

# 2017-2022年中国网络购物 行业发展状况分析与投资风险评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国网络购物行业发展状况分析与投资风险评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/4410439C35.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

2015Q4网络购物市场实现交易规模12378.5亿元，同比增长30.7%，环比增长34.5%，交易规模首次突破万亿大关。受到“双十一”、“双十二”等网络造节的影响，第四季度交易规模仍相比前三季度较高。2015年各季度网络购物交易规模同比增速虽然有所放缓，但增速仍保持在30%以上，分析认为，未来网络购物交易规模还有较大增长空间。

### 2014Q1-2015Q4网络购物交易规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络购物行业发展状况分析与投资风险评估报告》共十一章。首先介绍了网络购物行业市场发展环境、网络购物整体运行态势等，接着分析了网络购物行业市场运行的现状，然后介绍了网络购物市场竞争格局。随后，报告对网络购物做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络购物行业发展趋势与投资预测。您若想对网络购物产业有个系统的了解或者想投资网络购物行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 网络购物相关概述 13

#### 1.1 电子商务相关概述 13

##### 1.1.1 电子商务定义 13

##### 1.1.2 电子商务的典型模式 13

#### 1.2 网络购物相关介绍 14

##### 1.2.1 网络购物定义 14

##### 1.2.2 网络购物分类 14

##### 1.2.3 网络购物产业链 14

##### 1.2.4 网络购物商业模式 15

### 第二章 2014-2016年中国网络购物发展环境分析 16

#### 2.1 经济环境分析 16

##### 2.1.1 2014-2016年中国GDP增长分析 16

2.1.2	2014-2016年中国居民收入增长情况	16
2.1.3	2016年中国社会消费品零售总额分析	17
2.1.4	2016年上半年中国宏观经济运行分析	18
2.2	社会环境分析	20
2.2.1	2016年中国人口规模及结构分析	20
2.2.2	中国居民家庭消费水平分析	21
2.2.3	中国互联网普及率及信息化程度分析	22
2.2.4	3G带动移动支付业务迅速发展	23
2.3	政策环境分析	24
2.3.1	2014-2016年中国各地网络购物相关政策汇总	24
2.3.2	2016年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》	25
2.3.3	2016年《非金融机构支付服务管理办法》	26
2.3.4	2016年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》	27
2.3.5	2016年中国网络实名制政策分析	30
2.3.6	深圳市成为首个国家电子商务示范城市	30
2.3.7	福建省“十三五”大力发展电子商务	31
2.4	行业环境分析	32
2.4.1	中国电子商务发展历程分析	32
2.4.2	2016年中国电子商务网站数量及服务分析	35
2.4.3	2014-2016年中国电子商务服务企业分布	37
2.4.4	2014-2016年中国电子商务交易规模分析	39
2.4.5	2016年中国网上支付市场规模分析	40
2.4.6	2014-2016年中国网上支付用户规模分析	42
第三章 2014-2016年全球网购市场发展现状分析 43		
3.1	2014-2016年全球网络购物市场发展现状分析	43
3.1.1	2016年全球网购区域市场格局分析	43
3.1.2	全球网购与互联网发展的一致性分析	44
3.1.3	2016年奢侈品企业重点发展网购市场	45
3.2	2014-2016年美国网购市场发展现状分析	45
3.2.1	美国网络购物的多样性分析	45
3.2.2	美国主流团购网站运营模式分析	46

- 3.3 2014-2016年德国网购市场发展动态分析 48
  - 3.3.1 德国网上购物市场法律规范分析 48
  - 3.3.2 2016年德国网络购物用户规模分析 49
- 3.4 2014-2016年其他国家网购市场发展现状分析 50
  - 3.4.1 2016年英国网购用户规模分析 50
  - 3.4.2 2016年法国网络消费将持续扩张 51

