

# 2018-2024年中国在线购物 产业深度调研与投资规模分析报告

## 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

《2018-2024年中国在线购物产业深度调研与投资规模分析报告》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/C9716133V8.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

随着互联网及移动互联网迅速普及和发展，我国网民及移动网民数量增速放缓，新增网民逐步减少。我国网民增速从2008年的17.79%下降到2016年H1的3.1%，移动网民增速从2008年的60.99%下降到2016年H1的5.9%，两者增速都出现了显著降低。互联网普及率同比增加情况也呈现下降趋势，2008年同比增加3.5个百分点，2012年同比增加2.2个百分点，而2016年H1只同比增加1.4个百分点。

2008-2016年H1网民规模及增速情况

2008-2016年H1移动网民规模及增速情况

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国在线购物产业深度调研与投资规模分析报告》共十一章。首先介绍了在线购物相关概念及发展环境，接着分析了中国在线购物规模及消费需求，然后对中国在线购物市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线购物面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线购物有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章中国在线购物市场概述10

第一节在线购物相关概念10

一、电子商务概述10

二、在线购物概述13

三、b2c在线购物概述14

第二节中国在线购物市场规模与结构15

一、中国在线购物市场规模15

二、中国在线购物市场结构16

第三节c2c在线购物市场概述17

一、综述18

二、淘宝19

三、ebay易趣21

四、拍拍网22

五、其它23

## 第二章2014-2016年中国在线购物产业运行环境分析25

### 第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析25

一、中国gdp分析25

二、城乡居民家庭人均可支配收入26

三、恩格尔系数26

四、工业发展形势分析27

五、存贷款利率变化28

六、财政收支状况29

### 第二节2018-2024年中国在线购物产业政策环境分析30

一、中国网络购物迅速向大众普及30

二、债危机下中国网民热捧网络购物30

三、2016年网络购物跻身十大网络应用之列31

四、地方规范开启网络购物有章可循大门31

五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展34

### 第三节2014-2016年中国在线购物产业社会环境分析36

一、电子商务36

二、在线支付37

## 第三章2014-2016年中国b2c在线购物产业市场研究39

### 第一节2014-2016年中国b2c在线购物发展概述39

一、发展历程39

二、发展特点分析40

三、发展趋势分析40

### 第二节2014-2016年中国b2c在线购物市场分析41

一、市场规模41

二、市场特点与分类41

### 第三节消费者行为研究43

## 第四章2014-2016年中国网络购物市场运行动态透析46

### 第一节2014-2016年中国网络购物发展总况46

#### 一、网络购物在发展回顾46

#### 二、中国网络购物市场规模迅速增长46

从数据来看，互联网交易规模逐年递增，且增速保持在40%以上，但是连锁百货企业线上交易额仍旧较少，同时渗透率也不高，未来多渠道融合有很大的发展空间。

#### 中国网络购物市场交易规模

#### 三、中国网络购物发展挑战传统零售业46

#### 四、中国网络购物推动就业潜力巨大48

### 第二节2014-2016年中国网络购物市场规模分析48

#### 一、网络购物市场规模49

#### 二、网络购物占社会消费品零售总额比重49

#### 三、交易额规模结构50

#### 四、交易额各地区分布状况51

### 第三节2014-2016年中国网络购物的社会效应分析51

#### 一、网购创造的就业岗位规模及分布51

#### 二、淘宝网解决特殊群体就业问题55

#### 三、网络渠道优势被更多企业认可56

#### 四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案57

### 第四节2010-2016年中国网络购物发展动态58

#### 一、国庆黄金周网络购物日均消费3亿元59

#### 二、债危机为网络购物发展带来机遇60

#### 三、国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场60

#### 四、春节个性创意年货走俏网络购物61

### 第四节2014-2016年中国网络购物发展的问题及对策61

#### 一、中国网络购物市场存在的问题61

#### 二、中国网络购物市场尚缺信用保障62

#### 三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策62

#### 四、中国网络购物市场堵漏需要多管齐下63

## 第五章2010-2016年中国b2c电子商务市场运行分析64

## 第一节 2010-2016年国际b2c电子商务市场分析64

- 一、英国b2c电子商务市场分析64
- 二、中国台湾b2c网络购物市场分析64
- 三、2016年美国b2c电子商务市场发展现状65

## 第二节 2014-2016年中国b2c电子商务市场运行阐述65

- 一、中国b2c电子商务迎来快速发展期65
- 二、b2c电子商务中的消费者心理分析66
- 三、b2c电子商务团-购发展分析68
- 四、b2c模式电子商务的顾客满意度解析71

## 第三节 2014-2016年中国电子商务b2c市场分析74

- 一、中国b2c网上零售市场分析74
- 二、中国电子商务b2c市场发展特点75
- 三、2016年日用百货成为我国b2c市场新增长点76
- 四、2016年中国出版物b2c网络零售市场分析78

