

# 2019-2025年中国网购行业市场运营态势及未来前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国网购行业市场运营态势及未来前景预测报告》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/201904/733787.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

据显示，网购主力消费群体为女性群体、高学历群体和30-49岁年龄段群体。

从性别情况看，网购用户中女性所占比重较大，为66.1%，比男性高32.2个百分点。从不同性别群体网购金额占比情况看，女性网购金额占比为68.3%，比男性高36.6个百分点。女性相较于男性更爱网购。

从学历分布情况看，高学历群体更青睐网购。初中及以下、高中、大专、大学本科和硕士及以上学历的网购用户比例分别为7.1%、17.6%、22.1%、41.7%和11.6%。从不同学历用户网购金额看，初中及以下、高中、大专、大学本科和硕士及以上学历的用户网购金额占比分别为3.8%、8.6%、18.8%、51.0%和17.8%。高学历群体对网购的接受程度更高，能够娴熟操作各种系统，更喜欢网购。

网购人群学历分布

网购人群年龄分布

智研咨询发布的《2019-2025年中国网购行业市场运营态势及未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国网购行业市场发展环境、网购整体运行态势等，接着分析了中国网购行业市场运行的现状，然后介绍了网购市场竞争格局。随后，报告对网购做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网购行业发展趋势与投资预测。您若想对网购产业有个系统的了解或者想投资中国网购行业，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 网购相关概述

1.1 电子商务相关概述

1.1.1 电子商务定义

1.1.2 电子商务的典型模式

1.2 网购相关介绍

1.2.1 网购定义

1.2.2 网购分类

1.2.3 网购产业链

1.2.4 网购商业模式

第二章 2014-2018年中国网购发展环境分析

## 2.1 经济环境分析

### 2.1.1 2014-2018年中国GDP增长分析

### 2.1.2 2014-2018年中国居民收入增长情况

### 2.1.3 2018年中国社会消费品零售总额分析

### 2.1.4 2018年中国宏观经济运行分析

## 2.2 社会环境分析

### 2.2.1 2018年中国人口规模及结构分析

### 2.2.2 中国居民家庭消费水平分析

### 2.2.3 中国互联网普及率及信息化程度分析

### 2.2.4 4G带动移动支付业务迅速发展

## 2.3 政策环境分析

### 2.3.1 2014-2018年中国各地网购相关政策汇总

### 2.3.2 2018年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

### 2.3.3 2018年《非金融机构支付服务管理办法》

### 2.3.4 2018年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

### 2.3.5 2018年中国网络实名制政策分析

### 2.3.6 深圳市成为首个国家电子商务示范城市

### 2.3.7 福建省“十三五”大力发展电子商务

## 2.4 行业环境分析

### 2.4.1 中国电子商务发展历程分析

### 2.4.2 2018年中国电子商务网站数量及服务分析

### 2.4.3 2014-2018年中国电子商务服务企业分布

### 2.4.4 2014-2018年中国电子商务交易规模分析

### 2.4.5 2018年中国网上支付市场规模分析

### 2.4.6 2014-2018年中国网上支付用户规模分析

## 第三章 2014-2018年全球网购市场发展现状分析

### 3.1 2014-2018年全球网购市场发展现状分析

#### 3.1.1 2018年全球网购区域市场格局分析

#### 3.1.2 全球网购与互联网发展的一致性分析

#### 3.1.3 2018年奢侈品企业重点发展网购市场

### 3.2 2014-2018年美国网购市场发展现状分析

#### 3.2.1 美国网购的多样性分析

#### 3.2.2 美国主流团购网站运营模式分析

### 3.3 2014-2018年德国网购市场发展动态分析

#### 3.3.1 德国网上购物市场法律规范分析

### 3.3.2 2018年德国网购用户规模分析

### 3.4 2014-2018年其他国家网购市场发展现状分析

#### 3.4.1 2018年英国网购用户规模分析

#### 3.4.2 2018年法国网络消费将持续扩张

## 第四章 2014-2018年中国网购市场发展现状分析

### 4.1 中国零售类网货的发展现状分析

#### 4.1.1 零售类网货相关概述

#### 4.1.2 中国零售类网货的发展历程

#### 4.1.3 2018年中国网货消费结构分析

#### 4.1.4 中国零售类网货成本与价格分析

#### 4.1.5 中国网货来源和发展因素分析

### 4.2 2014-2018年中国网购规模分析

#### 4.2.1 2018年中国网购用户规模分析

截至2018年12月，我国网络购物用户规模达6.10亿，较2017年底增长14.4%，占网民整体比例达73.6%。手机网络购物用户规模达5.92亿，较2017年底增长17.1%，使用比例达72.5%。

