2013-2017年中国网络购物行业市场调查研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2017年中国网络购物行业市场调查研究报告》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/201307/212744.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

网上购物，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。国内的网上购物，一般付款方式是款到发货（直接银行转帐，在线汇款）。担保交易（淘宝支付宝，百度百付宝，腾讯财付通等的担保交易），货到付款等。

智研咨询发布的《2013-2017年中国网络购物行业市场调查研究报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 网络购物产业相关概述
第一节电子商务的定义及分类
一、电子商务的定义
二、电子商务的分类
三、B2B、B2C、C2C是网络购物最常见交易方式
第二节网络购物的定义及分类
一、网络购物的基本概念
二、网络购物的分类
三、网络购物市场规模定义
第三节网络购物的优势及缺点
一、网络购物为消费者带来方便和便宜
二、网络购物对商家及整个市场的经济利益
三、网络购物仍然存在诸多顾虑
第二章 2011-2012年世界网络购物运行状况分析
第一节2011-2012年世界网络购物市场发展综述
一、世界网络购物市场发展回顾
二、世界网络零售巨头发展现状
三、全球网购发展看似环保其实不够“绿”
第二节2011-2012年世界网络购物产业运行态势分析
一、世界网络购物市场运行特点分析

二、欧盟倡网络购物市场形势分析
三、网络购物市场最新动态分析
第三节2013-2017年世界网络购物产业发展趋势分析
第三章 2011-2012年世界网络购物产业主要地区运行分析
第一节美国
一、美国网络购物的发展模式特点
二、美国政策法律日益完善推动网络购物迅速发展
三、美国网络购物发展存在的问题
四、美国网络购物市场应进一步提高用户体验
第二节英国
一、英国网络购物势头发展迅猛
二、英国网购市场规模分析
三、2011-2012年英国网络购物用户将达到3170万
第三节法国和德国
一、法国网络购物市场发展现状
二、法国网络购物交易情况分析
三、德国网络购物的发展现状
四、德国近年网络购物人数量大幅攀升
第四节亚洲国家或地区
一、亚洲网络购物异军突起发展迅速
二、日本网络购物市场发展现状
三、韩国网络购物市场发展现状
四、新加坡网络购物个人平均消费额居亚洲第一
五、中国港、台地区网络购物市场发展迅速
第四章 2011-2012年中国网络购物产业运行环境分析
第一节2011年中国宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2012年中国宏观经济发展预测分析
第二节2011-2012年中国网络购物产业政策环境分析
一、网络购物服务规范（2008年征求意见稿）
二、相关产业政策影响分析
第三节2011-2012年中国网络购物产业社会环境分析
第五章 2011-2012年中国网络购物产业运行形势分析
第一节2011-2012年中国网络购物行业发展环境

一、网络购物跻身十大网络应用之列
二、地方规范开启网络购物有章可循大门
三、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展
第二节2011-2012年中国网络购物市场宏观状况
一、网络购物渗透率
二、购物金额
三、各购物网站网络购物渗透率
四、购物网站用户市场份额
五、购物网站用户重合度
第三节2011-2012年中国网络购物发展的问题及对策
一、中国网络购物市场存在的问题
二、中国网络购物市场尚缺信用保障
三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策
四、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下
第六章 2011-2012年中国网络购物市场运行动态分析
第一节2011-2012年中国网络购物市场的发展综述
一、网络购物在中国的发展历程
二、中国网络购物市场规模迅速增长
三、中国网络购物发展挑战传统零售业
四、中国网络购物推动就业潜力巨大
第二节2011-2012年中国网络购物市场规模分析
一、网络购物市场规模
二、网络购物占社会消费品零售总额比重
三、交易额规模结构
四、交易额各地区分布状况
第三节2011-2012年中国网络购物的社会效应分析
一、网购创造的就业岗位规模及分布
二、淘宝网解决特殊群体就业问题
三、网络渠道优势被更多企业认可
四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案
第七章 2011-2012年中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价
第一节品牌知名度
一、品牌知名度与品牌城市地区差异
二、各网站品牌转化率
三、各网站品牌综合评价

第二节网民品牌认知渠道
一、不同类型人群的认知渠道差异
二、不同类型人群网络认知渠道
第三节各项功能满意度评价
一、核心功能
二、附加功能
第八章 2013-2017年网络购物行业未来发展预测及投资前景分析
第一节 当前网络购物行业存在的问题及对策
第二节 2013-2017年网络购物行业前景分析
一、网络购物行业发展环境分析
三、网络购物行业发展趋势分析
第三节2013-2017年网络购物行业投资前景分析
一、网络购物行业供给预测
二、网络购物行业需求预测
第九章 2011-2012年中国网络购物产业市场竞争格局透析
第一节2011-2012年中国网购市场三大竞争梯队分析
一、第一阶梯优势全面（淘宝、易趣、拍拍）
二、第二阶梯差距较小（综合B2C和垂直类的B2C）
三、第三阶梯上升潜力较大（成立时间不长企业）
第二节2011-2012年中国新兴购物网站颠覆传统卖场格局
第三节2011-2012年中国网购竞争形势分析
一、网络购物市场的竞争愈演愈烈
二、国内网购酝酿竞争升级
第四节2013-2017年中国网络购物产业行业竞争趋势分析
图表目录：
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201307/212744.html