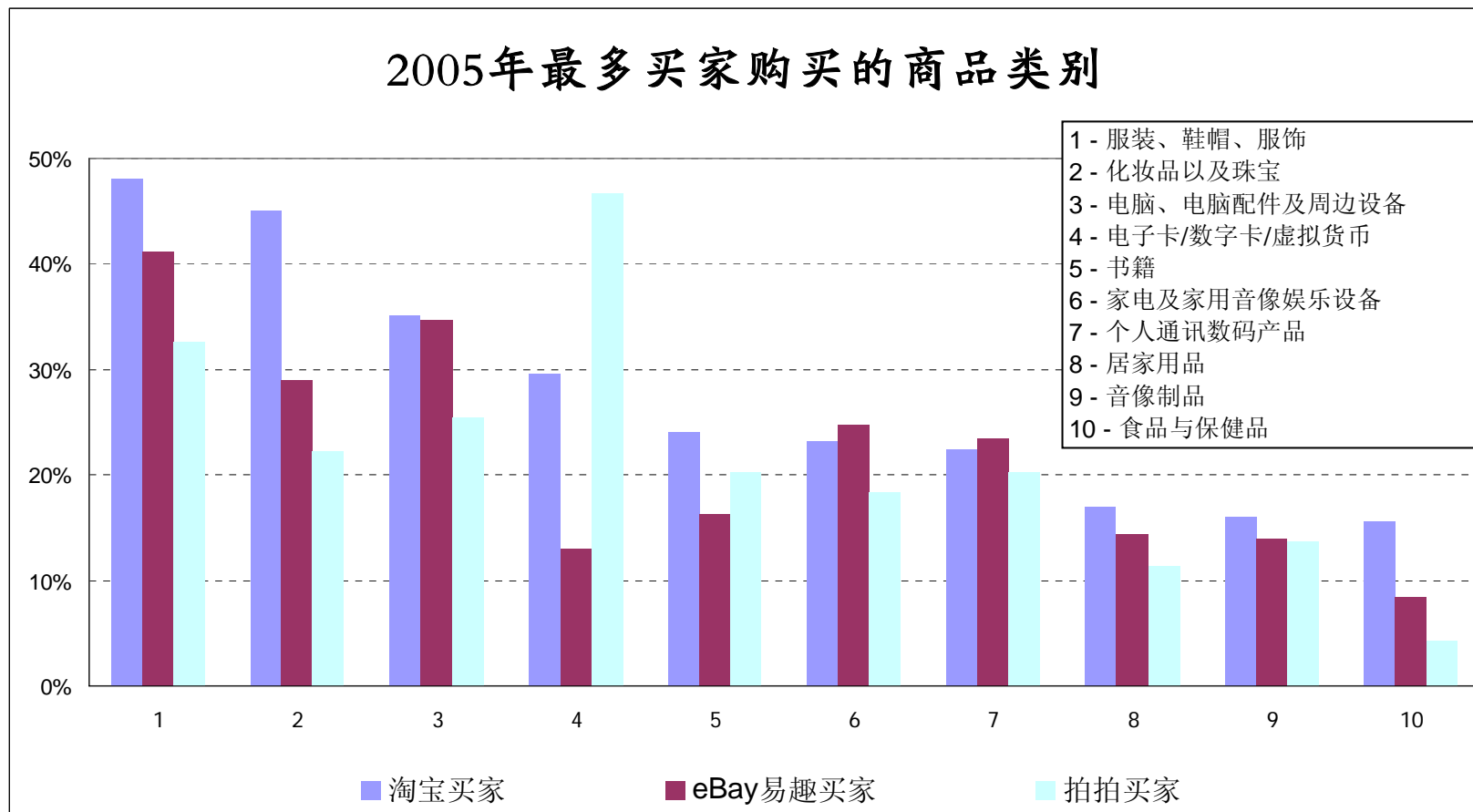
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

