

2017-2022年中国网络零售 市场全景调查与发展趋势研究报告

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年中国网络零售市场全景调查与发展趋势研究报告》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/F298471FNV.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

2015年互联网巨头纷纷落地，阿里投资苏宁、京东入股永辉，众多互联网品牌线下开店;年初李克强总理提出互联网+之后，O2O概念更是卷土重来;传统行业触网已经不是趋势而是事实;农村电商、跨境电商风生水起。

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2015年中国网络零售市场交易规模达38285亿元，相比2014年的28211亿元，同比增长35.7%，占到社会消费品零售总额的12.7%，较2014年的10.6%，增幅提高了2.1%。预计2016年全年中国网络零售市场交易规模有望达53261亿元。

2015年网络零售市场出现拐点，B2C市场交易规模占51.6%，C2C市场交易规模占48.4%。网络零售市场出现“拐点”，B2C份额首次超过C2C份额，成为市场主体;一系列监管、扶持政策的出台也倾向扶持B2C的发展，“人人开网店”的盛况不复存在;假冒侵权、差售后服务等C2C市场弊端显然与用户对品质日趋增高的要求背道而驰。

2011-2016年中国网络零售市场交易规模

2011-2018年中国移动购物市场交易规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络零售市场全景调查与发展趋势研究报告》共六章。首先介绍了网络零售行业市场发展环境、网络零售整体运行态势等，接着分析了网络零售行业市场运行的现状，然后介绍了网络零售市场竞争格局。随后，报告对网络零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络零售行业发展趋势与投资预测。您若想对网络零售产业有个系统的了解或者想投资网络零售行业，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家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1章网络零售定义、分类及研究范畴

第2章中国网络零售产业现状分析

2.1 中国网络零售市场宏观环境分析

(注：GDP增长率为按平价购买力折算后值)

2.2.2.1 价值链

2.2.2.2采购环节分析

2.2.2.3配送环节分析

2.2网络零售厂商自建物流体系

2.2.2.4支付环节分析

2.2.2.5网上购物中介分析

2.3.3.1综合网络零售商业模式与发展分析

2.3.3.2垂直网络零售商业模式与发展分析

第3章中国网络零售市场趋势预测

第4章中国网络零售市场竞争分析

4.1.2.1实力矩阵定义

4.1.2.2中国出版物网络零售市场实力矩阵及分析

4.1.2.3中国家居百货网络零售市场实力矩阵及分析

4.1.2.4中国3C产品网络零售市场实力矩阵及分析

4.1.2.5中国家电网络零售市场实力矩阵及分析

4.1.2.5中国服装产品网络零售市场实力矩阵及分析

4.2.1.1厂商概况

4.2.1.2主营业务

4.2.1.3商业模式分析

4.2.1.4厂商SWOT分析

4.2.1.5主要发展事件

4.2.2.1厂商概况

4.2.2.2主营业务

4.2.2.3商业模式分析

4.2.2.4厂商SWOT分析

4.2.2.5主要发展事件

4.2.3.1厂商概况

4.2.3.2主营业务

4.2.3.3商业模式分析

4.2.3.4厂商SWOT分析

4.2.3.5主要发展事件

- 4.2.4.1厂商概况
- 4.2.4.2商业模式分析
- 4.2.4.3厂商SWOT分析
- 4.2.5.1厂商概况
- 4.2.5.2主营业务
- 4.2.5.3商业模式分析
- 4.2.5.4厂商SWOT分析
- 4.2.6.1厂商概况
- 4.2.6.2主营业务
- 4.2.6.3商业模式分析
- 5.2.6.4厂商SWOT分析
- 4.2.6.5 主要发展事件

第5章中国网络零售平台市场研究（ZY GXH）

- 5.3.1.1 厂商概况
- 5.3.1.2 用户分析
- 5.3.1.3 厂商SWOT分析
- 5.3.1.4 易观发现与建议

第6章中国网络零售市场专家阿建议（ZY GXH）

图表目录：

- 图2-1中国宏观环境PEST分析
- 图2-2中国GDP增长状况
- 图2-3 中国网络零售市场炒作周期
- 图2-4 中国网络零售价值链
- 图2-5第三方支付平台运作流程
- 图2-6 2010年-2015年中国网络零售市场规模
- 图3-1 2011年-2015年中国网络零售市场规模预测
- 图3-2 2011年-2015年中国网络零售市场用户规模预测
- 图4-1 2015年中国网络零售厂商市场份额
- 图4-2中国出版物网络零售厂商市场实力矩阵

图4-3中国家居百货网络零售市场实力矩阵

图4-4中国3C类网络零售市场实力矩阵

图4-5中国家电网络零售市场实力矩阵

图4-6中国服装网络零售厂商市场实力矩阵

图4-7 京东商城注册账户规模

图4-8 2010-2015年京东商城销售规模

图4-9 京东商城SWOT分析

图4-10 2010-2015年卓越亚马逊季度销售规模

图4-11 卓越亚马逊SWOT分析

图4-12 2010-2015年当当网季度销售规模

图4-13 当当网SWOT分析

图4-14 中国新蛋网注册账户规模

图4-15 2010-2015年中国新蛋网销售规模

图4-16 中国新蛋网SWOT分析

图4-17 2010-2015年麦网季度销售规模

图4-18 麦考林SWOT分析

图4-19 2010-2015年VANCL季度销售规模

图4-20 VANCL SWOT分析

图5-1 淘宝商城SWOT分析

表2-1第三方支付平台的运作流程

表4-1实力矩阵各象限厂商特征

表4-2 京东商城主要发展事件

表4-3卓越亚马逊网主要发展事件

表4-4当当网主要发展事件

表6-1 中国网络零售市场KSF

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/F298471FNV.html>