

# 2020-2026年中国网络零售 市场发展趋势与市场调查预测报告

## 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

《2020-2026年中国网络零售市场发展趋势与市场调查预测报告》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/pifalingshou/O116519YTA.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

根据中国电子商务研究中心发布的《2009年中国网络零售调查报告》给出的网络零售定义，网络零售是指交易双方以互联网为媒介进行的商品交易活动，即通过互联网进行的信息的组织 and 传递，实现了有形商品和无形商品所有权的转移或服务的消费。买卖双方通过电子商务（线上）应用实现交易信息的查询（信息流）、交易（资金流）和交付（物流）等行为。网络零售也称网络购物，包括B2C和C2C两种形式。

在电商规模不断扩张的情形下，整体增速将在合理区间活动。中国B2C网络零售市场的格局虽然大体趋于稳定，但仍面临着洗牌，同时，市场也在逐渐向着规范化、品质化和多元化的方向演变。接下来是各电商细分业务的阶段，如农村电商、跨境电商、母婴电商、消费金融、物流服务等领域，以此来增加自己的市场渗透率，从而稳固自己的“地位”。2017年，我国移动网购交易规模达到51027亿元，较2016年中移动网购交易规模44726亿元，同比增长14.1%。数据来源：公开资料整理

中国智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国网络零售市场发展趋势与市场调查预测报告》共十六章。首先介绍了中国网络零售行业市场发展环境、中国网络零售整体运行态势等，接着分析了中国网络零售行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络零售市场竞争格局。随后，报告对中国网络零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络零售行业发展趋势与投资预测。您若想对网络零售产业有个系统的了解或者想投资网络零售行业，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2013-2019年中国网络零售行业整体局势发展综述

第一节中国网络零售行业发展形势情况

一、中国网络零售行业发展周期

二、中国网络零售行业产业链分析

三、中国网络零售行业发展SWOT分析

第二节近几年中国网络零售行业运行状况研究

- 一、2013-2019年中国网络零售行业产量统计
- 二、2013-2019年中国网络零售行业需求量走势
- 三、2013-2019年中国网络零售行业进出口分析
- 四、2013-2019年中国网络零售行业整体供需状况

## 第二章2015-2019年当前经济形势对行业发展环境的影响

### 第一节2015-2019年中国网络零售行业经济环境展望

- 一、2015-2019年中国国民经济分析
- 二、2015-2019年中国固定资产投资情况分析
- 三、2015-2019年中国恩格尔系数分析
- 四、2020-2026年中国宏观经济发展预测

### 第二节中国网络零售行业社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、城镇人员从业状况

### 第三节中国网络零售行业政策法规解读

- 一、产业振兴规划
- 二、产业发展规划
- 三、行业标准政策
- 四、市场应用政策
- 五、财政税收政策

### 第四节中国网络零售行业国际贸易环境研究

### 第五节当前经济形势对行业发展环境的影响

## 第三章2012-2019年中国网络零售所属行业数据情报跟踪监测

### 第一节2012-2019年中国网络零售所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节2015-2019年中国网络零售所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入结构分析

### 第三节2012-2019年中国网络零售所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2012-2019年中国网络零售所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2012-2019年中国网络零售所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

## 第四章 网络零售行业商业模式分析

### 第一节 B2B模式分析

一、B2B模式简介

二、B2B模式发展概况

三、B2B模式的优势分析

四、B2B模式运营模式

1、垂直B2B

2、水平B2B

3、自建B2B

4、关联行业

五、B2B电子商务模式分析

1、网络媒体型

2、信息平台型

3、采购服务型

### 第二节 B2C模式分析

一、B2C模式介绍

二、B2C模式发展历史及概况截止到2019年6月1日，B2C电商上市公司中市值排名前十的分别是：阿里巴巴(5087.82亿美元)、京东(502.1亿美元)、苏宁易购(1473.78亿元)、唯品会(76.97亿美元)、南极电商(256.29亿元)、宝尊电商(34.72亿美元)、国美零售(185.4亿港元)、有赞(124.95亿港元)、御家汇(101.16亿元)、寺库(4.76亿美元)。11个上市公司总市值达3.8万亿人民币。2017~2019年B2C部分上市公司市值 市值排名 最新市值 公司名称