#### 2017-2018年中国网络购物用户规模及使用率

#### 2017-2018年中国手机网络购物用户规模及使用率

### 4.2.2 2014-2018年中国网购市场交易规模分析

### 4.2.3 2014-2018年中国网购网站数量分析

### 4.3 2014-2018年中国C2C网购发展态势分析

#### 4.3.1 中国代表性C2C运营商分析

#### 4.3.2 2018年中国C2C运营商市场份额分析

#### 4.3.3 2018年中国个人网站数量规模分析

### 4.4 2014-2018年中国网购的社会经济影响分析

#### 4.4.1 网购促进传统零售业转型升级

#### 4.4.2 网购对实体书店行业的影响分析

#### 4.4.3 中国网购成为快递业增长动力

#### 4.4.4 中国网购促进就业作用大

#### 4.4.5 网购对社会经济的促进作用分析

### 4.5 中国网购发展的问题及对策

#### 4.5.1 中国网购市场存在的问题及原因分析

#### 4.5.2 中国网购立法逐步完善

#### 4.5.3中国网购中消费者权益保护的对策分析

### 第五章2014-2018年中国网购新兴市场发展现状分析

#### 5.1 2018年中国网络团购市场发展分析

##### 5.1.1 2018年中国团购网站迅速增长

##### 5.1.2 2018年中国团购网站市场份额分析

##### 5.1.3 2018年中国团购网站首次赔付事件分析

##### 5.1.4中国网站团购市场发展态势分析

#### 5.2 2018年中国海外代购市场发展现状分析

##### 5.2.1 2018年中国海外代购市场规模分析

##### 5.2.2 2018年中国海外代购品类分析

##### 5.2.3 2018年海关新政对海外代购的影响分析

#### 5.32014-2018年中国网络视频购物市场发展现状分析

##### 5.3.1视频购物区别于传统电视购物

##### 5.3.2淘宝视频购物的多方共赢局面分析

##### 5.3.3酷6网视频购物频道上线的影响分析

#### 5.4 各网站网购市场份额占比

### 第六章2014-2018年中国网购B2C市场发展现状分析

#### 6.1 2018年中国网购B2C市场规模分析

##### 6.1.1网购B2C市场分类

##### 6.1.2电子商务B2C产业链

##### 6.1.3 2018年B2C市场整体收入规模分析

##### 6.1.4 2018年B2C市场细分产品收入分析

#### 6.2 2018年中国B2C细分产品市场竞争格局分析

##### 6.2.13C产品B2C市场竞争格局分析

##### 6.2.2出版物B2C市场竞争格局分析

##### 6.2.3母婴产品B2C市场竞争格局分析

##### 6.2.4珠宝B2C市场竞争格局分析

##### 6.2.5礼品B2C市场竞争格局分析

#### 6.32014-2018年中国B2C运营商竞争格局分析

##### 6.3.1中国代表性B2C运营商服务对比分析

##### 6.3.22015年中国B2C运营商市场份额分析

##### 6.3.3 2018年中国B2C运营商市场份额分析

##### 6.3.4B2C网站物流竞争现状分析

##### 6.3.5中国邮政与TOM集团的合作分析

#### 6.42014-2018年中国B2C行业投资现状分析

6.4.1 B2C行业投资规模分析

6.4.2 B2C行业投资轮次分析

6.4.3 B2C行业投资阶段分析

6.4.4 B2C行业投资区域分析

6.4.5 B2C行业并购事件分析

第七章 2014-2018年中国服装网购市场发展现状分析

7.1 中国服装网购相关概述

7.1.1 服装网购的定义

7.1.2 服装网购网站的分类

7.1.3 服装网购的优势分析

7.1.4 服装电子商务发展阶段

7.2 2018年中国服装网购行业发展现状分析

7.2.1 2018年中国服装网购市场规模分析

7.2.2 2018年服装B2C市场竞争格局分析

7.2.3 2018年中国男装网购市场竞争升温

7.2.4 2018年主要服装网购品牌发展现状分析

7.3 2014-2018年中国男装网购主流模式对比分析

7.3.1 PPG与VANCL的比较分析

7.3.2 报喜鸟EBONO竞争优势分析

7.3.3 2018年鲁泰在线向内销转型

7.3.4 优衣库和杰克琼斯淘宝业绩分析

7.4 服装企业网络销售模式及建议分析

7.4.1 服装企业网络销售模式分析

7.4.2 服装企业网络销售建议分析

7.4.3 服装行业细分品类营销策略分析

第八章 2014-2018年中国第三方支付所属行业市场发展现状分析

8.1 中国第三方支付市场发展概况

8.1.1 中国第三方支付市场发展模式分析

8.1.2 2018年中国第三方支付市场交易规模分析

8.2 2014-2018年中国第三方支付市场竞争格局分析

8.2.1 第三方支付企业的盈利构成分析

8.2.2 第三方支付网站对用户的争夺现状分析

8.2.3 第三方支付市场整体竞争格局分析

8.2.4 2018年中国第三方在线支付市场份额分析

8.3 中国第三方支付市场存在的问题和发展对策分析

- 8.3.1中国第三方支付市场存在的问题分析
- 8.3.2中国第三方支付市场发展策略分析
- 8.3.3欧美国家第三方支付政府监管对中国的启示分析
- 8.3.4第三方支付企业竞争力提升策略分析
- 第九章2014-2018年中国网购市场调研分析
- 9.1 2018年中国网购渗透率调研分析
  - 9.1.1中国与发达国家网购渗透率的对比
