

# 2018-2024年中国网络零售市场专项调研及投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国网络零售市场专项调研及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201801/600787.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2015年中国网络零售市场中B2C的份额达52.5%，首次超过C2C的份额。网络零售B2C的崛起，侧面验证了中国社会的消费升级。相比于类似跳蚤市场的C2C模式，B2C模式为消费者提供了更佳的购物体验和服务保障。另一方面，随着中国“互联网+”概念的提出，更多品牌商、制造商也不甘居于幕后，开始走向台前。以品牌商、制造商为主的B2C模式，逐渐取代过去以中小型、个体营业者为主的网络零售市场，提升消费者用户体验的同时，也为企业本身的品牌化、互联网化创造了契机。从B2C行业市场份额来看，2016年天猫的市场份额位居第一，占比57.5%，京东占比26.2%，两家合计占比超80%，行业呈现寡头竞争格局，阿里和京东独占鳌头。从数据来看，2015年阿里巴巴GMV达9643亿元，2011-2015年间复合增速45.87%，其中淘宝GMV为5630亿元，天猫GMV为4010亿元；京东GMV达6582亿元，2011-2016年间复合增速达82.49%，其中自营GMV达2556亿元，平台GMV达1909亿元。

2009-2016年中国网络零售市场组成

数据来源：公开资料整理

2016年中国网上零售B2C市场份额

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国网络零售市场专项调研及投资前景分析报告》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

2009-2016年中国网购网民数量与渗透率

数据来源：公开资料整理

网购交易市场规模

数据来源：公开资料整理

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 LII)

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 中国网络零售市场建议 (ZY LII)

部分图表目录：

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-2017年中国网络零售市场规模

图3-1 2011年-2017年中国网络零售市场规模预测

图3-2 2011年-2017年中国网络零售市场用户规模预测

图4-1 2017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 2010-2017年京东商城销售规模

图4-9 京东商城SWOT分析

图4-10 2010-2017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 2010-2017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 2010-2017年中国新蛋网销售规模

图4-16 中国新蛋网SWOT分析

图4-17 2010-2017年麦网季度销售规模

图4-18 麦考林SWOT分析

图4-19 2010-2017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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/600787.html>