#### 第四章 2014-2016年中国网络购物市场发展现状分析 53

- 4.1 中国零售类网货的发展现状分析 53
  - 4.1.1 零售类网货相关概述 53
  - 4.1.2 中国零售类网货的发展历程 53
  - 4.1.3 2016年中国网货消费结构分析 54
  - 4.1.4 中国零售类网货成本与价格分析 55
  - 4.1.5 中国网货来源和发展因素分析 57
- 4.2 2014-2016年中国网络购物规模分析 59
  - 4.2.1 2016年中国网络购物用户规模分析 59
  - 4.2.2 2014-2016年中国网络购物市场交易规模分析 60
  - 4.2.3 2014-2016年中国网购网站数量分析 61
- 4.3 2014-2016年中国C2C网络购物发展态势分析 62
  - 4.3.1 中国代表性C2C运营商分析 62
  - 4.3.2 2016年中国C2C运营商市场份额分析 63
  - 4.3.3 2016年中国个人网站数量规模分析 64
- 4.4 2014-2016年中国网络购物的社会经济影响分析 64
  - 4.4.1 网购促进传统零售业转型升级 64
  - 4.4.2 网购对实体书店行业的影响分析 65
  - 4.4.3 中国网购成为快递业增长动力 66
  - 4.4.4 中国网络购物促进就业作用大 68
  - 4.4.5 网络购物对社会经济的促进作用分析 69
- 4.5 中国网络购物发展的问题及对策 70
  - 4.5.1 中国网络购物市场存在的问题及原因分析 70
  - 4.5.2 中国网络购物立法逐步完善 72
  - 4.5.3 中国网络购物中消费者权益保护的对策分析 73

## 第五章 2014-2016年中国网络购物新兴市场发展现状分析 76

### 5.1 2016年中国网络团购市场发展分析 76

#### 5.1.1 2016年中国团购网站迅速增长 76

#### 5.1.2 2016年中国团购网站市场份额分析 77

#### 5.1.3 2016年中国团购网站首次赔付事件分析 77

#### 5.1.4 中国网站团购市场发展态势分析 78

### 5.2 2016年中国海外代购市场发展现状分析 79

#### 5.2.1 2016年中国海外代购市场规模分析 79

#### 5.2.2 2016年中国海外代购品类分析 80

#### 5.2.3 2016年海关新政对海外代购的影响分析 80

### 5.3 2014-2016年中国网络视频购物市场发展现状分析 81

#### 5.3.1 视频购物区别于传统电视购物 81

#### 5.3.2 淘宝视频购物的多方共赢局面分析 82

#### 5.3.3 酷6网视频购物频道上线的影响分析 83

## 第六章 2014-2016年中国网购B2C市场发展现状分析 84

### 6.1 2016年中国网购B2C市场规模分析 84

#### 6.1.1 网购B2C市场分类 84

#### 6.1.2 电子商务B2C产业链 85

#### 6.1.3 2016年B2C市场整体收入规模分析 86

#### 6.1.4 2016年B2C市场细分产品收入分析 87

### 6.2 2016年中国B2C细分产品市场竞争格局分析 88

#### 6.2.1 3C产品B2C市场竞争格局分析 88

#### 6.2.2 出版物B2C市场竞争格局分析 90

#### 6.2.3 母婴产品B2C市场竞争格局分析 91

#### 6.2.4 珠宝B2C市场竞争格局分析 93

#### 6.2.5 礼品B2C市场竞争格局分析 95

### 6.3 2014-2016年中国B2C运营商竞争格局分析 96

#### 6.3.1 中国代表性B2C运营商服务对比分析 96

#### 6.3.2 2015年中国B2C运营商市场份额分析 97

#### 6.3.3 2016年中国B2C运营商市场份额分析 98

6.3.4 B2C网站物流竞争现状分析	98
6.3.5 中国邮政与TOM集团的合作分析	99
6.4 2014-2016年中国B2C行业投资现状分析	100
6.4.1 B2C行业投资规模分析	100
6.4.2 B2C行业投资轮次分析	102
6.4.3 B2C行业投资阶段分析	103
6.4.4 B2C行业投资区域分析	104
6.4.5 B2C行业并购事件分析	106
第七章 2014-2016年中国服装网购市场发展现状分析	107
7.1 中国服装网购相关概述	107
7.1.1 服装网购的定义	107
7.1.2 服装网购网站的分类	108
7.1.3 服装网购的优势分析	109
7.1.4 服装电子商务发展阶段	110
7.2 2016年中国服装网购行业发展现状分析	111
7.2.1 2016年中国服装网购市场规模分析	111
7.2.2 2016年服装B2C市场竞争格局分析	112
7.2.3 2016年中国男装网购市场竞争升温	114
7.2.4 2016年主要服装网购品牌发展现状分析	114
7.3 2014-2016年中国男装网购主流模式对比分析	118
7.3.1 PPG与VANCL的比较分析	118
7.3.2 报喜鸟EBONO竞争优势分析	119
7.3.3 2016年鲁泰在线向内销转型	121
7.3.4 优衣库和杰克琼斯淘宝业绩分析	122
7.4 服装企业网络销售模式及建议分析	123
7.4.1 服装企业网络销售模式分析	123
7.4.2 服装企业网络销售建议分析	125
7.4.3 服装行业细分品类营销策略分析	126
第八章 2014-2016年中国第三方支付市场发展现状分析	128
8.1 中国第三方支付市场发展概况	128

