



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络市场与网络消费者

网络市场

主讲：王学辉

目录



在线开放课程

- 1.1 网络市场的发展
- 1.2 网络市场的特征
- 1.3 网络市场的客户资源

1.1 网络市场的发展

1.网络市场演变的阶段

(1) 生产者内部网络市场阶段

(2) 国内的、全球的生产者网络市场和消费者网络市场阶段。

(3) “在线浏览、在线交易”阶段。这是网络市场发展的最高境界。

2.网络市场的现状

从网络市场交易的主体看，网络市场可以分为B2B、B2C、C2C、B2G;

从网上交易的业务看，有六种类型类型：

- (1) 企业间从事购销、人事管理、存货管理、处理与顾客关系等。
- (2) 有形商品销售。
- (3) 销售数字化的商品和服务。
- (4) 网络金融
- (5) 网络广告
- (6) 交通、通讯、卫生服务、远程教育

3.网络市场的发展趋势

- 1) 互联网技术正走向成熟。
- 2) 各国政府、社会和个人对加快信息化建设表现出了极大的热情，采取各种适合本国的措施。
- 3) 世界经济的全球化和网络化。
- 4) 全球消费者的网络购物观念和网际生活方式正快速形成。
- 5) 电子空间商场已成为诱人的、高利润的投资方向。

1.2 网络市场的特征

1. 无店铺的经营方式
2. 无存货的经营形式
3. 成本低廉的竞争策略
4. 无时间限制的全天候经营
5. 无国界、无区域界限的经营范围
6. 精简化的营销环节

