

2021-2026年中国网络购物行业发展监测及投资战略 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国网络购物行业发展监测及投资战略规划研究报告》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.huaon.com/channel/network/690483.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

我国连续8年成为全球第一大网络零售市场。2014年至2020年期间，我国网络零售额一直保持着两位数的增长速度，其中2017年增速为39.17%，达到近几年增速峰值，之后增速放缓。截止至2020年，我国网络零售交易额为117601亿元，同比增长了10.61%。

2014-2020年中国网络零售交易额及增速

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 网络购物相关概述

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、电子商务主要应用系统

第二节 网络购物的定义及分类

一、网络购物的概念

二、网络购物的特点

三、网络购物的分类

第三节 网络购物的优点及缺点

一、网络购物的优点

二、网络购物的缺点

第二章 中国网络购物环境分析

第一节 2020年中国宏观经济运行环境分析

一、2020年中国GDP增长情况分析

二、2020年工业经济发展形势分析

三、2020年社会固定资产投资分析

四、2020年全社会消费品零售总额

五、2020年城乡居民收入增长分析

六、2020年居民消费价格变化分析

第二节 网络购物行业监管相关法律法规

一、《网络商品交易及服务监管条例》

二、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的決定》

- 三、《网络零售管理条例》
- 四、《网络发票管理办法》
- 五、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 六、《快递市场管理办法》

第三节 2020年中国网络购物市场宏观情况分析

- 一、互联网用户规模的分析
- 二、网络购物市场交易规模
- 三、网络购物交易规模构成
- 四、网络购物占社会消费品零售总额比重

第三章 世界网络购物市场发展分析

第一节 全球网络购物市场的发展

- 一、全球网络购物市场发展现状调研
- 二、全球网购环保问题发展分析
- 三、网络交易消费者权益保护立法

- (一) 美国
- (二) 德国
- (三) 英国
- (四) 澳大利亚
- (五) 新加坡
- (六) 日本
- (七) 韩国

四、美国网络购物客户满意度调查

第二节 美国

- 一、美国人网络购物成时尚
- 二、美国政策法律推动网络购物发展
- 三、美国网络购物市场应进一步提高用户体验
- 四、2020年美国网络购物状况分析

第三节 英国

- 一、英国网络购物势头发展迅猛
- 二、英国网络购物市场现状分析
- 三、2020年英国网络购物规模
- 四、2020年英国网络购物预测分析

第四节 德国与法国

- 一、德国人网上购物有规矩
- 二、德国网络购物将超过传统模式

三、法国网络购物增势强劲

四、法国网络购物销售额状况分析

第五节 亚洲国家或地区

一、亚洲网络购物热潮兴起

二、日本网络购物市场发展现状调研

三、韩国网络购物市场发展现状调研

四、新加坡网络购物发展环境分析

第四章 中国网络购物市场发展分析

第一节 中国网络购物市场的发展综述

一、中国网络购物十年发展历程

二、中国网络购物挑战传统百货业

三、移动网购将成为下一片蓝海

第二节 2020年中国网络购物市场的发展分析

一、2020年中国网购市场用户规模分析

截至2020年12月，我国网络购物用户规模达7.82亿,较2020年3月增长7215万，占网民整体的79.1%。

2016-2020年中国网络购物用户规模及使用率

二、2020年中国网络购物的用户使用率

三、2020年中国网络购物市场规模分析

四、2020年中国网络购物市场结构分析

五、2020年中国网购市场竞争态势分析

六、2020年中国服装B2C网络购物市场分析

第三节 中国网络购物的社会效应分析

一、网购创造的就业岗位规模及分布

二、淘宝网解决特殊群体就业问题

三、网络渠道优势被更多企业认可

四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案

第四节 2020年中国网络购物发展动态

第五节 2020年度网络零售投诉情况分析

一、2020年度十大网络购物热点投诉问题

二、2020年度十大网络购物投诉网站

三、2020年度热点行业购物网站投诉榜

四、2020年度TOP12热点投诉支付/快递榜

五、2020年度十大热点传统品牌电商投诉榜

第六节 中国网络购物发展的问题及对策

- 一、消费者网络购物影响因素分析
- 二、完善网购信用体系建设的建议
- 三、中国网络购物发展存在的主要问题
- 四、网络购物存在的法律问题及其对策

第五章 中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价

第一节 品牌知名度

- 一、网站品牌综合评价
- 二、品牌购物网站单一用户
- 三、品牌购物网站新增用户
- 四、品牌购物网站用户流失
- 五、品牌购物网站覆盖人数

第二节 网民品牌认知渠道

- 一、不同类型人群的认知渠道差异
- 二、不同类型人群网络认知渠道

第三节 各项功能满意度评价

- 一、核心功能
- 二、附加功能

第四节 网络购物渗透率

- 一、中国网络购物渗透率
- 二、区域网络购物渗透率
- 三、品牌网络购物渗透率

第六章 中国网络购物用户特征及行为分析

第一节 网络购物用户特征

- 一、性别
- 二、年龄
- 三、学历
- 四、职业
- 五、收入
- 六、区域

第二节 网络购物商品类别

- 一、各类别商品网购用户规模
- 二、各类商品网购用户群体差异
 - (一) 服装网购用户行为分析
 - (二) 数码网购用户行为分析

（三）家电网购用户行为分析

第三节 网络购物商品评论

- 一、网购用户阅读商品评论状况分析
- 二、商品评论分布渠道
- 三、意见领袖分布群体

第四节 网络购物用户访问行为数据

- 一、购物网站月度访问人数
- 二、购物网站月度访问次数
- 三、购物网站人均月度访问次数
- 四、购物网站月度转化率

第五节 网络购物用户其他行为分析

- 一、购物频率
- 二、网络购物支付方式
- 三、网络购物满意度
- 四、不愉快的购物经历
- 五、网购欺诈和纠纷

第六节 网购市场发展因素分析

- 一、网购CPI发展现状分析
- 二、网购CPI发展趋势预测
- 三、网购快递物流影响因素
- 四、网购消费信任影响因素

第七章 中国网络购物市场的前景趋势预测

第一节 中国网络购物的前景展望（AK LCJ）

- 一、中国网络购物市场发展前景预测
- 二、中国网络购物未来发展空间分析
- 三、中国服装网购市场前景预测
- 四、2021-2026年中国网络购物市场规模预测分析
- 五、2020年左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 中国网络购物市场的趋势预测

- 一、中国网络购物市场发展趋势预测分析
- 二、无线电子商务将成网络购物发展趋势预测分析
- 三、中国服装网购发展趋势预测
- 四、中国网络购物行为未来发展趋势预测分析

图表目录：

图表1 2020年国内生产总值构成及增长速度统计

图表2 2016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3 2020年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表4 2020年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表5 2016-2020年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表6 2016-2020年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 2016-2020年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表8 2016-2020年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表9 2020年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表10 2016-2020年中国网民规模与普及率变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/network/690483.html>