在线调查

三网站C2C网上购物

三网站购物消费者

购买商品类别



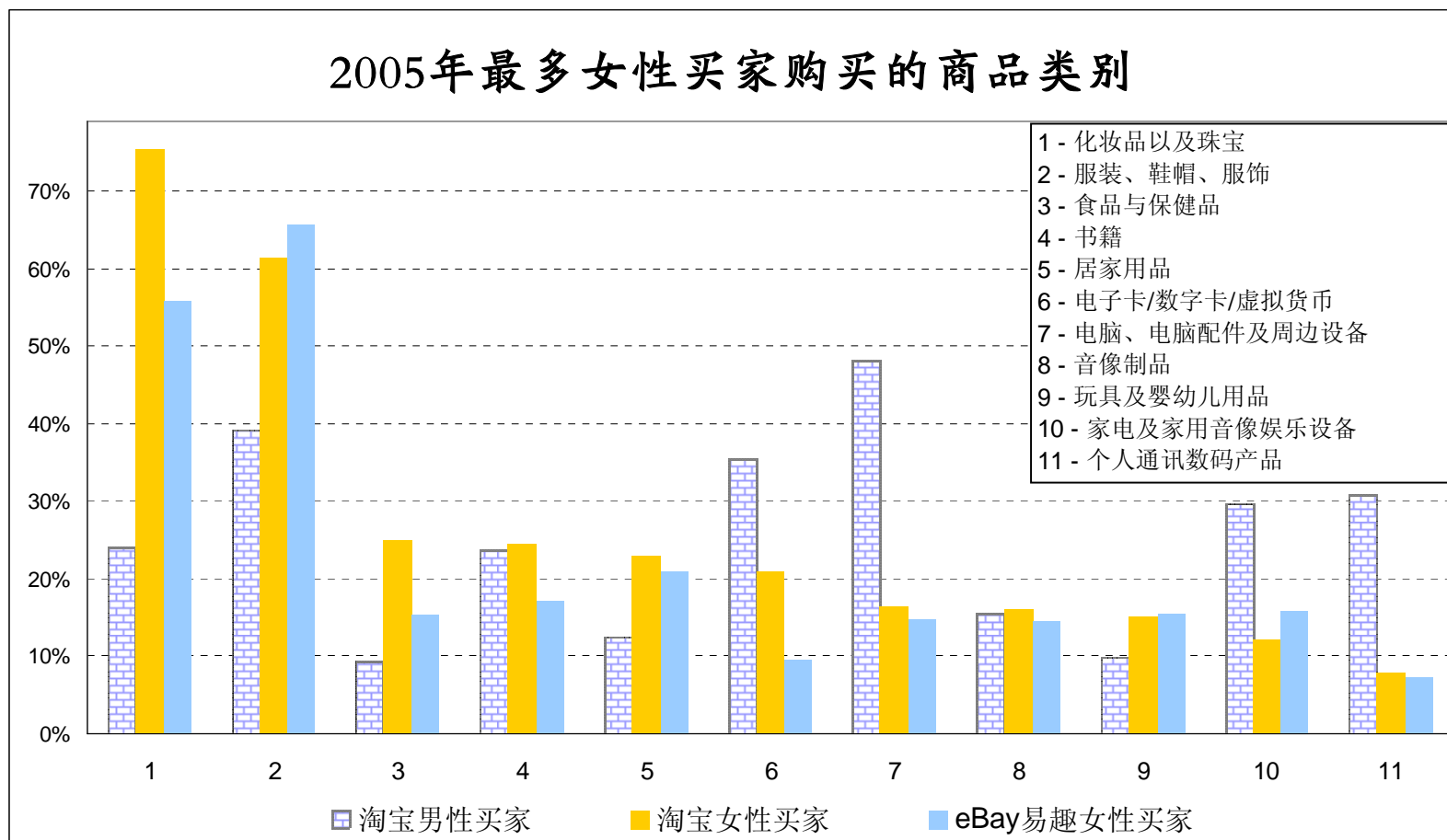
三网站购物消费者

2005年的购物频度

	淘宝	eBay易趣	拍拍
2005年全年买了一、二次	17.0%	37.2%	40.3%
2005年全年买了不到六次	15.6%	26.1%	18.1%
2005年全年买了不到十二次	10.9%	14.2%	6.3%
2005年全年我买了超过十二次	14.9%	8.7%	5.9%
基本上每月都买	25.2%	10.8%	22.6%
基本上每周都买	15.3%	3.0%	6.8%
合计	100.0%	100.0%	100.0%
购物常客比例	55.4%	22.4%	35.3%

三网站购物消费者

女性买家购买商品类别



三网站购物消费者

服装化妆品及珠宝类商品

女性买家的购物频度

	淘宝网	eBay易趣
2005年全年买了一、二次	12.5%	26.4%
2005年全年买了不到六次	11.9%	26.8%
2005年全年买了不到十二次	12.5%	19.9%
2005年全年我买了超过十二次	16.0%	9.7%
基本上每月都买	30.0%	11.8%
基本上每周都买	17.2%	5.5%
合计	100.0%	100.0%
购物常客占本类女性用户比例	63.2%	27.0%
本类购物常客占女性用户总体比例	54.6%	21.6%
本类购物常客占网站用户总体比例	26.7%	8.5%