1.3 网络市场的客户资源



在线开放课程

1.网络市场的客户特征

年轻富裕、尊重自我、头脑冷静、具有理性、对新事物孜孜不倦的追求，好胜而缺乏耐心。

2.我国网络市场客户资源现状

(1) 我国网上市场规模

虽然中国Internet起步较晚，但自从1994年接入Internet后我国的网上市场也得到快速增长，并且形成了一定的网上市场规模。



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 16 中国 IPv4 地址资源变化情况



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 15 中国 IPv6 地址数量



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 17 中国网站数量



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 1 中国网民规模与互联网普及率



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 5 中国手机网民规模及其占网民比例

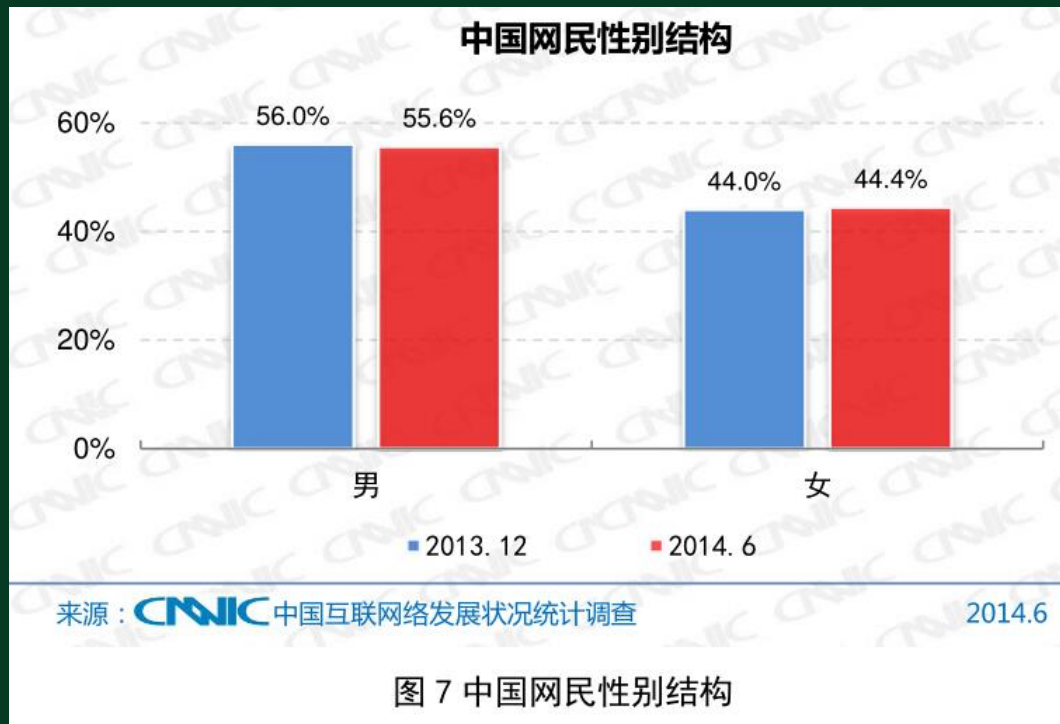


来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 18 中国国际出口宽带及其增长率

(2) 我国网民基本情况

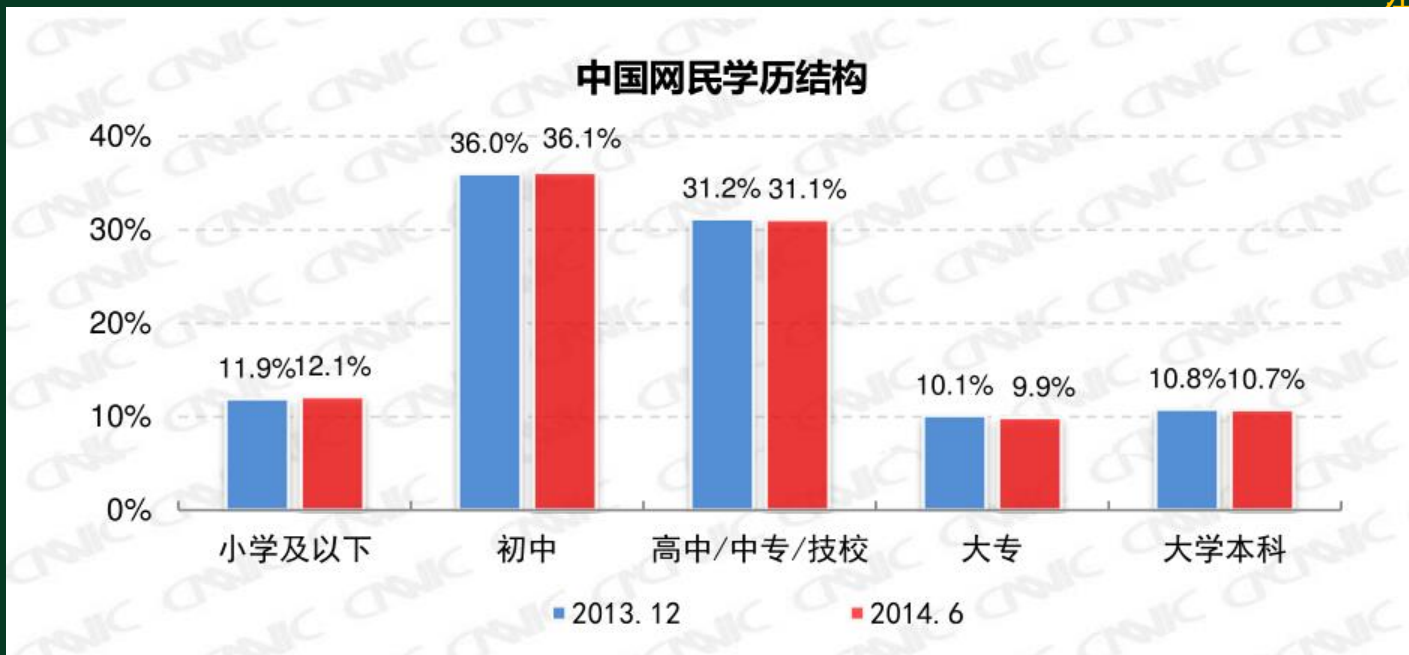




来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 8 中国网民年龄结构

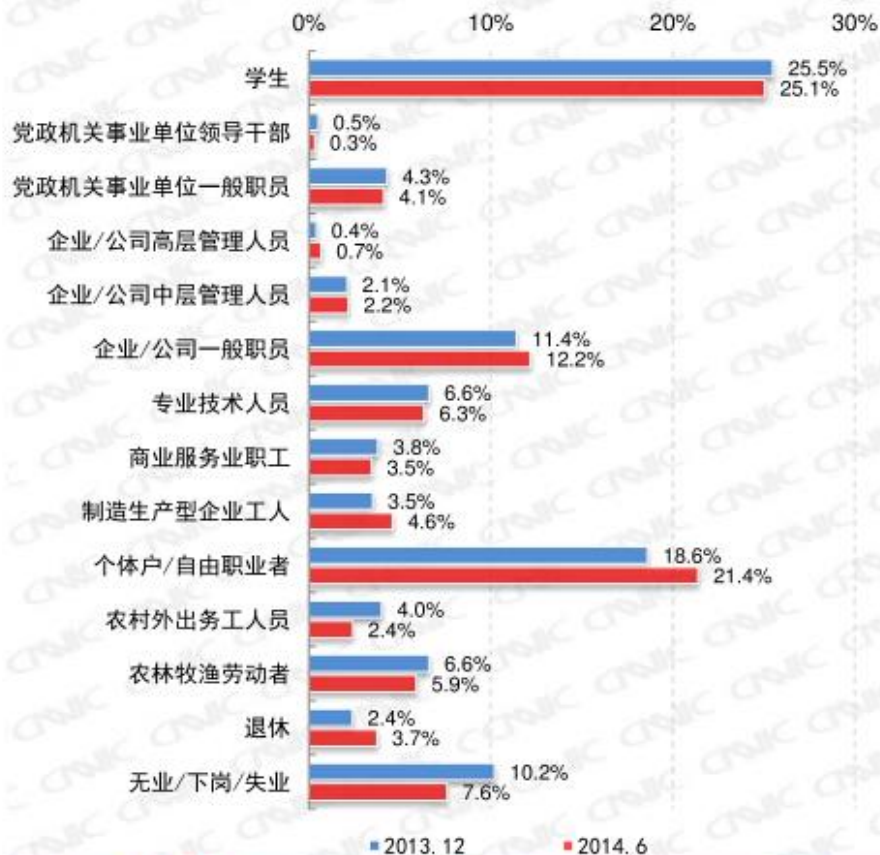


