

# 2017-2022年中国网络购物 市场运行态势及投资策略建议报告

## 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年中国网络购物市场运行态势及投资策略建议报告》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/K77161DZIV.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

随着经济的发展，网络购物逐渐重放异彩。2005年，当当网实现全年销售4.4亿，这一数字大大超过两三年前绝大部分投资机构的预期。这一数字，证明了亚马逊（著名电子商务网站）模式在中国的成功，也证明了经济学家的过分悲观主义和市场力量的伟大。

移动化购物成趋势、领先者主导市场发展以及O2O的移动购物模式是当前移动购物应用市场的发展现状。

在移动购物应用的使用情景分布中，下班后回家使用占比最大，达到45.5%，未来碎片化的时间进行移动购物将成为一种趋势。

### 2015-2016年中国移动购物应用使用情景分布

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络购物市场运行态势及投资策略建议报告》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

#### 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 网购常见交易方式

#### 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 网络购物带来便利
- 1.3.2 网络购物带来经济利益
- 1.3.3 网络购物存在诸多顾虑

## 第二章 2015-2016年中国网络购物的发展环境分析

### 2.1 经济环境

- 2.1.1 国内生产总值
- 2.1.2 经济结构转型
- 2.1.3 消费品零售总额
- 2.1.4 居民消费价格
- 2.1.5 宏观经济趋势

### 2.2 政策环境

- 2.2.1 电子商务促进政策
- 2.2.2 “新消法”网购规定解读
- 2.2.3 跨境电商政策扶持密集
- 2.2.4 网络团购政策环境分析
- 2.2.5 网络购物支付政策分析

