

2017-2022年中国在线购物产业现状深度调研及市场发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国在线购物产业现状深度调研及市场发展前景预测报告》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/201612/480830.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

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

智研咨询发布的《2017-2022年中国在线购物产业现状深度调研及市场发展前景预测报告》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2017-2022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电子商务网站营销新模式分析	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
- 第五节保健成人类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2017-2022年中国b2c在线购物产业发展趋势分析122
- 第一节2017-2022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2017-2022年中国b2c在线购物行业投资机会研究分析129(ZY WZY)

第一节2017-2022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2017-2022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2017-2022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21 2016年淘宝创造的就业岗位地区分布情况52
- 图表22 2016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24 2016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29 2010-2016年中国b2c家电网络购物市场规模75
- 图表30 网购总额的增增长远超过全国消费品销售总额的增增长76
- 图表31 网购人数和上网人数的比较76
- 图表32 人均网购金额和城镇人均可支配金额的比较76
- 图表33 网民半年网上购物金额77
- 图表34 中国电子商务市场交易额构成79
- 图表35 图书音像类网站/频道周均覆盖数统计排名85
- 图表36 当当网发展历程93
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/480830.html>