

卖家报告目录

版权声明.....	2
免责声明.....	2
市场调研调查方法说明.....	6
术语与定义.....	9
第一章 C2C 网站的卖家概况	12
一、C2C 注册卖家	12
表 S1.1 受访者的注册卖家身份	12
表 S1.2 注册卖家身份构成解析	12
表 S1.3 注册卖家的注册时间	13
二、卖家信用度.....	13
表 S1.4.1 淘宝与 eBay 易趣卖家信用度分段	13
表 S1.4.2 淘宝与 eBay 易趣活跃卖家的信用度分布	13
第二章 C2C 网上售物	15
一、C2C 网站的访问频度	15
表 S2.1 网站访问频度	15
二、售物成交频度.....	15
表 S2.2 2005 年的售物成交频度	15
三、卖家销售商品类别.....	16
表 S2.3 最多卖家销售的商品前五位	16
图 S2.4 2005 年最多卖家售出成交的商品类别	17
图 S2.5.1 2005 年最多女性卖家售出成交的商品类别	17
表 S2.5.2 服装与化妆品及珠宝类女性卖家的售物成交频度	18
图 S2.6.1 2005 年最多男性卖家售出成交的商品类别	18
表 S2.6.2 电脑、手机及家电类男性卖家的售物成交频度	19
四、各类商品卖家的性别构成.....	19
图 2.7.1 2005 年淘宝网各类商品卖家的性别构成.....	20
图 2.7.2 2005 年 eBay 易趣各类商品卖家的性别构成.....	20
五、性别-年龄分组卖家	20
图 2.8 按性别-年龄分组的淘宝买家构成	21
第三章 C2C 网上售物行为	22
一、售物方式.....	22
表 S3.1 各网站卖家的主要售物方式	22
二、实物商品的属性.....	22
表 S3.2 多选题：各网站卖家销售的实物商品	23
三、买主的属性.....	23
表 S3.3 多选题：卖家的主要买主	24
表 S3.4 多选题：根据信用度分段的卖家，他们的主要买主	24
四、网下交易情况.....	24
表 S3.5 多选题：卖家网下成交情况	25
表 S3.6 多选题：根据信用度分段的卖家网下成交情况	25
五、三城市买家购物与卖家售物占全国的比重.....	25

表 S3.7 三城市在全国 C2C 网上购物市场中所占的比重	26
六、成交实物商品异地配送情况.....	26
表 S3.8 成交实物商品异地配送情况	26
七、网上售物的不愉快经历.....	27
表 S3.9 多选题：有过不愉快售物经历的卖家比例	27
表 S3.10 多选题：根据信用度分段的卖家有过不愉快售物经历的比例	28
第四章 卖家网上店铺的经营情况.....	29
一、网上店铺的经营者属性.....	29
表 S4.1 卖家对自己在网上的身份定义	29
表 S4.2 不同身份定义的网上店铺经营者成交频度	29
表 S4.3 不同性别的卖家中非营利个人、兼职与全职经营者的比例	30
表 S4.4 根据信用度分段的卖家中非营利个人、兼职与全职经营者的比例	30
二、网上店铺的网下经营场所.....	30
表 S4.5 多选题：具备网下经营场所的卖家比例	30
表 S4.6 多选题：不同身份定义的卖具备网下经营场所的卖家比例	31
表 S4.7 多选题：不同性别的卖家中具备网下经营场所的卖家比例	31
表 S4.8 多选题：根据信用度分段的卖家中具备网下经营场所的比例	31
三、网上店铺打理.....	32
表 S4.9 谁在打理网上店铺？	32
表 S4.10 不同身份定义的经营者如何打理他们的网上店铺？	32
表 S4.11 不同性别的卖家如何打理他们/她们的网上店铺？	33
表 S4.12 不同信用度分段的卖家如何打理他们的网上店铺？	33
四、网上店铺全职与兼职人数.....	33
表 S4.13 为网上店铺工作的全职与兼职人员数	34
表 S4.14 高信用度卖家的全职人员数（不考虑兼职人员数）	34
五、网上经营收入占个人总收入的比例.....	34
表 S4.15 网上经营收入占个人总收入的比例	35
表 S4.16 不同身份定义的卖家网上经营收入的比重	36
表 S4.17 不同性别卖家的网上经营收入比重	37
表 S4.18 根据信用度分段的卖家，网上经营收入的比重	37
六、eBay 易趣发布的一系列免费措施对卖家的影响力	37
表 S4.19 eBay 易趣发布的一系列免费措施对卖家的影响力	38
第五章 卖家对待收费的态度及未来计划.....	39
一、对适当收费项目的态度.....	39
表 S5.1 多选题：卖家对合理收费项目的看法	39
表 S5.2 多选题：不同性别卖家对合理收费项目的看法	40
二、网上事业的未来计划.....	40
三、扩张或裁停现有店铺的打算.....	41
表 S5.3.1 淘宝卖家关于现有店铺的扩张或裁停的打算	41
表 S5.3.2 eBay 易趣卖家关于现有店铺的扩张或裁停的打算	42
表 S5.3.3 拍拍卖家关于现有店铺的扩张或裁停的打算	42
表 S5.4.1 淘宝男女卖家关于现有店铺的扩张或裁停的打算	43
表 S5.4.2 eBay 易趣男女卖家关于现有店铺的扩张或裁停的打算	43
四、新开店铺的打算.....	43
表 S5.5 关于开设新的店铺的打算	44