来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 9 中国网民学历结构

中国网民职业结构



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6



在线开放课程

图 10 中国网民职业结构

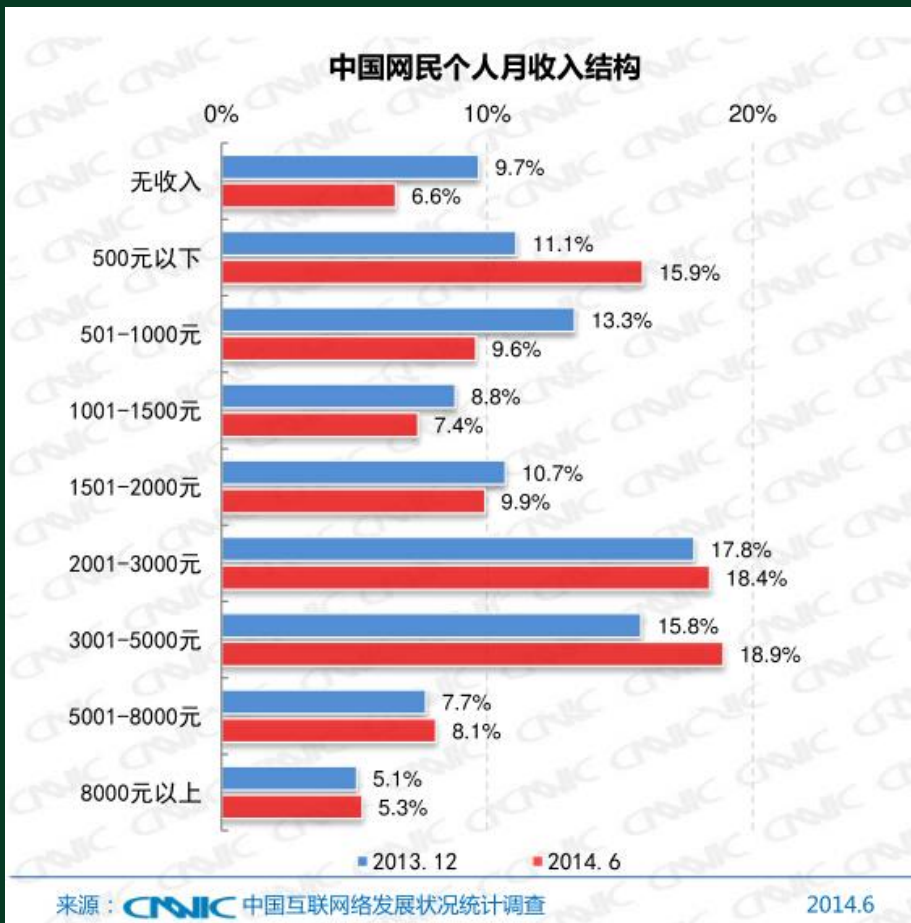


图 11 中国网民个人月收入结构



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 14 网民平均每周上网时长

表 5 2013.12-2014.6 中国网民各类网络应用的使用率

应用	2014年6月		2013年12月		半年增长率
	用户规模(万)	网民使用率	用户规模(万)	网民使用率	
即时通信	56423	89.3%	53215	86.2%	6.0%
搜索引擎	50749	80.3%	48966	79.3%	3.6%
网络新闻	50316	79.6%	49132	79.6%	2.4%
网络音乐	48761	77.2%	45312	73.4%	7.6%
博客/个人空间	44430	70.3%	43658	70.7%	1.8%
网络视频	43877	69.4%	42820	69.3%	2.5%
网络游戏	36811	58.2%	33803	54.7%	8.9%
网络购物	33151	52.5%	30189	48.9%	9.8%
网上支付	29227	46.2%	26020	42.1%	12.3%
网络文学	28939	45.8%	27441	44.4%	5.5%
微博	27535	43.6%	28078	45.5%	-1.9%
网上银行	27188	43.0%	25006	40.5%	8.7%
电子邮件	26867	42.5%	25921	42.0%	3.6%