排名	最新市值	公司名称
1	5087.82亿美元	阿里巴巴
2	502.10亿美元	京东
3	1473.78亿元	苏宁易购
4	76.97亿美元	唯品

会 5 256.29亿美元 南极电商 6 34.72亿元 宝尊电商 7 185.40亿港元 国美 8  
124.95亿港元 有赞 资料来源：智研数据研究中心整理

### 三、B2C模式优缺点分析

### 四、B2C模式面临的困难

- 1、资金周转困难
- 2、定位不准
- 3、网上支付体系不健全
- 4、信用机制和电子商务立法不健全

### 五、B2C模式发展前景分析

### 第三节 C2C模式分析

#### 一、C2C模式简介

#### 二、C2C模式发展概况及存在的问题

#### 三、C2C盈利模式分析

- 1、会员服务收入
- 2、广告收入
- 3、增值服务收入

#### 四、C2C电子商务模式特点

- 1.辅助性
- 2.节约性
- 3.繁杂性
- 4.创意性

#### 五、C2C模式发展前景分析

### 第四节 O2O模式分析

#### 一、O2O模式介绍

#### 二、O2O模式发展现状分析

#### 三、O2O模式的优势分析

#### 四、O2O模式盈利模式分析

#### 五、O2O模式面临的瓶颈

- 1、诚信难保
- 2、商家资质存疑
- 3、创新能力不足

## 第五章相关产业链分析（上游、下游）

### 第一节 上游产业

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场供求形势预测
- 三、上游供应链对网络零售行业发展的影响

### 第二节 下游产业

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场供求形势预测
- 三、下游供应链对网络零售行业发展的影响

## 第六章2012-2019年中国网络零售所属行业成本费用统计分析

### 第一节2012-2019年网络零售所属行业产品销售成本分析

- 一、2012-2019年网络零售所属行业销售成本总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第二节2012-2019年网络零售所属行业销售费用分析

- 一、2012-2019年网络零售所属行业销售费用总额分析
- 二、不同规模企业销售费用比较分析
- 三、不同所有制企业销售费用比较分析

### 第三节2012-2019年网络零售所属行业管理费用分析

- 一、2012-2019年网络零售所属行业管理费用总额分析
- 二、不同规模企业管理费用比较分析
- 三、不同所有制企业管理费用比较分析

### 第四节2012-2019年网络零售所属行业财务费用分析

- 一、2012-2019年网络零售所属行业财务费用总额分析
- 二、不同规模企业财务费用比较分析
- 三、不同所有制企业财务费用比较分析

## 第七章中国网络零售产业市场营销策略竞争深度研究

### 第一节不同规模企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同规模企业市场产品策略
- 二、不同规模企业市场渠道策略

三、不同规模企业市场价格策略

四、不同规模企业广告媒体策略

五、不同规模企业客户服务策略

第二节不同所有制企业市场营销策略竞争分析

一、不同所有制企业市场产品策略

二、不同所有制企业市场渠道策略

三、不同所有制企业市场价格策略

四、不同所有制企业广告媒体策略

五、不同所有制企业客户服务策略

第三节不同规模企业/所有制企业市场营销策略观点

第八章2015-2019年中国网络零售行业营销策略和销售渠道考察

第一节中国网络零售行业目前主要营销渠道分析

第二节中国网络零售行业重点企业营销策略

第三节中国网络零售行业产品营销策略建议

第四节中国网络零售行业营销渠道变革研究

一、网络零售行业营销渠道新理念

二、网络零售行业渠道管理新发展

三、当前中国中小企业的外部营销环境

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

第五节中国网络零售行业营销渠道发展趋势点评

一、营销渠道结构扁平化

二、营销渠道终端个性化

三、营销渠道关系互动化

四、营销渠道商品多样化

第九章2015-2019年中国网络零售行业需求用户分析

第一节2015-2019年网络零售行业用户认知程度分析

第二节2015-2019年中国网络零售行业用户需求特点

第三节2015-2019年中国网络零售行业用户关注因素分析

第四节2015-2019年网络零售行业其它用户特征分析

## 第十章2015-2019年中国网络零售行业整体竞争格局形势剖析

### 第一节2015-2019年中国网络零售行业集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、不同所有制企业市场份额调查
- 三、不同规模企业市场份额调查
- 四、不同类型市场主要企业分析