三网站购物消费者

网上购物行为综述（1）

购买商品的主要目的/用途：

- 95%以上的买家个人自用
- 30%以上的买家用于馈赠亲朋好友

选择卖家店铺时最关心的是：

- 75%以上的买家关心物品的价格或性价比
- 75%以上买家关心卖家的信用等级或信誉记录
- 55%以上的买家 关心物品品质
- 与卖家沟通与商谈的感觉/感受：淘宝网 39% vs. eBay易趣 20%

买卖双方之间的通讯方式：

- 淘宝网：旺旺 89%；eBay易趣：电子邮件 61%；拍拍网：QQ 93%

三网站购物消费者

网上购物行为综述（2）

网上支付：

- 淘宝网 94% vs. eBay易趣 63%，拍拍 87%

网上支付工具：

淘宝：支付宝 95%；eBay易趣：贝宝 40% + 安付通 78%；
拍拍：财付通 82%

网上开户银行：

- 50%以上中国工商银行
- 15%左右招商银行
- 加上建设银行和农业银行，这四大银行占95%以上

三网站购物消费者

网上购物的不愉快经历

	淘宝 买家	eBay易趣 买家	拍拍 买家
卖家不守信用，未能成交或成交后借故毁约	18.8%	22.8%	23.5%
卖家发运的物品货不对板、赝品、劣质残损	47.1%	53.6%	29.5%
卖家收到货款后拒不发货或骗取货款后消失	8.3%	14.3%	19.4%
卖家报复性地给与差评或其他恶意评价	3.5%	4.0%	5.5%
卖家发运的物品因运输原因造成损坏或遗失	9.5%	5.7%	3.2%
其他令人不愉快的购物经历	17.2%	17.1%	12.9%
无上述经历	47.5%	38.7%	55.3%

三网站购物消费者

C2C网上购物是否会向亲朋好友推荐

	淘宝 买家	eBay易趣 买家	拍拍 买家
肯定会	71.9%	58.3%	62.2%
肯定不会	0.6%	2.8%	2.0%
不一定，视情况而定	27.5%	38.9%	35.8%
合计	100.0%	100.0%	100.0%

三网站购物消费者 对C2C网站的总体评估

评价对象	5分制分值			相对于淘宝得分的百分比		
	淘宝网	eBay易趣	拍拍网	淘宝网	eBay易趣	拍拍网
受访者						
淘宝网受访者	4.29	3.25	3.44	100%	76%	80%
eBay易趣受访者	3.94	3.87	3.32	100%	98%	85%
拍拍网受访者	4.28	3.78	3.91	100%	88%	91%

注：淘宝网受访者必须同时是eBay易趣的注册用户才能对eBay易趣作出评价，同理类推。

三网站购物消费者

对C2C网站的总体评估综述

- 三个网站受访者给予淘宝网一致的最高评价
 - 网站收到的最高评价都来自自己方网站的受访者
 - 淘宝网和拍拍网收到的最低评价来自eBay易趣的受访者
 - eBay易趣收到的最低评价来自淘宝网的受访者
- 相对评价：
- 淘宝网的受访者对eBay易趣网的评价低于对拍拍网的评价
 - 拍拍网的受访者对淘宝的评价高于对eBay易趣的评价