社交网站	25722	40.7%	27769	45.0%	-7.4%
旅行预订	18960	30.0%	18077	29.3%	4.9%
团购	14827	23.5%	14067	22.8%	5.4%
论坛/bbs	12407	19.6%	12046	19.5%	3.0%
互联网理财	6383	10.1%	-	-	-



在线开放课程

表 6 2013.12-2014.6 中国网民各类手机网络应用的使用率

应用	2014年6月		2013年12月		半年增长率
	用户规模(万)	网民使用率	用户规模(万)	网民使用率	
手机即时通信	45921	87.1%	43079	86.1%	6.6%
手机搜索	40583	77.0%	36503	73.0%	11.2%
手机网络新闻	39087	74.2%	36651	73.3%	6.6%
手机网络音乐	35462	67.3%	29104	58.2%	21.8%
手机网络视频	29378	55.7%	24669	49.3%	19.1%
手机网络游戏	25182	47.8%	21535	43.1%	16.9%
手机网络文学	22211	42.1%	20228	40.5%	9.8%
手机网上支付	20509	38.9%	12548	25.1%	63.4%
手机网络购物	20499	38.9%	14440	28.9%	42.0%
手机微博	18851	35.8%	19645	39.3%	-4.0%
手机网上银行	18316	34.8%	11713	23.4%	56.4%
手机邮件	14827	28.1%	12714	25.4%	16.6%
手机社交网站	13387	25.4%	15430	30.9%	-13.2%
手机团购	10220	19.4%	8146	16.3%	25.5%
手机旅行预订	7537	14.3%	4557	9.1%	65.4%
手机论坛	6890	13.1%	5535	11.1%	24.5%