  - 9.1.2中国网购渗透率的地区对比
- 9.2 2018年中国B2C购物网站用户调研分析
  - 9.2.1B2C购物网站用户渗透率
  - 9.2.2B2C购物网站品牌认知度与转化率
  - 9.2.3B2C购物网站主要用户差异分析
- 9.3 2018年中国C2C购物网站用户调研分析
  - 9.3.1C2C购物网站用户渗透率
  - 9.3.2C2C购物网站品牌认知度与转化率
  - 9.3.3C2C购物网站主要用户差异分析
- 9.4 2018年中国购物网站用户流动调研分析
  - 9.4.1主要购物网站首选用户比例
  - 9.4.2主要购物网站用户单一度
  - 9.4.3购物网站用户渗透率变化
  - 9.4.4购物网站用户忠诚度
  - 9.4.5购物网站新增用户
- 9.5 2018年中国网民网购行为调研分析
  - 9.5.1购物网站品牌认知渠道
  - 9.5.2商品查找方式及用户评论
  - 9.5.3网购金额和次数
  - 9.5.4网购商品类别
  - 9.5.5网购支付方式
- 9.6 2018年中国用户网购行为差异调研分析
  - 9.6.1不同性别用户网购行为差异
  - 9.6.2不同年龄用户网购行为差异
  - 9.6.3不同收入用户网购行为差异
  - 9.6.4不同职业用户网购行为差异
- 9.72014-2018年度中国网购重点城市分析
  - 9.7.1中国网购城市消费力概况



### 9.7.2网购消费力前十城市

### 9.7.3网购消费力增速最快城市和省份

### 9.7.4网店卖家十大城市

### 9.7.5网店卖家增长最快城市和省份

## 第十章中国购物网站运行状况分析

### 10.1京东

#### 10.1.1京东简介

#### 10.1.2 2018年京东收入规模分析

#### 10.1.3 2018年淘宝大物流计划的构建分析

### 10.2天猫

#### 10.2.1网站介绍

#### 10.2.2 2018年天猫收入规模分析

#### 10.2.3 2018年天猫物流基地建设进展分析

### 10.3淘宝

#### 10.3.1网站介绍

#### 10.3.2 2018年 淘宝收入规模分析

### 10.4微商

#### 10.4.1网站介绍

#### 10.4.2 2018年微商收入规模分析

### 10.5苏宁易购

#### 10.5.1公司简介

#### 10.5.2苏宁易购模式分析

#### 10.5.3 2018年苏宁易购收入规模分析

### 10.6唯品会

#### 10.6.1公司简介

#### 10.6.2唯品会经营模式分析

#### 10.6.3 2018年唯品会收入规模分析

#### 10.6.4唯品会发展思路与目标

## 第十一章2019-2025年中国网购市场前景与投资分析(ZY GXH)

### 11.12019-2025年中国网购市场前景预测

#### 11.1.1中国网购市场潜力较大

#### 11.1.2中国网购成熟期分析

#### 11.1.32019-2025年中国网购市场规模预测

### 11.22019-2025年中国网购模式的融合趋势分析

#### 11.2.1B2C对C2C的替代趋势分析

## 11.2.2B2C企业多元化扩张趋势分析(ZY GXH)

### 11.2.3B2C市场参与主体的多元化趋势

图表目录：

图表1电子商务的范畴

图表2中国电子商务分类

图表3 网购的多种分类方式

图表4 网购产业链

图表5 网购商业模式分类

图表62013-2018年中国国内生产总值及增长速度

图表72013-2018年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表82013-2018年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表92013-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表10 2018年中国人口数及其构成情况

图表112013-2018年中国城市人口及所占比例增长趋势图

图表122013-2018年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表132013-2018年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表142013-2018年中国网民规模及互联网普及率增长趋势图

图表152013-2018年中国手机网民规模增长统计

图表162013-2018年中国各地网购政策列表

图表17 2018年深圳市出台的网购产业政策列表

图表182011-2018年中国电子商务发展史

图表192011-2018年中国电子商务服务企业增长阶段分布

图表202011-2018年中国B2B电子商务网站数量增长走势图

图表21中国B2B电子商务上市公司综合服务比较

图表222013-2018年中国电子商务服务企业区域分布

图表232015年中国电子商务服务企业行业分布

图表24 2018年中国电子商务服务企业行业分布

图表252013-2018年中国电子商务交易规模增长趋势图

图表262013-2018年中国网上银行交易额增长趋势图

图表272013-2018年中国网上支付市场规模增长趋势图

图表282013-2018年中国网上支付用户规模

图表292013-2018年全球网购市场交易规模地区分布

图表30 2018年全球各地区互联网渗透率对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201904/733787.html>