### 第二节2015-2019年中国区域竞争格局深度剖析

- 一、主要生产区域
- 二、主要消费区域
- 三、主要产销区市场对接分析

### 第三节2015-2019年中国网络零售行业与替代品行业市场占有率分析

### 第四节2020-2026年中国网络零售行业市场竞争趋势预测

## 第十一章 网络零售平台分析

### 第一节 天猫商城

- 一、平台发展概况
- 二、平台经营情况
- 三、平台运行模式分析
- 四、平台物流模式分析

### 第二节 京东

- 一、平台发展概况
- 二、平台经营情况
- 三、平台运行模式分析
- 四、平台物流模式分析

### 第三节 苏宁易购

- 一、平台发展概况
- 二、平台经营情况
- 三、平台运行模式分析
- 四、平台物流模式分析

### 第四节 国美在线

- 一、平台发展概况
- 二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第五节 贝贝网

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第六节 洋码头

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第七节 亚马逊中国

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第八节 1号店

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第九节 唯品会

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

#### 第十节 考拉海购

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

## 第十二章2020-2026年中国网络零售行业市场盈利预测与投资潜力

### 第一节2020-2026年中国网络零售行业重点企业投资行为研究

### 第二节2020-2026年中国网络零售行业市场规模预测

### 第三节2020-2026年中国网络零售行业盈利水平分析

### 第四节2020-2026年中国网络零售投资机会分析

#### 一、细分市场机会

#### 二、新进入者投资机会

#### 三、产业链投资机会

### 第五节2020-2026年中国网络零售总体机会评价

## 第十三章2020-2026年中国网络零售行业前景展望及对策分析

### 第一节2020-2026年中国网络零售行业发展前景展望

#### 一、网络零售行业市场发展前景分析

#### 二、网络零售行业市场蕴藏的商机探讨

#### 三、网络零售行业“十三五”规划解读

### 第二节2020-2026年中国行业发展对策研究

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、市场重点客户战略实施

## 第十四章2020-2026年中国网络零售产业未来发展预测及投资风险

### 第一节当前行业存在的问题解决

### 第二节中国网络零售行业发展预测与投资前景

### 第三节中国网络零售产业投资风险

#### 一、政策风险

#### 二、技术风险

#### 三、市场风险

#### 四、财务风险

#### 五、经营管理风险

### 第四节当前经济不景气环境下网络零售企业防范措施及策略

## 第十五章2020-2026年中国网络零售行业投资风险策略探讨

### 第一节产品定位与定价

### 第二节成本控制建议

### 第三节技术创新研究

### 第四节投资策略解析

### 第五节如何应对当前经济形势

## 第十六章项目投资可行性及注意事项(点评) ( )

### 第一节2020-2026年中国网络零售行业投资可行性分析

#### 一、行业活力系数比较及分析

#### 二、行业投资收益率比较及分析

#### 三、网络零售行业投资效益分析

### 第二节中国网络零售行业投资环境考察

#### 一、经济因素

#### 二、政策因素

#### 三、人口因素

#### 四、社会发展因素

### 第三节中国网络零售行业投资风险控制策略

#### 一、行业投资风险控制及策略研究

#### 二、建立健全投资风险预警机制

#### 三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力）

#### 四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性）

### 第四节网络零售行业技术应用注意事项

### 第五节网络零售行业项目投资注意事项

#### 一、注意选择好项目实施团队

#### 二、注意对项目的前期分析

#### 三、注意与企业现有产业相衔接

#### 四、注意与所在地区产业相连接

#### 五、注意与现有营销体系相连接

#### 六、注意对项目投资总额的控制

### 第六节网络零售行业生产开发注意事项

#### 一、战线统一

二、开发新产品要差异化，拥有个性

三、注重生产现场管理，精益化生产

第七节网络零售行业销售注意事项（）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/O116519YTA.html>