- 8.1.1 中国第三方支付市场发展模式分析 128
- 8.1.2 2016年中国第三方支付市场交易规模分析 130
- 8.2 2014-2016年中国第三方支付市场竞争格局分析 132
  - 8.2.1 第三方支付企业的盈利构成分析 132
  - 8.2.2 第三方支付网站对用户的争夺现状分析 133
  - 8.2.3 第三方支付市场整体竞争格局分析 133
  - 8.2.4 2016年中国第三方在线支付市场份额分析 133
- 8.3 中国第三方支付市场存在的问题和发展对策分析 135
  - 8.3.1 中国第三方支付市场存在的问题分析 135
  - 8.3.2 中国第三方支付市场发展策略分析 136
  - 8.3.3 欧美国家第三方支付政府监管对中国的启示分析 136
  - 8.3.4 第三方支付企业竞争力提升策略分析 138

## 第九章 2014-2016年中国网络购物市场调研分析 140

- 9.1 2016年中国网购渗透率调研分析 140
  - 9.1.1 中国与发达国家网购渗透率的对比 140
  - 9.1.2 中国网购渗透率的地区对比 141
- 9.2 2016年中国B2C购物网站用户调研分析 142
  - 9.2.1 B2C购物网站用户渗透率 142
  - 9.2.2 B2C购物网站品牌认知度与转化率 143
  - 9.2.3 B2C购物网站主要用户差异分析 143
- 9.3 2016年中国C2C购物网站用户调研分析 146
  - 9.3.1 C2C购物网站用户渗透率 146
  - 9.3.2 C2C购物网站品牌认知度与转化率 146
  - 9.3.3 C2C购物网站主要用户差异分析 147
- 9.4 2016年中国购物网站用户流动调研分析 149
  - 9.4.1 主要购物网站首选用户比例 149
  - 9.4.2 主要购物网站用户单一度 150
  - 9.4.3 购物网站用户渗透率变化 151
  - 9.4.4 购物网站用户忠诚度 151
  - 9.4.5 购物网站新增用户 152
- 9.5 2016年中国网民网络购物行为调研分析 152

- 9.5.1 购物网站品牌认知渠道 152
- 9.5.2 商品查找方式及用户评论 153
- 9.5.3 网购金额和次数 156
- 9.5.4 网购商品类别 156
- 9.5.5 网购支付方式 157
- 9.6 2016年中国用户网购行为差异调研分析 159
  - 9.6.1 不同性别用户网购行为差异 159
  - 9.6.2 不同年龄用户网购行为差异 161
  - 9.6.3 不同收入用户网购行为差异 162
  - 9.6.4 不同职业用户网购行为差异 163
- 9.7 2014-2016年度中国网购重点城市分析 164
  - 9.7.1 中国网购城市消费力概况 164
  - 9.7.2 网购消费力前十城市 164
  - 9.7.3 网购消费力增速最快城市和省份 165
  - 9.7.4 网店卖家十大城市 167
  - 9.7.5 网店卖家增长最快城市和省份 168

## 第十章 2014-2016年中国购物网站运行状况分析 170

- 10.1 淘宝网 170
  - 10.1.1 淘宝网简介 170
  - 10.1.2 2016年淘宝网开拓台湾网购业务 170
  - 10.1.3 2016年淘宝大物流计划的构建分析 171
- 10.2 当当网 173
  - 10.2.1 网站介绍 173
  - 10.2.2 2016年当当网收入规模分析 174
  - 10.2.3 2016年当当网物流基地建设进展分析 174
- 10.3 卓越亚马逊 175
  - 10.3.1 网站介绍 175
  - 10.3.2 2016年卓越亚马逊收入规模分析 175
- 10.4 红孩子 175
  - 10.4.1 网站介绍 175
  - 10.4.2 2016年红孩子收入规模分析 176

