

2017-2022年中国网络零售 市场全景调查与投资战略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国网络零售市场全景调查与投资战略报告》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/P28941TVBU.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

v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。

传统制造业依托电子商务实现转型升级的方向

2014年6月12日IDC在京发布《电子商务驱动传统产业升级转型》报告(以下简称IDC报告)，通过大量的数据和案例揭示，随着传统产业产能过剩问题的加重，以及消费者个性化诉求的增长，需求驱动(C2B)的产业发展模式必将成为传统产业未来转型升级的重要方向。

中国零售业曾以每年翻番的门店扩张速度，开启了中国零售业高速增长的“黄金十年”。但经历一番粗放式的野蛮增长后，传统零售业遭遇瓶颈。随着电子商务的冲击，靠传统店铺物理网络布局的零售模式已经行不通了。而随着中国经济下行，零售企业扩张店铺的模式开始暴露风险，整个传统零售业呈现增速放缓、利润下滑的趋势。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络零售市场全景调查与投资战略报告》共十章。首先介绍了网络零售行业市场发展环境、网络零售整体运行态势等，接着分析了网络零售行业市场运行的现状，然后介绍了网络零售市场竞争格局。随后，报告对网络零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了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：

第一部分 行业发展综述

第一章 网络零售行业发展概述

第一节 网络零售行业概述

一、行业的定义

二、行业发展历程

三、行业分类

四、行业作用及地位

第二节 最近3-5年中国网络零售行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 中国网络零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、全球宏观经济形势

二、全球贸易环境

三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数CPI、PPI分析

三、全国居民收入情况解读

四、社会消费品网络零售总额分析

五、工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、对外贸易进出口分析

八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

五、生态环境分析

六、居民消费观念和习惯分析

七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业未来规划

第三章 全球网络零售运行状况分析

第一节 全球网络零售市场总体情况分析

一、全球网络零售行业的发展概况及特点

二、全球网络零售市场结构

三、全球网络零售行业竞争格局

四、全球网络零售市场区域分布

第二节 主要国家网络零售发展情况

一、美国网络零售发展现状

二、日本网络零售发展现状

三、英国网络零售发展现状

第三节 国外网络零售经营特征

一、连锁化程度分析

二、营销手段分析

三、服务功能分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国网络零售行业运行现状分析

第一节 中国网络零售行业发展现状分析

一、行业发展主要变革

二、行业发展特点分析

三、行业发展存在的问题分析

四、行业问题解决建议

第二节 中国网络零售行业市场现状分析

一、行业市场特征分析

二、行业市场规模分析

三、行业资产规模分析

第三节 2014-2016年网络零售行业经营情况分析

一、行业交易规模分析

二、实物商品网上零售额及结构

三、行业利润总额分析

第四节 2014-2016年中国网络零售行业企业分析

一、网络零售平台数量分析

二、网络零售企业数量分析

三、网络零售用户规模分析

四、网络零售企业区域分布分析

第五节 网络零售行业主要零售产品特征

一、能通过电子传输的产品或服务

二、具有标准化、不易变质、适合传递的实物

第五章 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

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

第六章 物流行业发展分析

第一节 物流行业发展现状分析

一、物流行业发展概况

二、物流行业市场规模分析

三、物流行业发展趋势及前景

第二节 物流行业经营情况分析

一、物流总额

二、工业品物流总额

三、进口货物物流总额

四、农产品物流总额

五、再生资源物流总额

六、单位与居民物品物流总额

第三节 电商物流发展分析

一、电商物流行业发展现状

1、物流业整体处于中高速发展

2、消费品物流增长迅速

3、快递业高速发展

二、电商物流的痛点与趋势

1、电商物流的痛点

2、电商物流的趋势

第四节 快递发展分析

一、我国快递规模分析

二、快递覆盖率分析

三、快递业务量分析

四、快递业务收入分析

五、快递服务人员数量分析

第三部分 行业竞争格局

第七章 网络零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节 网络零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节 中国网络零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局
- 二、行业企业竞争格局
- 三、行业产品竞争格局

第八章 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
- 五、平台竞争优势分析
- 六、平台盈利模式分析

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
- 五、平台竞争优势分析
- 六、平台盈利模式分析

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

五、平台竞争优势分析

六、平台盈利模式分析

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

五、平台竞争优势分析

六、平台盈利模式分析

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

五、平台竞争优势分析

六、平台盈利模式分析

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

五、平台竞争优势分析

六、平台盈利模式分析

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

五、平台竞争优势分析

六、平台盈利模式分析

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
- 五、平台竞争优势分析
- 六、平台盈利模式分析

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
- 五、平台竞争优势分析
- 六、平台盈利模式分析

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
- 五、平台竞争优势分析
- 六、平台盈利模式分析

第四部分 投资发展前景

第九章 2014-2016年网络零售行业投资前景及风险分析

第一节 中国网络零售行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

第一节 2014-2016年网络零售行业投资情况分析

- 一、投资规模分析
- 二、投资热点分析
- 三、重点投资区域分析

第二节 2017-2022年网络零售行业投资机会分析

- 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

第三节 2017-2022年网络零售行业发展前景预测

- 一、2017-2022年网络零售行业交易规模预测
- 二、2017-2022年网络零售行业利润总额预测
- 三、2017-2022年实物商品网上零售额预测

第二节 中国网络零售行业投资风险

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险
- 三、行业技术风险
- 四、行业其他风险

第十章 网络零售行业投资发展战略研究 (ZY GXH)

第一节 网络零售行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略
- 六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节 对我国网络零售行业品牌的战略思考

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

第三节 网络零售行业投资战略及建议

- 一、2017-2022年行业投资战略
- 二、2017-2022年行业投资方式建议
- 三、2017-2022年行业投资方向建议 (ZY GXH)

图表目录：

图表：网络零售行业产品的分类结构

图表：网络零售行业成长周期图

图表：2016年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2013-2016年我国GDP季度累计增长图

图表：2016-2016年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2016年我国居民人均收入情况

图表：2011-2016年我国居民恩格尔系数情况

图表：2016年我国居民可支配收入情况

图表：2016年我国对外贸易进出口情况

图表：网络零售行业全球市场规模

图表：2016年网络零售行业区域集中度

图表：2016年网络零售行业企业集中度

图表：2016年网络零售行业市场集中度

图表：2014-2016年行业市场结构

图表：2014-2016年网络零售行业平台数量分析

图表：2017-2022年网络零售行业交易规模预测

图表：2017-2022年实物商品零售额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/P28941TVBU.html>