### 2.3 产业环境

- 2.3.1 技术层环境
- 2.3.2 商务层环境
- 2.3.3 社会层环境

## 第三章 2015-2016年全球网络购物市场发展分析

### 3.1 2015-2016年全球网络购物市场的发展

- 3.1.1 全球网络购物市场规模
- 3.1.2 全球网购市场消费格局
- 3.1.3 全球B2C市场规模分析

### 3.2 美国

- 3.2.1 美国网购市场结构分析
- 3.2.2 美国移动电商发展规模
- 3.2.3 美国网购退换货服务
- 3.2.4 美国服装网购市场前景

### 3.3 英国

#### 3.3.1 英国网购媒介分析

#### 3.3.2 英国网购服务质量

#### 3.3.3 英国网购安全措施

#### 3.3.4 英国网购市场机遇

### 3.4 德国

#### 3.4.1 德国网购发展环境

#### 3.4.2 德国网购市场规模

#### 3.4.3 德国网购安全保障

### 3.5 法国

#### 3.5.1 法国网购市场运行状况

#### 3.5.2 法国电商网站竞争格局

#### 3.5.3 法国网络购物市场问题

### 3.6 其他国家或地区

#### 3.6.1 拉美地区网购规模

#### 3.6.2 日本网购市场规模

#### 3.6.3 俄罗斯网购规模

## 第四章 2015-2016年中国网络购物市场发展分析

### 4.1 中国网络购物市场SWOT分析

#### 4.1.1 优势 (Strength)

#### 4.1.2 劣势 (Weakness)

#### 4.1.3 机会 (Opportunity)

#### 4.1.4 威胁 (Threats)

### 4.2 2015-2016年中国网络购物市场发展规模

#### 4.2.1 网络购物用户规模

#### 4.2.2 网络购物交易规模

#### 2011-2018年中国网络购物市场交易规模

#### 2010-2018年中国网络购物年度规模统计及预测

#### 4.2.3 网购市场品牌渗透率

#### 4.2.4 网购市场行业热点

### 4.3 2015-2016年B2C网络购物市场发展态势

#### 4.3.1 B2C网购交易规模

#### 4.3.2 B2C网购市场份额

2015年中国B2C购物网站交易规模市场份额（口径1）

2015年中国B2C购物网站交易规模市场份额（口径2）

#### 4.3.3 B2C网购竞争格局

### 4.4 2015-2016年C2C网络购物市场发展分析

#### 4.4.1 C2C网购交易规模

#### 4.4.2 C2C海淘模式分析

#### 4.4.3 C2C电商税收问题

### 4.5 2015-2016年海外网络购物市场发展状况

#### 4.5.1 海外网购用户规模

#### 4.5.2 海外网购品类分布

#### 4.5.3 海外网购消费行为

#### 4.5.4 海外网购存在问题

### 4.6 2015-2016年社交化网络购物市场发展分析

#### 4.6.1 社交化网购市场潜力

#### 4.6.2 社交化网购意愿分析

#### 4.6.3 社交化网购消费行为

## 第五章 2015-2016年移动网络购物市场发展分析

### 5.1 移动网络购物发展概况

#### 5.1.1 移动网购生命周期

#### 5.1.2 移动网购发展优势

#### 5.1.3 移动网购发展问题

### 5.2 2015-2016年移动网络购物市场发展态势

#### 5.2.1 移动网购规模分析

#### 5.2.2 移动网购竞争格局

#### 5.2.3 移动网购需求分析

### 5.3 2015-2016年移动网络购物APP使用分析

#### 5.3.1 移动网购APP覆盖率

- 5.3.2 移动网购APP活跃用户数
- 5.3.3 移动网购APP首选率
- 5.4 2015-2016年移动网络购物用户结构分析
  - 5.4.1 性别结构
  - 5.4.2 年龄结构
  - 5.4.3 地域结构
  - 5.4.4 学历结构
  - 5.4.5 职业结构
  - 5.4.6 收入结构

## 第六章 2015-2016年网购市场重点品类发展分析

- 6.1 服装网购市场分析
  - 6.1.1 服装网购发展历程
  - 6.1.2 服装电商发展模式
  - 6.1.3 服装网购市场规模
  - 6.1.4 “互联网+服装”发展潜力
- 6.2 家电网购市场分析
  - 6.2.1 家电网购市场规模
  - 6.2.2 家电网购竞争格局
  - 6.2.3 家电网购营销手段
  - 6.2.4 家电网购发展走势
- 6.3 美妆网购市场分析
  - 6.3.1 美妆网购市场规模
  - 6.3.2 移动美妆运营模式
  - 6.3.3 移动美妆未来趋势
- 6.4 母婴网购市场分析
  - 6.4.1 母婴电商生态圈
  - 6.4.2 母婴网购市场规模
  - 6.4.3 母婴电商发展趋势
- 6.5 图书网购市场分析
  - 6.5.1 图书网购消费两极分化
  - 6.5.2 天猫发力图书网购市场

### 6.5.3 图书网络购物发展前景

## 6.6 食品网购市场分析

### 6.6.1 食品网购交易规模

### 6.6.2 食品网购用户分析

### 6.6.3 食品网购竞争格局

### 6.6.4 生鲜电商发展态势

## 第七章 2015-2016年中国团购市场发展分析

### 7.1 2015-2016年中国团购市场发展规模

#### 7.1.1 行业生命周期

#### 7.1.2 团购用户规模

#### 7.1.3 团购成交规模

#### 7.1.4 团购竞争格局

#### 7.1.5 区域市场格局

### 7.2 2015-2016年中国团购网站运行分析

#### 7.2.1 团购网站竞争力比较

#### 7.2.2 团购网站网络口碑

#### 7.2.3 团购网站品牌渗透率

### 7.3 中国团购售后服务用户满意度分析

#### 7.3.1 团购用户整体满意度

#### 7.3.2 团购单品满意度分析

#### 7.3.3 用户满意度影响因素

### 7.4 中国团购市场前景预测

#### 7.4.1 团购市场规模预测

#### 7.4.2 团购市场趋势分析

#### 7.4.3 团购市场影响因素预测

## 第八章 2015-2016年中国网络购物用户分析

### 8.1 网络购物用户结构特征

#### 8.1.1 性别结构

#### 8.1.2 年龄结构

#### 8.1.3 学历结构



- 8.1.4 职业结构
- 8.1.5 收入结构
- 8.2 网络购物用户行为特征
  - 8.2.1 网购场景
  - 8.2.2 网购决策
  - 8.2.3 网购行为
  - 8.2.4 网购花费
- 8.3 网购用户购物偏好分析
  - 8.3.1 优惠方式偏好
  - 8.3.2 品类偏好分布
  - 8.3.3 网购手机偏好
- 8.4 网购用户满意度分析
  - 8.4.1 网购满意度影响因素
  - 8.4.2 网购零售满意度分析
  - 8.4.3 退换货服务满意度
  - 8.4.4 网购商品评论分析
- 8.5 网络购物用户培育分析
  - 8.5.1 抓取新用户
  - 8.5.2 提高重复购买率
  - 8.5.3 减少用户流失