10.5 2688网店	176
10.5.1 公司简介	176
10.5.2 2688网店代购点模式分析	177
10.5.3 2016年2688网店收入规模分析	177
10.6 丽家宝贝	178
10.6.1 公司简介	178
10.6.2 丽家宝贝经营模式分析	178
10.6.3 2016年丽家宝贝收入规模分析	179
10.6.4 丽家宝贝发展思路与目标	180
10.7 九钻网	180
10.7.1 九钻公司简介	180
10.7.2 九钻经营模式分析	181
10.7.3 2016年九钻网收入规模分析	181
10.8 易迅商城	182
10.8.1 易迅商城简介	182
10.8.2 易迅商城产品及业务分析	182
10.8.3 2016年易迅商城收入规模分析	183
10.8.4 易迅商城发展定位分析	184
10.9 VANCL(凡客诚品)	184
10.9.1 网站介绍	184
10.9.2 2016年凡客诚品收入规模分析	184
10.9.3 2016年凡客进军运动服装市场	185
10.10 京东商城	185
10.10.1 网站介绍	185
10.10.2 2007-2016年经营情况	186
10.10.3 2016年京东商城商品品类盈利分析	186
10.10.4 2016年京东商城为物流系统融资	187
10.10.5 2016年京东商城上市及团购进展分析	188
第十一章 2017-2022年中国网络购物市场前景与投资分析	189 (ZY LII)
11.1 2017-2022年中国网络购物市场前景预测	189
11.1.1 中国网络购物市场潜力较大	189

- 11.1.2 中国网络购物成熟期分析 189
- 11.1.3 2017-2022年中国网络购物市场规模预测 191
- 11.2 2017-2022年中国网络购物模式的融合趋势分析 192
  - 11.2.1 B2C对C2C的替代趋势分析 192
  - 11.2.2 B2C企业多元化扩张趋势分析 192
  - 11.2.3 B2C市场参与主体的多元化趋势 192 (ZY LII)

图表目录：

- 图表 1 电子商务的范畴 13
- 图表 2 中国电子商务分类 14
- 图表 3 网络购物的多种分类方式 14
- 图表 4 网络购物产业链 15
- 图表 5 网络购物商业模式分类 15
- 图表 6 2013-2016年中国国内生产总值及增长速度 16
- 图表 7 2013-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 17
- 图表 8 2013-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 17
- 图表 9 2013-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 18
- 图表 10 2016年中国人口数及其构成情况 20
- 图表 11 2013-2016年中国城市人口及所占比例增长趋势图 21
- 图表 12 2013-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数 21
- 图表 13 2013-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 14 2013-2016年中国网民规模及互联网普及率增长趋势图 22
- 图表 15 2013-2016年中国手机网民规模增长统计 24
- 图表 16 2013-2016年中国各地网络购物政策列表 25
- 图表 17 2016年深圳市出台的网络购物产业政策列表 31
- 图表 18 2011-2016年中国电子商务发展史 33
- 图表 19 2011-2016年中国电子商务服务企业增长阶段分布 33
- 图表 20 2011-2016年中国B2B电子商务网站数量增长走势图 36
- 图表 21 中国B2B电子商务上市公司综合服务比较 36
- 图表 22 2013-2016年中国电子商务服务企业区域分布 38
- 图表 23 2015年中国电子商务服务企业行业分布 38
- 图表 24 2016年上半年中国电子商务服务企业行业分布 39

图表 25 2013-2016年中国电子商务交易规模增长趋势图 40

图表 26 2013-2016年中国网上银行交易额增长趋势图 41

图表 27 2013-2016年中国网上支付市场规模增长趋势图 41

图表 28 2013-2016年中国网上支付用户规模 42

图表 29 2013-2016年全球网购市场交易规模地区分布 43

图表 30 2016年全球各地区互联网渗透率对比 44

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/4410439C35.html>