2020-2026年中国网络购物行业市场竞争格局及投资战略咨询报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国网络购物行业市场竞争格局及投资战略咨询报告》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/201911/806388.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。中国国内的网上购物，一般付款方式是款到发货（直接银行转账，在线汇款）和担保交易则是货到付款等。

智研咨询发布的《2020-2026年中国网络购物行业市场竞争格局及投资战略咨询报告》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章网络购物相关概述
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网络购物相关介绍
1.2.1网络购物定义
1.2.2网络购物分类
1.2.3网络购物产业链
1.2.4网络购物商业模式
第2章2015-2019年中国网络购物发展环境分析
2.1经济环境分析
2.1.12015-2019年中国GDP增长分析
2.1.22015-2019年中国居民收入增长情况
2.1.32019年中国社会消费品零售总额分析
2.1.42019年中国宏观经济运行分析
2.2社会环境分析
2.2.12019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
2.2.43G带动移动支付业务迅速发展
2.3政策环境分析
2.3.12015-2019年中国各地网络购物相关政策汇总
2.3.22019年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》
2.3.32019年《非金融机构支付服务管理办法》
2.3.42019年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
2.3.52019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
2.4.22019年中国电子商务网站数量及服务分析
2.4.32015-2019年中国电子商务服务企业分布
2.4.42015-2019年中国电子商务交易规模分析
2.4.52019年中国网上支付市场规模分析
2.4.62015-2019年中国网上支付用户规模分析
第3章2015-2019年全球网购市场发展现状分析
3.12015-2019年全球网络购物市场发展现状分析
3.1.12019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致性分析
3.1.32019年奢侈品企业重点发展网购市场
3.22015-2019年美国网购市场发展现状分析
3.2.1美国网络购物的多样性分析
3.2.2美国主流团购网站运营模式分析
3.32015-2019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
3.3.22019年德国网络购物用户规模分析
3.42015-2019年其他国家网购市场发展现状分析
3.4.12019年英国网购用户规模分析
3.4.22019年法国网络消费将持续扩张
第4章2015-2019年中国网络购物市场发展现状分析
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

4.1.32019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
4.22015-2019年中国网络购物规模分析
4.2.12019年中国网络购物用户规模分析
4.2.22015-2019年中国网络购物市场交易规模分析
4.2.32015-2019年中国网购网站数量分析
4.32015-2019年中国C2C网络购物发展态势分析
4.3.1中国代表性C2C运营商分析
4.3.22019年中国C2C运营商市场份额分析
4.3.32019年中国个人网站数量规模分析
4.42015-2019年中国网络购物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中国网络购物促进就业作用大
4.4.5网络购物对社会经济的促进作用分析
4.5中国网络购物发展的问题及对策
4.5.1中国网络购物市场存在的问题及原因分析
4.5.2中国网络购物立法逐步完善
4.5.3中国网络购物中消费者权益保护的对策分析
第5章2015-2019年中国网络购物新兴市场发展现状分析
5.12019年中国网络团购市场发展分析
5.1.12019年中国团购网站迅速增长
5.1.22019年中国团购网站市场份额分析
5.1.32019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
5.22019年中国海外代购市场发展现状分析
5.2.12019年中国海外代购市场规模分析
5.2.22019年中国海外代购品类分析
5.2.32019年海关新政对海外代购的影响分析
5.32015-2019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

第6章2015-2019年中国网购B2C市场发展现状分析
6.12019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
6.1.32019年B2C市场整体收入规模分析
6.1.42019年B2C市场细分产品收入分析
6.22019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
6.32015-2019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
6.3.22019年中国B2C运营商市场份额分析
6.3.3B2C网站物流竞争现状分析
6.3.4中国邮政与TOM集团的合作分析
6.42015-2019年中国B2C行业投资现状分析
6.4.1B2C行业投资规模分析
6.4.2B2C行业投资轮次分析
6.4.3B2C行业投资阶段分析
6.4.4B2C行业投资区域分析
6.4.5B2C行业并购事件分析
第7章2015-2019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
7.22019年中国服装网购行业发展现状分析
7.2.12019年中国服装网购市场规模分析
7.2.22019年服装B2C市场竞争格局分析
7.2.32019年中国男装网购市场竞争升温
7.2.42019年主要服装网购品牌发展现状分析
7.32015-2019年中国男装网购主流模式对比分析

7.3.1PPG与VANCL的比较分析
7.3.2报喜鸟EBONO竞争优势分析
7.3.32019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8章2015-2019年中国第三方支付市场发展现状分析
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
8.1.22019年中国第三方支付市场交易规模分析
8.22015-2019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
8.2.42019年中国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9章2015-2019年中国网络购物市场调研分析
9.12019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
9.22019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
9.32019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
9.42019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
9.52019年中国网民网络购物行为调研分析
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
9.62019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
9.72015-2019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10章中国购物网站运行状况分析
10.1淘宝网
10.1.1淘宝网简介
10.1.2淘宝网开拓台湾网购业务
10.1.3淘宝大物流计划的构建分析
10.2当当网
10.2.1网站介绍
10.2.2当当网收入规模分析
10.2.3当当网物流基地建设进展分析
10.3卓越亚马逊
10.3.1网站介绍
10.3.2卓越亚马逊收入规模分析
10.4红孩子

10.4.1网站介绍
10.4.2红孩子收入规模分析
10.52688网店
10.5.1公司简介
10.5.22688网店代购点模式分析
10.5.3 2688网店收入规模分析
10.6丽家宝贝
10.6.1公司简介
10.6.2丽家宝贝经营模式分析
10.6.3丽家宝贝收入规模分析
10.6.4丽家宝贝发展思路与目标
第11章2020-2026年中国网络购物市场前景与投资分析(ZYZS)
11.12020-2026年中国网络购物市场前景预测
11.1.1中国网络购物市场潜力较大
11.1.2中国网络购物成熟期分析
11.1.32020-2026年中国网络购物市场规模预测
11.22020-2026年中国网络购物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
11.2.3B2C市场参与主体的多元化趋势
图表目录：
图表12015-2019年中国各地网络购物政策列表
图表22019年深圳市出台的网络购物产业政策列表
图表32015-2019年中国电子商务发展史
图表42015-2019年中国电子商务服务企业增长阶段分布
图表52015-2019年中国B2B电子商务网站数量增长走势图
图表6中国B2B电子商务上市公司综合服务比较
图表72015-2019年中国电子商务服务企业区域分布
图表82019年中国电子商务服务企业行业分布
图表92019年中国电子商务服务企业行业分布
图表102015-2019年中国电子商务交易规模增长趋势图
图表112015-2019年中国网上银行交易额增长趋势图
图表122015-2019年中国网上支付市场规模增长趋势图
图表132015-2019年中国网上支付用户规模
图表142015-2019年全球网购市场交易规模地区分布

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201911/806388.html