

# 2017-2022年中国网络购物 市场深度调查与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国网络购物市场深度调查与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/N03827PNV4.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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（直接银行转帐，在线汇款）和担保交易则是货到付款等。

国家工商总局颁布的《网络交易管理办法》，自2014年3月15日起施行，网购商品7天内可无理由退货。

2015年1月23日，国家工商行政管理总局发布的数据，2014年全国网购投诉量五年最高，主要集中在合同、售后服务、质量等方面，分别占投诉总量的28.4%、22.7%、21.7%。

2015年3月15日《侵害消费者权益行为处罚办法》正式实施。《处罚办法》施行后，“由……享有最终解释权”、“概不退换”等诸如此类的霸王条款将一概视为违法行为。

### 中国网络购物用户规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络购物市场深度调查与未来前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国网络购物行业市场发展环境、中国网络购物整体运行态势等，接着分析了中国网络购物行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络购物市场竞争格局。随后，报告对中国网络购物做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国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：

第一部分 产业环境透视

第一章 网络购物行业发展综述

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 网络购物行业市场环境及影响分析

### 第一节 网络购物行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析（S）

一、网络购物产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际网络购物行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球网络购物市场总体情况分析

一、全球网络购物行业发展概况

二、全球网络购物市场产品结构

三、全球网络购物行业发展特征

四、全球网络购物行业竞争格局

五、全球网络购物市场区域分布

六、国际重点网络购物企业运营分析

## 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、美国

二、英国

三、法国

四、其他国家或地区

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 我国网络购物行业运行现状分析

#### 第一节 中国网络购物市场的发展现状

一、中国网络购物市场规模

二、中国网络购物市场发展特征

三、我国网购市场热点分析

#### 第二节 中国网络购物市场发展的问题分析

一、我国网络购物业发展面临的问题浅析

二、网络购物评价体系存在一定的缺陷

三、我国网络购物行业存在的隐患

四、阻碍网购用户上涨的影响因素

#### 第三节 我国网络购物市场的发展对策

一、加快我国网购业的发展对策

二、促进我国奢侈品网购快速发展的建议分析

三、我国网购业优化虚拟体验的策略探析

#### 第四节 中国网络团购行业发展现状及前景预测

一、网络团购的定义

二、网络团购的特征

三、网络团购的流程

四、网络团购的基本形态

五、网络团购主要平台模式分析

六、网络团购主要盈利模式分析

七、网络团购行业搜索情况分析

八、网络团购行业发展状况分析

九、中国网络团购行业发展趋势及前景预测

### 第三部分 市场全景调研

#### 第五章 我国网络购物主要产品市场分析及预测

##### 第一节 服装服饰、鞋帽箱包产品网络购物市场分析

- 一、我国服装服饰、鞋帽箱包行业市场规模分析
- 二、我国服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场发展分析

