

2017-2022年中国网络购物 行业市场监测与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国网络购物行业市场监测与投资前景研究报告》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/hulianwang/E171616Z5S.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

2012-2018年中国网络购物市场交易规模 智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络购物行业市场监测与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了中国网络购物行业市场发展环境、中国网络购物整体运行态势等，接着分析了中国网络购物行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络购物市场竞争格局。随后，报告对中国网络购物做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国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1.1 电子商务的定义及分类1.1.1 电子商务的定义1.1.2 电子商务的分类1.1.3 B2B、B2C、C2C是网络购物最常见交易方式1.2 网络购物的定义及分类1.2.1 网络购物的基本概念1.2.2 网络购物的分类1.2.3 网络购物市场规模定义1.3 网络购物的优势及缺点1.3.1 网络购物为消费者带来方便和便宜1.3.2 网络购物对商家及整个市场的经济利益1.3.3 网络购物仍然存在诸多顾虑 第二章 2010年中国网络购物的发展环境分析2.1 宏观经济环境2.1.1 中国GDP分析 2.1.2 消费价格指数分析2.1.3 城乡居民收入分析2.1.4 社会消费品零售总额2.1.5 全社会固定资产投资分析2.1.6 进出口总额及增长率分析2.2 行业发展环境2.2.1 中国网络购物迅速向大众普及2.2.2 网络购物跻身十大网络应用之列2.2.3 地方规范开启网络购物有章可循大门2.2.4 缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展2.3 市场宏观状况2.3.1 网络购物渗透率2.3.2 购物金额2.3.3 各购物网站网络购物渗透率2.3.4 购物网站用户市场份额2.3.5 购物网站用户重合度 第三章 2010年世界网络购物市场营运局势分析3.1 2010年全球网络购物市场的发展态势分析3.1.1 世界网络购物市场发展现状3.1.2 世界网络零售巨头发展现状3.1.3 全球网购发展看似环保其实不够“绿”3.1.4 欧盟倡议进一步保护网络购物者权益3.2 美国3.2.1 美国网络购物的发展模式特点3.2.2 美国网络购物市场发展现状3.2.3 美国政策法律日益完善推动网络购物迅速发展3.2.4 美国拟对网络购物征税惹争议3.2.5 美国网络购物发展存在的问题3.2.6 美国网络购物市场应进一步提高用户体验3.3 英国3.3.1 英国网络购物势头发展迅猛3.3.2 英国网络购物市场规模分析3.3.3 2011年英国网络购物用户将达到3170万3.4 法国和德国3.4.1 法国网络购物市场发展现状3.4.2 2010年法国网络购物交易总额将达314亿欧元3.4.3 德国网络购物的发展现状3.4.4 德国近年网络购物人数量大幅攀升3.5 亚洲国家或地区3.5.1 亚洲网络购物异军突起发展迅速3.5.2 日本网络购物市场发展现状3.5.3 韩国网络购物市场发展现状 第四章 2010年中国网络购物市场运营形势分析4.1 2010年中国网络购物市场的发展综