## 第四节 2014-2016年中国b2c电子商务经营分析79

- 一、b2c电子商务经营状况分析79
- 二、b2c电子商务的主要赢利条件79
- 三、b2c电子商务经营的无形成本分析80
- 四、从两大b2c网站运费竞争看b2c模式的盈利问题84

## 第五节 2014-2016年中国b2c电子商务营销分析85

- 一、b2c电子商务营销具体策略85
- 二、3g时代b2c电子商务网络营销新模式分析85
- 三、b2c电子商务营销主要问题分析89
- 四、b2c电子商务网站的营销策略91

## 第六章 2014-2016年中国综合类b2c网站研究92

### 第一节 当当网92

- 一、概述92
- 二、运营状况93
- 三、发展战略93

### 第二节 卓越网96

- 一、概述96

二、运营状况96

三、发展战略98

## 第七章2014-2016年中国it类b2c网站研究99

### 第一节enet硅谷动力商城99

一、概述99

二、运营状况100

三、发展战略100

### 第二节搜易得101

一、概述101

二、运营状况101

三、发展战略102

### 第三节其它102

## 第八章2014-2016年中国餐饮食品类b2c网站研究104

### 第一节搜饭网104

一、概述104

二、运营状况104

三、发展战略104

### 第二节饭统网105

一、概述105

二、运营状况107

三、发展战略108

### 第三节其他餐饮食品类b2c网站简析109

## 第九章2014-2016年中国其它类b2c网站深度研究112

### 第一节广场美容化妆品类b2c网站研究——no5时尚112

一、概述112

二、运营状况112

三、发展战略113

### 第二节图书音像类b2c网站研究——易文网简介113

一、概述113

二、运营状况114

三、发展战略115

第三节鲜花礼品类b2c网站研究——莎啦啦116

一、概述116

二、运营状况117

三、发展战略118

第四节服装纺织服饰类b2c网站研究——时尚起义118

一、概述118

二、运营状况119

三、发展战略120

第五节保健成人b2c网站研究——桔色120

一、概述120

二、运营状况120

三、发展战略121

第六节办公文具类b2c网站研究——世纪文具网121

一、概述121

二、运营状况121

三、发展战略121

第十章2018-2024年中国b2c在线购物产业发展趋势分析122

第一节2018-2024年中国网络购物市场发展趋势分析122

一、中国网络购物市场的前景无限美好122

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展122

三、中国网络购物市场规模预测123

四、2021年左右中国网络购物将到达成熟期126

第二节中国b2c电子商务前景趋势分析126

一、中国b2c市场规模预测126

二、我国b2c电子商务未来发展趋势127

三、b2c电子商务将走向细分128

第十一章2018-2024年中国b2c在线购物行业投资机会研究分析129(ZY WZY)

第一节2018-2024年中国b2c在线购物投资机会分析129



一、 b2c在线购物投资潜力分析	129
二、 b2c在线购物投资吸引力分析	129
第二节2018-2024年中国b2c在线购物投资风险分析	130
一、 政策风险	130
二、 市场风险	130
三、 其他风险	131
四、 回避风险对策	131
第三节2018-2024年中国b2c在线购物发展建议	131

部分图表目录：

图表12010-2016年我国在线购物市场规模变化分析	16
图表22010-2016年我国网上购物市场结构分析	16
图表3中国电子商务市场交易额构成	17
图表42010-2016年我国b2c电子商务销售规模分析	17
图表52016年中国b2c电子商务市场额	17
图表6亚马逊历年营业情况	22
图表7国内生产总值累计同比增长率（%）	25
图表8工业增加值月度同比增长率（%）	27
图表92016年人民币存贷款利率表	28
图表102010-2016年财政收入	29
图表11中国电子商务发展大事记	30
图表12中国电子商务领域相关法规	34
图表132010-2016年中国在线支付市场规模	37
图表14用户选择b2c网站时的考虑因素	45
图表15中国上网计算机数和上网用户数历史趋势图	46
图表16用户了解购物网站的主要渠道	48
图表172010-2016年中国网上购物交易额及增长率	49
图表182010-2016年中国网上购物用户数及增长率	49
图表19用户使用购物网站的情况	51
图表202016年淘宝创造的就业岗位收入情况	52
图表212016年淘宝创造的就业岗位地区分布情况	52
图表222016年淘宝创造的就业岗位年龄分布情况	53

图表23卖家开始经营的网店的时间54

图表242016年杭州地区大学生淘宝店铺月销售额分布情况55

图表25中国网络购物占社会消费品零售额比例58

图表26用户网上购物的商品类型58

图表27位列网购前十二位的商品类型59

图表28网上购物者顾客满意度指数量表71

图表292010-2016年中国b2c家电网络购物市场规模75

图表30网购总额的增长远超全国消费品销售总额的增长76

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/C9716133V8.html>