

2023-2029年中国网购行业市场深度监测及战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国网购行业市场深度监测及战略咨询研究报告》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/1137451.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

智研咨询发布的《2023-2029年中国网购行业市场深度监测及战略咨询研究报告》共十一章。首先介绍了网购行业市场发展环境、网购整体运行态势等，接着分析了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 2018-2022年中国网购发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 2018-2022年中国GDP增长分析

2.1.2 2018-2022年中国居民收入增长情况

2.1.3 2022年中国社会消费品零售总额分析

2.1.4 2022年中国宏观经济运行分析

2.2 社会环境分析

2.2.1 2022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

2.3 政策环境分析

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 2022年中国电子商务网站数量及服务分析

2.4.32018-2022年中国电子商务服务企业分布

2.4.42018-2022年中国电子商务交易规模分析

2.4.5 2022年中国网上支付市场规模分析

2.4.62018-2022年中国网上支付用户规模分析

第三章 2018-2022年全球网购市场发展现状分析

3.12018-2022年全球网购市场发展现状分析

3.1.1 2022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 2022年奢侈品企业重点发展网购市场

3.22018-2022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

3.32018-2022年其他国家网购市场发展现状分析

第四章 2018-2022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 2022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

4.22018-2022年中国网购规模分析

4.2.1 2022年中国网购用户规模分析

4.2.22018-2022年中国网购市场交易规模分析

4.2.32018-2022年中国网购网站数量分析

4.32018-2022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 2022年中国C2C运营商市场份额分析

4.3.3 2022年中国个人网站数量规模分析

4.42018-2022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 2018-2022年中国网购新兴市场发展现状分析

- 5.1 2022年中国网络团购市场发展分析
 - 5.1.1 2022年中国团购网站迅速增长
 - 5.1.2 2022年中国团购网站市场份额分析
 - 5.1.3 2022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 2022年中国海外代购市场发展现状分析
 - 5.2.1 2022年中国海外代购市场规模分析
 - 5.2.2 2022年中国海外代购品类分析
 - 5.2.3 2022年海关新政对海外代购的影响分析
- 5.3 2018-2022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 2018-2022年中国网购B2C市场发展现状分析

- 6.1 2022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 2022年B2C市场整体收入规模分析
 - 6.1.4 2022年B2C市场细分产品收入分析
- 6.2 2022年中国B2C细分产品市场竞争格局分析
 - 6.2.1 3C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

6.32018-2022年中国B2C运营商竞争格局分析

6.42018-2022年中国B2C行业投资现状分析

第七章 2018-2022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 2022年中国服装网购行业发展现状分析

7.2.1 2022年中国服装网购市场规模分析

7.2.2 2022年服装B2C市场竞争格局分析

7.2.3 2022年中国男装网购市场竞争升温

7.2.4 2022年主要服装网购品牌发展现状分析

7.32018-2022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

7.3.3 2022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 2018-2022年中国第三方支付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 2022年中国第三方支付市场交易规模分析

8.2 2018-2022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 2022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 2018-2022年中国网购市场调研分析

9.1 2022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 2022年中国B2C购物网站用户调研分析

9.2.1 B2C购物网站用户渗透率

9.2.2 B2C购物网站品牌认知度与转化率

9.2.3 B2C购物网站主要用户差异分析

9.3 2022年中国C2C购物网站用户调研分析

9.3.1 C2C购物网站用户渗透率

9.3.2 C2C购物网站品牌认知度与转化率

9.3.3 C2C购物网站主要用户差异分析

9.4 2022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 2022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 2022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

9.7 2018-2022年中国网购重点城市分析

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 京东收入规模分析

10.1.3 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 天猫收入规模分析

10.2.3 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 淘宝收入规模分析

10.4 微商

10.4.1 网站介绍

10.4.2 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 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 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 2023-2029年中国网购市场前景与投资分析

11.1 2023-2029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

11.1.3 2023-2029年中国网购市场规模预测

11.2 2023-2029年中国网购模式的融合趋势分析

11.2.1 B2C对C2C的替代趋势分析

11.2.2 B2C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6 2018-2022年中国国内生产总值及增长速度

图表7 2018-2022年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表8 2018-2022年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表9 2018-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表10 2022年中国人口数及其构成情况

图表11 2018-2022年中国城市人口及所占比例增长趋势图

图表12 2018-2022年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表13 2018-2022年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表14 2018-2022年中国网民规模及互联网普及率增长趋势图

图表15 2018-2022年中国手机网民规模增长统计

图表16 2018-2022年中国各地网购政策列表

图表17 2022年深圳市出台的网购产业政策列表

图表18 2018-2022年中国电子商务发展史

图表19 2018-2022年中国电子商务服务企业增长阶段分布

图表20 2018-2022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22 2018-2022年中国电子商务服务企业区域分布

图表23 2021年中国电子商务服务企业行业分布

图表24 2022年中国电子商务服务企业行业分布

图表25 2018-2022年中国电子商务交易规模增长趋势图

图表26 2018-2022年中国网上银行交易额增长趋势图

图表27 2018-2022年中国网上支付市场规模增长趋势图

图表28 2018-2022年中国网上支付用户规模

图表29 2018-2022年全球网购市场交易规模地区分布

图表30 2022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/1137451.html>