三网站购物消费者

对C2C网站的评价——相对满意度

在所有18个项目中，

淘宝网买家相对最满意的是：

- 支付系统、网站通讯工具、网站商品品种、网站用户界面

淘宝网买家相对最不满意的是：

- 买卖纠纷处理、网站赔付担保承诺、信用评估机制、卖家信誉

eBay易趣买家相对最满意的是：

- 网站商品搜索功能、网站功能稳定性、网站商品品种、支付系统

eBay易趣买家相对最不满意的是：

- 网站收费、网站通讯工具、网站用户社区、买卖纠纷处理

CNNIC

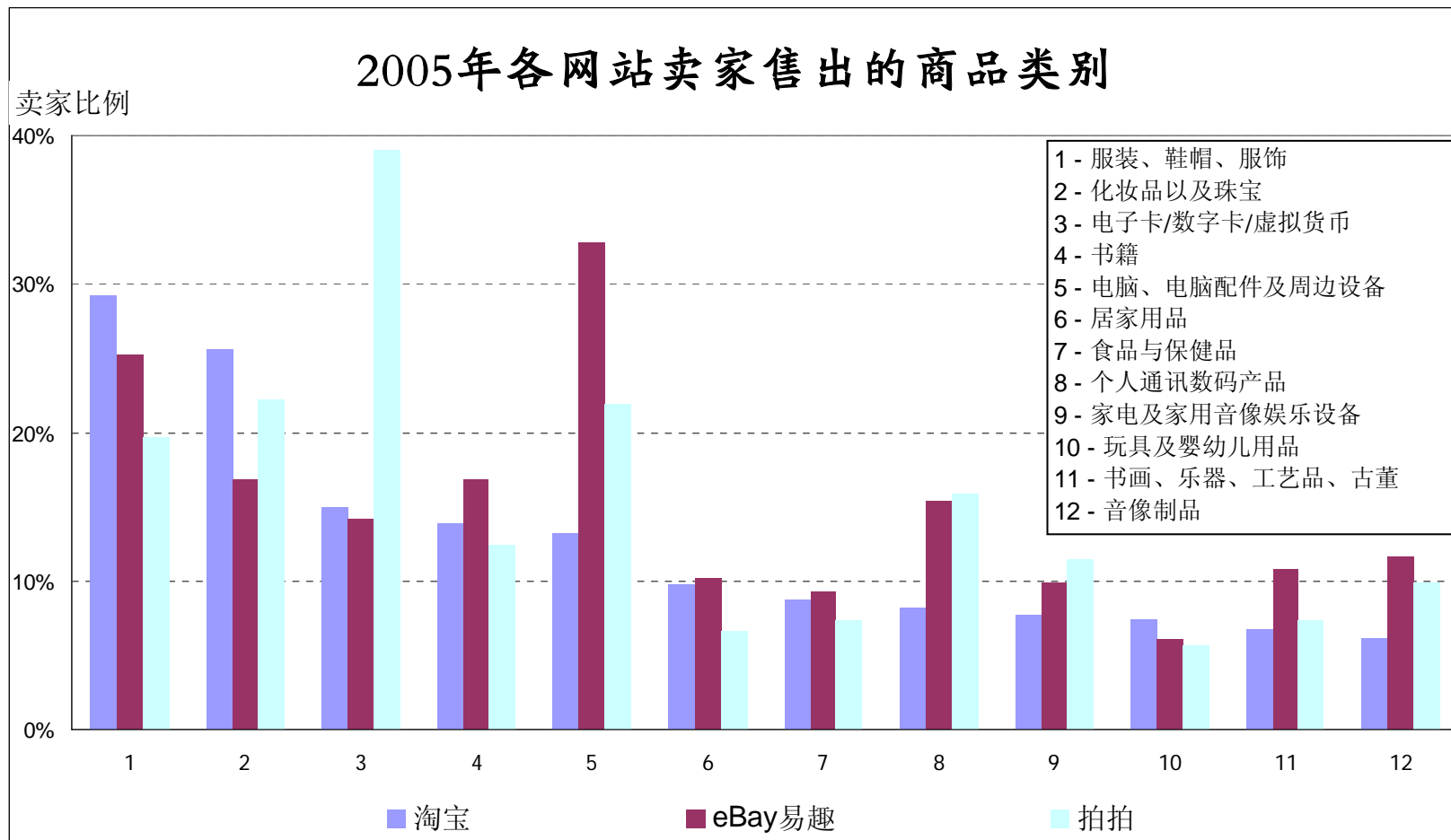
中国互联网络信息中心
CHINA INTERNET NETWORK INFORMATION CENTER