在线开放课程



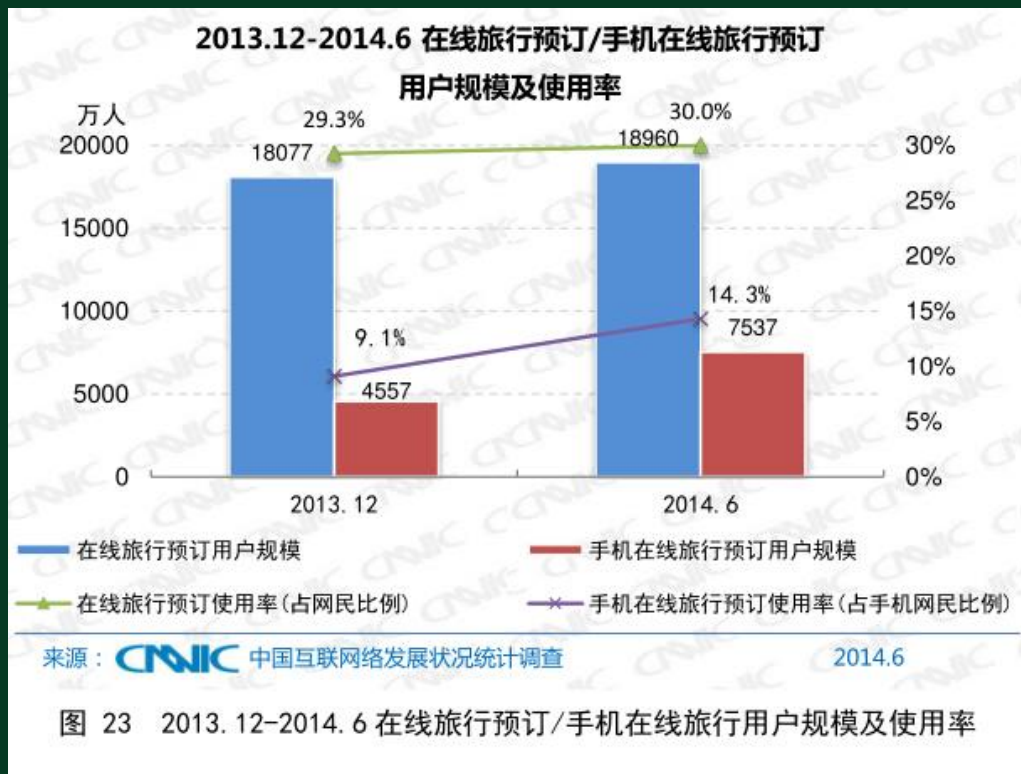


来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

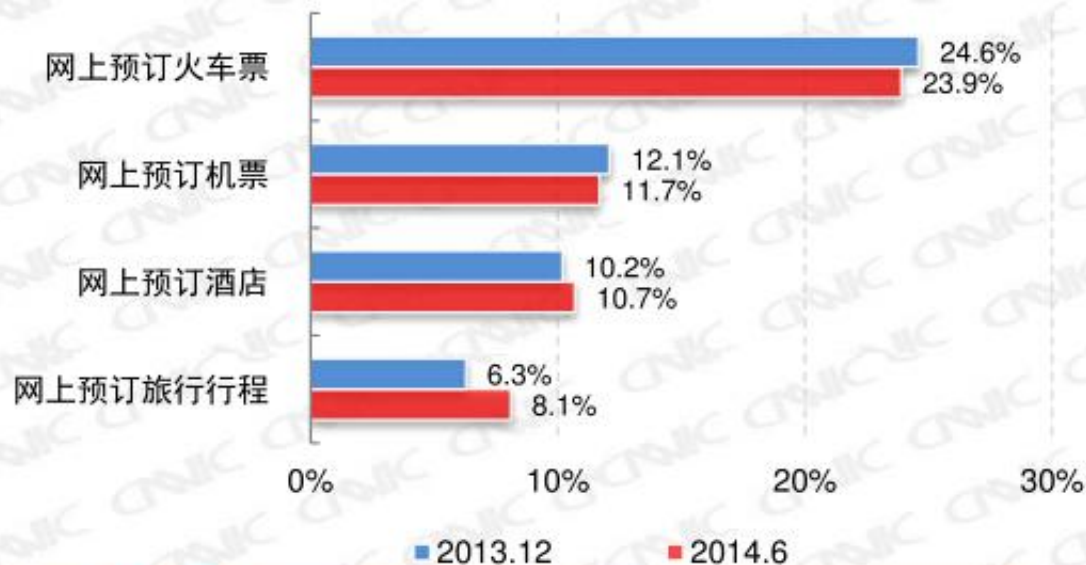
2014.6

图 21 2013.12-2014.6 团购/手机团购用户规模及使用率





2013.12-2014.6 网民各类在线旅行预订服务使用率



来源：CNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2014.6

图 24 2013.12-2014.6 网民各类在线旅行预订服务使用率

小结



在线开放课程

- 网络市场的特征
- 网络市场的客户资源