述4.1.1 网络购物在中国的发展历程4.1.2 中国网络购物市场规模分析4.1.3 中国网络购物发展挑战传统零售业4.1.4 中国网络购物推动就业潜力巨大4.2 2008-2009年中国网络购物发展回顾4.2.1 2008年国庆黄金周网络购物日均消费3亿元4.2.2 2008年金融危机为网络购物发展带来机遇4.2.3 2008年国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场4.2.4 2009年中国网络购物市场分析4.3 2010年中国网络购物发展的问题及对策分析4.3.1 中国网络购物市场存在的问题4.3.2 中国网络购物市场尚缺信用保障4.3.3 中国网络购物发展的主要问题及解决对策4.3.4 中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下 第五章 2010年中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价分析5.1 品牌知名度5.1.1 品牌知名度与品牌城市地区差异5.1.2 各网站品牌转化率5.1.3 各网站品牌综合评价5.2 网民品牌认知渠道5.2.1 不同类型人群的认知渠道差异5.2.2 不同类型人群网络认知渠道5.3 各项功能满意度评价5.3.1 核心功能5.3.2 附加功能 第六章 2010年中国网络购物用户特征及行为分析6.1 网络购物用户特征6.1.1 网龄6.1.2 性别6.1.3 学历6.1.4 年龄6.1.5 学生/非学生用户6.1.6 月收入6.2 网络购物商品类别6.2.1 各类别商品网购用户规模6.2.2 服饰类领衔网络购物热门商品排行榜6.2.3 分城市级别的商品网购用户分布6.2.4 各类商品网购用户群体差异6.3 网络购物商品评论6.3.1 网购用户阅读商品评论情况6.3.2 商品评论分布渠道6.3.3 意见领袖分布群体6.4 网络购物用户访问行为数据6.4.1 购物网站月度覆盖人数6.4.2 购物网站月度访问次数6.4.3 购物网站月度浏览页面6.4.4 购物网站月度浏览时间6.5 网络购物用户其他行为分析6.5.1 购物频率6.5.2 网络购物用户商品浏览习惯6.5.3 网络购物支付方式6.5.4 不愉快的购物经历6.6 淘宝网用户行为主要数据6.6.1 淘宝网用户属性6.6.2 淘宝网用户日访问路径6.6.3 网民购买量最多的十大商品品牌 第七章 2010年中国网络购物产业相关行业运行局势分析--电视购物7.1 2010年中国电视购物行业的发展综述7.1.1 中国电视购物行业发展的历程7.1.2 中国电视购物行业的现状概述7.1.3 国内电视购物发展的市场特点7.1.4 中国电视购物产业已进入新一轮崛起7.2 2010年中国电视购物市场最新动态分析7.2.1 电视购物看准暑期市场7.2.2 电视购物市场全面复苏7.2.3 电视购物市场两大巨头的竞争态势7.2.4 电视购物市场规模分析7.3 2010年中国电视购物发展的问题及策略分析7.3.1 中国电视购物广告存在九大问题7.3.2 中国电视购物行业面临严重的信任危机7.3.3 中国电视购物行业的主要问题及对策7.3.4 中国电视购物行业面临的考验及对策7.3.5 中国电视购物行业应向高端发展 第八章 2010年中国网络购物产业相关行业运行局势分析--购物中心8.1 2010年中国购物中心发展综述8.1.1 中国购物中心发展的历史阶段剖析8.1.2 中国购物中心发展基本概况8.1.3 中国购物中心亮点分析 8.1.4 外资抢滩中国购物中心市场8.2 2010年中国购物中心开发的影响因素探析8.2.1 购物中心与经济发展紧密联系8.2.2 消费和生活方式对购物中心的影响8.2.3 购物中心开发量与城市化水平的相关性8.2.4 中国购物中心区域分布特征8.3 2010

年中国区域型购物中心运行透析8.3.1 中国不同类型购物中心的基本概况8.3.2 区域型购物中心的定位与特点8.3.3 中国区域型购物中心发展潜力广阔8.3.4 中国区域型购物中心开发的问题及对策8.4 2010年购物中心消费者心理及行为透析8.4.1 消费心理的深入分析8.4.2 消费者购买行为分析8.4.3 产品制造环节的细节设计8.4.4 产品销售环节的细节设计8.5

2010年中国购物中心产业热点问题探讨8.5.1 我国大型购物中心发展的阻碍8.5.2 大型购物中心在我国遭遇诸多困扰8.5.3 我国购物中心开发存在的误区透析8.5.4 中国购物中心职业经理人才供应紧缺8.6 2010年中国购物中心发展的对策分析8.6.1 促进我国购物中心快速发展的建议8.6.2 大型购物中心建设的要点探讨8.6.3 我国购物中心开发的三大要素8.6.4 大型购物中心可持续发展的对策 第九章 2011-2015年中国网络购物市场的前景趋势分析 (ZYYF)

9.1 2011-2015年中国网络购物的前景展望9.1.1 中国网络购物市场的前景无限美好9.1.2 中国未来网络购物市场仍保持高速发展9.1.3 2011-2015年中国网络购物行业预测分析9.1.4

2016年左右中国网络购物将到达成熟期9.2 2011-2015年中国网络购物市场的趋势分析9.2.1

中国网络购物的发展趋势9.2.2 中国网络购物模式发展的融合趋势9.2.3 中国网络购物行为未来发展七大趋势 图表目录：图表：中国电子商务的三大典型模式图表：Internet、Web和购物界面技术化图表：中国网络购物产业链图表：网络购物市场规模不同指标定义说明图表：2004-2008年我国国内生产总值及其增长速度图表：2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度图表：2008年我国居民消费价格比上年涨跌幅度图表：2004-2008年年末我国国家外汇储备图表：2004-2008年我国税收收入及其增长速度图表：2004-2008年我国粮食产量及其增长速度图表：2004-2008年我国工业增加值及其增长速度图表：2008年我国主要工业产品产量及其增长速度图表：2008年1-11月我国规模以上工业企业实现利润及其增长速度图表：2004-2008年我国建筑业增加值及其增长速度图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度图表：2008年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度图表：2008年我国固定资产投资新增主要生产能力图表：2008年我国房地产开发和销售主要指标完成情况图表：2004-2008年我国社会消费品零售总额及其增长速度图表：2008年我国货物进出口总额及其增长速度图表：2008年我国主要商品出口数量、金额及其增长速度图表：2008年我国主要商品进口数量、金额及其增长速度图表：2008年我国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度图表：2004-2008年我国货物进出口总额及其增长速度图表：2008年我国分行业外商直接投资及其增长速度图表：2008年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度图表：2008年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度图表：2008年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度图表：2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度图表：六大数字透视2009年中国经济走势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E171616Z5S.html>