在线调查

三网站C2C网上售物

三网站卖家

卖家销售商品类别

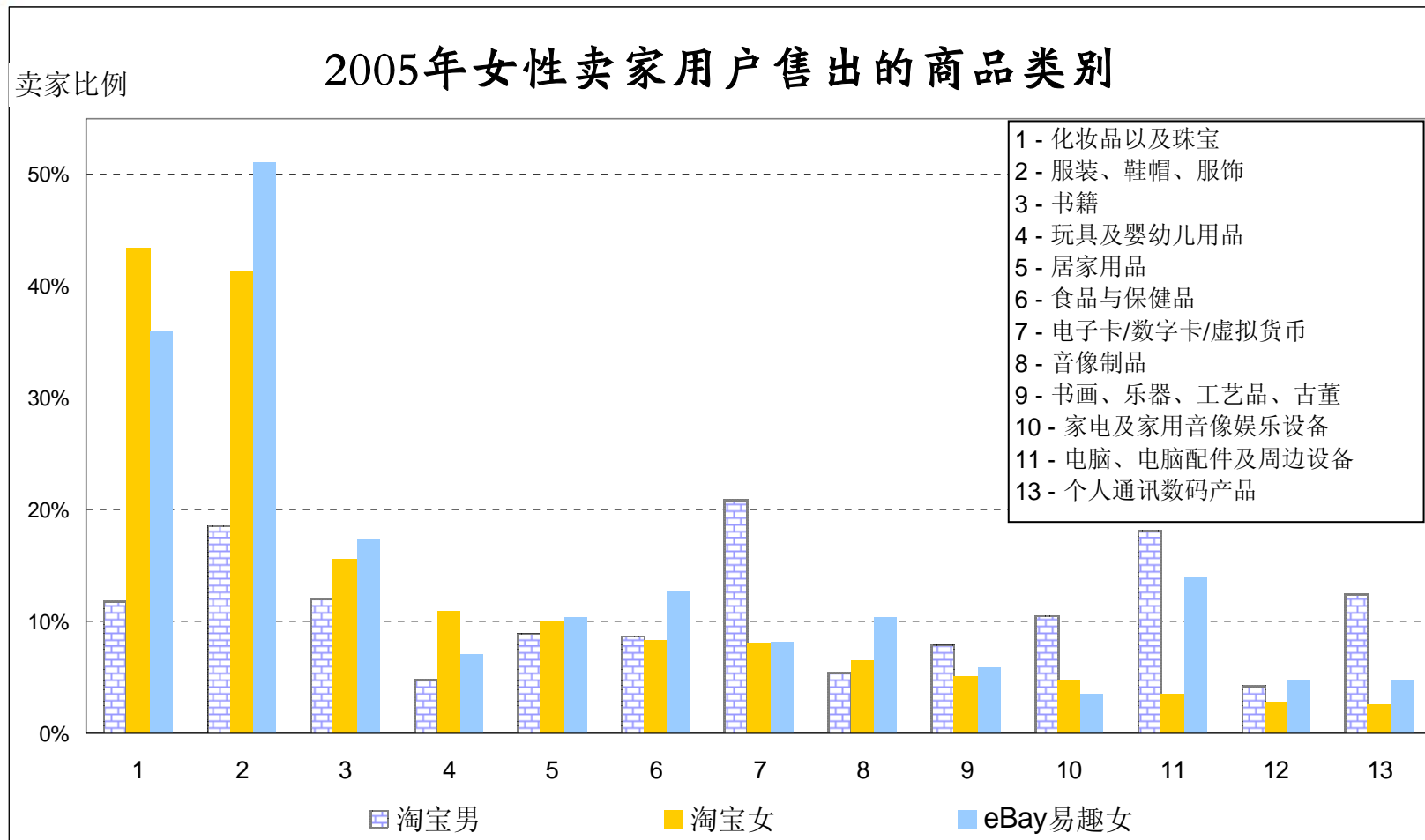


三网站卖家 售物成交频度

	淘宝卖家	eBay易趣卖家	拍拍卖家
基本上天天都有成交	21.7%	15.6%	13.5%
基本上每周都有成交	42.1%	15.6%	28.8%
基本上每月都有成交	24.6%	28.7%	32.7%
超过一个月成交一次	11.5%	40.2%	24.9%
合计	100.0%	100.0%	100.0%
网站活跃卖家	88.5%	59.8%	75.1%

三网站卖家

女性卖家销售商品类别



三网站卖家

网上售物行为 —— 售物方式

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	eBay易趣 活跃卖家	拍拍 卖家
一口价	86.8%	67.5%	70.3%	91.0%
竞价拍卖	3.6%	29.5%	28.3%	3.6%
议价	9.6%	3.0%	1.4%	5.4%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

三网站卖家

网上售物行为 —— 买主

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	eBay易趣 活跃卖家	拍拍 卖家
个人消费的老买主	40.1%	28.9%	37.3%	35.3%
个人消费的新买主	71.1%	69.1%	71.9%	62.6%
单位买主	4.9%	4.7%	4.1%	5.5%
其它	6.7%	5.2%	5.5%	7.9%
买主是什么性质的，我无法判断	12.7%	17.1%	13.4%	20.4%