## 第九章 2015-2016年综合类网络购物平台发展分析

- 9.1 淘宝
  - 9.1.1 淘宝商业模式分析
  - 9.1.2 无线淘宝发展现状
  - 9.1.3 无线淘宝盈利模式
  - 9.1.4 淘宝村的发展规模
  - 9.1.5 淘宝发展新动向
- 9.2 天猫
  - 9.2.1 天猫商业模式分析
  - 9.2.2 天猫准入政策调整
  - 9.2.3 天猫布局商超领域

- 9.2.4 天猫国际发展问题
- 9.2.5 供销平台发展预测
- 9.3 京东
  - 9.3.1 京东商业模式分析
  - 9.3.2 京东业务发展态势
  - 9.3.3 京东金融布局征信
  - 9.3.4 京东发展农村电商
  - 9.3.5 京东未来发展规划
- 9.4 苏宁易购
  - 9.4.1 苏宁商业模式创新
  - 9.4.2 苏宁易购入驻天猫
  - 9.4.3 苏宁易购万达合作
  - 9.4.4 苏宁易购818战绩
- 9.5 亚马逊中国
  - 9.5.1 亚马逊商业模式变革
  - 9.5.2 开通直邮中国服务
  - 9.5.3 第三方平台的发展
  - 9.5.4 助力美国中小企业
  - 9.5.5 亚马逊跨境战略2.0
- 9.6 其他网站
  - 9.6.1 国美在线发展战略分析
  - 9.6.2 沃尔玛全资控股1号店
  - 9.6.3 当当合作步步高布局线下

## 第十章 2015-2016年垂直类网络购物平台发展分析

- 10.1 唯品会
  - 10.1.1 唯品会商业模式
  - 10.1.2 唯品会发展规模
  - 10.1.3 唯品会竞争格局
  - 10.1.4 唯品会发力女性经济
  - 10.1.5 唯品会存在的问题
- 10.2 聚美优品

- 10.2.1 聚美优品商业模式分析
- 10.2.2 聚美优品竞争环境分析
- 10.2.3 聚美优品发力跨境电商
- 10.2.4 聚美优品转型升级战略
- 10.3 我买网
  - 10.3.1 我买网的商业模式
  - 10.3.2 我买网竞争力分析
  - 10.3.3 我买网的生鲜战略
- 10.4 酒仙网
  - 10.4.1 酒仙网的商业模式
  - 10.4.2 酒仙网发力啤酒电商
  - 10.4.3 酒仙网的上市计划

## 第十一章 网络购物市场前景趋势分析（ZY GXH）

- 11.1 网络购物市场前景展望
  - 11.1.1 全球网购市场前景分析
  - 11.1.2 中国网购市场前景广阔
  - 11.1.3 跨境电商市场发展潜力
  - 11.1.4 跨境B2C电商规模预测
  - 11.1.5 2017-2022年中国网络购物市场预测分析
- 11.2 中国网络购物市场发展趋势
  - 11.2.1 中国网购市场未来方向
  - 11.2.2 移动网络购物发展走向
  - 11.2.3 用户做主的网购新趋势
  - 11.2.4 移动网络购物新趋势（ZY GXH）

## 附录

附录一：网络购物服务规范

附录二：网络交易管理办法

附录三：网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）

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 2011-2016年国内生产总值及其增速

图表 2011-2016年社会消费品零售总额

图表 2015-2016年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2015-2016年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表 2015-2016年鲜菜、鲜果价格变动情况

图表 2016年电子商务领域相关政策

图表 中国电子商务生态系统示意图

图表 2015-2019年美国网络零售规模预测

图表 Top3品类的网上销售集中度

图表 2015年在线品类份额

图表 2013-2018年美国服装及配件电商零售额

图表 美国服装零售商在店销售和电商销售收入

图表 法国电商销售额

图表 法国电商数量

图表 法国电商网站平均月访问人数排名

图表 拉美地区电子商务营业额分布情况

图表 拉美地区消费者在线购物平均支出

图表 2015-2016年网购/手机网购用户规模及使用率

图表 2011-2018年中国网络购物市场交易规模

图表 2011-2018年中国网络购物市场PC端及移动端交易规模

图表 2015年网络购物市场品牌渗透率

图表 2015-2016年中国B2C交易规模走势

图表 中国B2C在网购交易规模占比走势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/K77161DZIV.html>