

2006年新闻之1_6中国网民上网做生意 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E6_96_B0_c40_63733.htm 日前在杭州举办的第三届网商大会上，阿里巴巴公司以及电子商务协会第一次公布了中国网商调查数据。网商人数已超2000万 阿里巴巴公司提供的调查数据表明，中国有大量的网商出现约从1999年开始，当时的网民中网商比例仅为1%，但从2003年比例开始不断攀升，仅2006年上半年新参加的网商 比例数就已经与2005年全年的比例数基本相当，超过20%。根据CNNIC第二季度互联网报告，中国网民人数达到1.23亿，调查显示其中超过1/6的网民都从事过网上贸易，中国网商人数已经超过2000万。网商主要分为企业网商和个人网商两块，在针对淘宝等个人网上购物(C2C)网站的调查显示，90%的个人网商明确表示加入电子商务的目的就是为赚钱，只有三分之一的人表示会全职做电子商务，这表明个人网商生存压力较大。C2C市场三足鼎立在C2C市场，通过短短一年时间的运营，腾讯旗下的拍拍网成长迅猛，已经与易趣、淘宝共同成为中国最有影响力的三大C2C平台。目前，拍拍网的注册用户数已超过2500万，在线商品数突破500万。不过，淘宝、Ebay中国与拍拍网存在明显的差异。拍拍网所针对的用户群是腾讯广大的QQ用户，年龄以15~25岁为主的年轻人。在地理位置分布上，淘宝、Ebay中国主要从长三角、京津唐辐射全国，而拍拍网主要以珠三角为主，辐射到全国。但是，中国网上购物的交易额占全国零售业总交易额的比例远小于互联网发达国家的水平，意味着中国网上购物的发展空间也非常巨大。100Test 下载频道开

通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com