三网站卖家

网上售物行为 —— 网下成交情况

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	eBay易趣 活跃卖家	拍拍 卖家
和买主在网上成交一次后，第二次以后的成交很多就在网下进行	15.1%	26.8%	35.0%	18.8%
和买主进行的第一次交易，就是在网下进行	16.7%	8.9%	9.3%	17.0%
只和同城买主进行网下交易	38.1%	24.9%	25.7%	35.9%
有网下实体店铺，许多网上的买主后来已转为实体店铺的顾客	7.2%	6.7%	7.5%	9.4%
完全没有网下交易的情况发生	37.4%	43.3%	33.6%	36.8%

三网站卖家

网上售物行为 —— 异地配送比例

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	拍拍 卖家
卖家问卷：2005年卖家售出商品需要异地配送的比例	65.8%	62.7%	50.0%
买家问卷：2005年买家购买商品异地发货送达的比例	64.0%	65.0%	53.6%

三网站卖家

网上售物行为 —— 不愉快售物经历

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	eBay易趣 活跃卖家	拍拍 卖家
买家不以购物为目的，恶意出价或成交	35.3%	45.9%	52.8%	57.8%
买家成交后反悔而不履行成交	50.4%	61.6%	73.1%	42.2%
买家报复性地给与差评或其他恶意评价	15.5%	18.2%	25.5%	18.3%
因第三方配送问题引出的买卖纠纷	22.5%	24.3%	31.5%	14.7%
无不愉快的售物经历	26.9%	19.3%	10.6%	20.8%

三网站网上店铺经营情况

经营者身份定义

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家	eBay易趣 活跃卖家	拍拍 卖家
个人，不以赚钱或经营为目的	20.7%	38.1%	24.7%	32.7%
个人，网上开店做买卖是第二职业	49.7%	39.3%	42.9%	51.6%
全职或专职的自雇/自谋职业者	22.7%	16.4%	24.2%	11.1%
网商，已为网上店铺专门注册了公司	3.4%	3.9%	6.6%	2.6%
向网上拓展营销渠道的企事业单位	1.8%	0.9%	0.5%	1.0%
其他	1.8%	1.5%	1.0%	1.0%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

三网站网上店铺经营情况

其他更多的调查项目

👉 不同性别、不同经营者身份、不同信用度卖家的：

- 经营商品类别
- 对网站的评价
- 对各类收费项目的态度
- 网下经营场所
- 谁在打理或者帮忙打理网上店铺？
- 网上店铺全职与兼职人数
- 网上经营收入占个人总收入的比例

- 扩张或裁停现有店铺的打算
- 新开店铺的打算
- 网上事业未来发展所面临的困难
- 在网上开店做买卖的原始动机

三网站网上店铺经营情况

扩张或裁停现有店铺的打算

淘宝网 Taobao.com
阿里巴巴旗下网站

淘宝网卖家半年内的打算：	在淘宝网上	在eBay易趣网上	在拍拍网上
扩张现有店铺	75.7%	31.7%	43.5%
关闭现有店铺	0.6%	19.1%	9.3%
减少对现有店铺的投入	0.4%	7.7%	4.6%
维持目前状况	16.3%	18.0%	23.6%
不确定	7.0%	23.5%	19.0%
合计	100.0%	100.0%	100.0%

三网站网上店铺经营情况

扩张或裁停现有店铺的打算



eBay易趣卖家半年内的打算：	在淘宝网上	在eBay易趣网上	在拍拍网上
扩张现有店铺	61.0%	63.2%	29.5%
关闭现有店铺	3.4%	1.2%	5.1%
减少对现有店铺的投入	0.8%	4.9%	5.1%
维持目前状况	22.9%	22.1%	17.9%
不确定	11.9%	8.6%	42.3%
合计	100.0%	100.0%	100.0%

三网站卖家

eBay易趣一系列免费措施的影响力

	淘宝 卖家	eBay易趣 卖家
对我的影响力不大	44.0%	32.4%
未来我有可能因此增加在 eBay易趣的售物活动	24.1%	31.2%
事实上我已经因此增加了在 eBay易趣的售物活动	6.5%	31.5%
我不知情或不清楚	25.4%	4.8%
合计	100.0%	100.0%

谢谢!