五、网上事业未来发展所面临的困难.....	44
表 S5.6 网上事业未来发展所面临的困难	44
表 S5.7 不同身份定义的卖家，网上事业未来发展所面临的困难	45
六、在网上开店做买卖的原始动机.....	45
表 S5.8 在网上开店做买卖的原始动机	45
表 S5.9 不同身份定义的卖家，在网上开店做买卖的原始动机	46
第六章 卖家对 C2C 网站的评价	47
一、受访者对网站的总体评估.....	47
表 S6.1 受访者对网站的总体评估	47
二、不同性别用户对网站的评价.....	47
表 S6.2 不同性别用户对网站的总体评估	48
三、各网站受访者对各网站的评价综述.....	48
四、单一与多重身份注册卖家对网站的评价.....	49
表 S6.3 单一与多重身份注册卖家对网站的总体评估	49
五、淘宝与 eBay 易趣卖家给对方网站的交叉评价	50
图 S6.4 淘宝与 eBay 易趣卖家给对方网站的交叉评价	50
图 S6.5.0 淘宝与 eBay 易趣卖家给对方网站的相对性评价	51
表 S6.5.1 淘宝卖家对 eBay 易趣网的相对评价	52
表 S6.5.2 eBay 易趣卖家对淘宝网的相对评价	53
六、活跃卖家对网站的评价.....	53
表 S6.6 淘宝网与 eBay 易趣网活跃卖家的身份构成	54
表 S6.7 活跃卖家对网站的总体评估	54
图 S6.8 淘宝与 eBay 易趣活跃卖家给对方网站的交叉互评价	55
图 S6.9.0 淘宝与 eBay 易趣活跃卖家给对方网站的相对性评价	56
表 S6.9.1 eBay 易趣活跃卖家对淘宝网的相对评价	57
表 S6.9.2 淘宝活跃卖家对 eBay 易趣网的相对评价	58
第七章 在线调查卖家受访者特征描述.....	59
一、卖家的地区分布.....	59
表 S7.1.1 C2C 网站卖家分布——前八省市	59
表 S7.1.2 C2C 网站卖家分布——东中西部	60
二、性别.....	60
表 S7.2 卖家中的性别比例	60
三、年龄.....	60
图 S7.3.1 在线调查卖家的年龄分布	61
图 S7.3.2 在线调查卖家的年龄结构	61
四、学历.....	62
图 S7.4 在线调查卖家的学历结构	62
五、职业.....	62
表 S7.5 在线调查卖家的职业	62
六、个人月收入.....	63
图 S7.6.1 在线调查非学生卖家的个人月收入分布	63
图 S7.6.2 在线调查非学生卖家的个人月收入结构	64
图 S7.6.3 在线调查学生卖家的个人月收入结构	64