##### 第二节 手机、数码及电器产品网络购物市场分析

- 一、我国手机、数码及电器产品市场规模分析
- 二、我国手机、数码及电器产品市场销售渠道分析
- 三、我国手机、数码及电器产品网络购物市场发展分析

##### 第三节 书籍、音像制品网络购物市场分析

- 一、我国书籍、音像制品市场规模分析
- 二、我国书籍、音像制品市场销售渠道分析
- 三、我国书籍、音像制品网络购物市场发展分析

##### 第四节 化妆品网络购物市场分析

- 一、我国化妆品市场规模分析
- 二、我国化妆品市场销售渠道分析
- 三、我国化妆品网络购物市场发展分析

##### 第五节 家居日用品网络购物市场分析

- 一、我国家居日用品市场发展分析
- 二、我国家居日用品市场销售渠道分析
- 三、我国家居日用品网络购物市场发展分析

##### 第六节 食品网络购物市场分析

- 一、我国食品市场发展分析
- 二、我国食品销售渠道分析
- 三、我国食品市场发展分析

##### 第七节 其他产品网络购物市场分析

- 一、玩具网络购物市场发展分析
- 二、母婴用品网络购物市场发展分析
- 三、出游旅行网络购物市场发展分析
- 四、医疗保健用品网络购物市场发展分析

#### 第六章 中国网络购物行业平台构建分析

## 第一节 中国网络购物平台构建潜力分析

### 一、中国传统营销渠道分析

### 二、中国网络购物平台优势分析

## 第二节 中国网络购物用户群体研究

### 一、网络购物用户特征分析

### 二、网民网络购物行为研究

## 第三节 中国网络购物平台构建主要影响因素

### 一、网络购物行业物流配送体系

### 二、网络购物行业信息安全分析

### 三、网络购物行业诚信体系分析

## 第四节 企业构建网络购物平台方式与建议分析

### 一、企业构建网络购物平台必要性分析

### 二、企业网络购物平台构建方式优劣势分析

### 三、企业构建网络购物平台主要建议

## 第四部分 发展前景展望

## 第七章 2017-2022年网络购物行业竞争形势

### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

#### 一、网络购物行业竞争结构分析

#### 二、网络购物行业企业间竞争格局分析

#### 三、网络购物行业集中度分析

#### 四、网络购物行业SWOT分析

### 第二节 中国网络购物行业竞争格局综述

#### 一、网络购物行业竞争概况

#### 二、中国网络购物行业竞争力分析

#### 三、中国网络购物竞争力优势分析

#### 四、网络购物行业主要企业竞争力分析

### 第三节 网络购物行业竞争格局分析

#### 一、国内外网络购物竞争分析

#### 二、我国网络购物市场竞争分析

#### 三、我国网络购物市场集中度分析

#### 四、国内主要网络购物企业动向

#### 第四节 网络购物行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业并购风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

#### 第八章 2017-2022年网络购物行业领先企业经营形势分析

##### 第一节 中国网络购物企业总体发展状况分析

- 一、网络购物企业主要类型
- 二、网络购物企业资本运作分析
- 三、网络购物企业品牌建设
- 四、网络购物企业国际竞争力分析
- 五、2014年网络购物行业企业排名分析

##### 第二节 中国领先网络购物平台经营形势分析

- 一、天猫商城
- 二、京东商城
- 三、凡客诚品
- 四、苏宁易购
- 五、当当网
- 六、麦包包
- 七、卓越亚马逊
- 八、1号店
- 九、唯品会
- 十、国美在线

#### 第九章 2017-2022年网络购物行业前景及投资价值

##### 第一节 网络购物行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十三五”期间网络购物行业运行情况
- 二、“十三五”期间网络购物行业发展成果
- 三、网络购物行业“十三五”发展方向预测

##### 第二节 2017-2022年网络购物市场发展趋势预测



一、2017-2022年网络购物行业发展趋势

二、2017-2022年网络购物市场规模预测

三、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2017-2022年中国网络购物行业供需预测

一、2017-2022年中国网络购物行业供给预测

二、2017-2022年中国网络购物市场销量预测

三、2017-2022年中国网络购物行业需求预测

四、2017-2022年中国网络购物行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 网络购物行业投资特性分析

一、网络购物行业进入壁垒分析

二、网络购物行业盈利因素分析

三、网络购物行业盈利模式分析

第六节 2017-2022年网络购物行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第十章 2017-2022年网络购物行业投资机会与风险防范

第一节 网络购物行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、网络购物行业投资现状分析

第二节 2017-2022年网络购物行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、网络购物行业投资机遇

### 第三节 2017-2022年网络购物行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、经营管理风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、财务风险及防范
- 六、行业竞争风险
- 七、其他风险及防范

### 第四节 中国网络购物行业投资建议

- 一、网络购物行业未来发展方向
- 二、网络购物行业主要投资建议
- 三、中国网络购物企业融资分析

## 第五部分 产业战略规划

### 第十一章 网络购物行业发展战略研究

#### 第一节 网络购物行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国网络购物品牌的战略思考

- 一、网络购物品牌的重要性
- 二、网络购物实施品牌战略的意义
- 三、网络购物企业品牌的现状分析
- 四、我国网络购物企业的品牌战略
- 五、网络购物品牌战略管理的策略

#### 第三节 网络购物经营策略分析

- 一、网络购物市场细分策略
- 二、网络购物市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、网络购物新产品差异化战略

第四节 网络购物行业投资战略研究

一、2017-2022年网络购物行业投资战略

二、2017-2022年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及发展建议 ( ZYYF )

第一节 网络购物行业研究结论及建议

第二节 网络购物子行业研究结论及建议

第三节 网络购物行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 网络购物市场规模定义

图表 2014年-2014Q3国内生产总值及增长速度

图表 2015年1-9月消费价格指数

图表 2015年1-9月工业品出产价格指数 ( PPI )

图表 2014-2014Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表 中国和印度消费者将更多的可支配收入用于网购

图表 2011-2015年我国服装服饰、鞋帽箱包市场产销情况

图表 2017-2022年服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场规模预测分析

图表 2011-2015年我国手机、数码及电器产品市场销售分析

图表 2011-2015年我国书籍、音像市场销售情况分析

图表 2017-2022年书籍、音像制品网络购物市场规模预测

图表 2011-2015年我国化妆品网络购物市场规模分析

图表 2011-2015年我国家具日用品市场网购规模分析

图表 生猪定点屠宰企业屠宰量及月度增速

图表 鲜、冷切肉产量及月度增速

图表 酱油产量及月度增速

图表 酱醋行业收入及利润增速

图表 生鲜乳价格走势

图表 牛奶、酸奶零售价

图表 小麦、玉米现货价

图表 2014-2020年中国在线旅游市场交易规模

图表 2014-2020年中国在线旅游OTA市场营收规模

图表 2014年中古在线旅游OTA市场份额

图表 网络购物的性别占比分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/N03827PNV4.html>