

2018-2024年中国网购行业市场评估分析及投资发展盈利预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国网购行业市场评估分析及投资发展盈利预测报告》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/detail/343276.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

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 2014-2017年中国网购发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 2014-2017年中国GDP增长分析

2.1.2 2014-2017年中国居民收入增长情况

2.1.3 2017年中国社会消费品零售总额分析

2.1.4 2017年上半年中国宏观经济运行分析

2.2 社会环境分析

2.2.1 2017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

2.2.4 4G带动移动支付业务迅速发展

2.3 政策环境分析

2.3.1 2014-2017年中国各地网购相关政策汇总

2.3.2 2017年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

2.3.3 2017年《非金融机构支付服务管理办法》

2.3.4 2017年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

2.3.5 2017年中国网络实名制政策分析

2.3.6 深圳市成为首个国家电子商务示范城市

2.3.7 福建省“十三五”大力发展电子商务

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 2017年中国电子商务网站数量及服务分析

2.4.3 2014-2017年中国电子商务服务企业分布

2.4.4 2014-2017年中国电子商务交易规模分析

2.4.5 2017年中国网上支付市场规模分析

2.4.6 2014-2017年中国网上支付用户规模分析

第三章 2014-2017年全球网购市场发展现状分析

3.1 2014-2017年全球网购市场发展现状分析

3.1.1 2017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 2017年奢侈品企业重点发展网购市场

3.2 2014-2017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

3.3 2014-2017年德国网购市场发展动态分析

3.3.1 德国网上购物市场法律规范分析

3.3.2 2017年德国网购用户规模分析

3.4 2014-2017年其他国家网购市场发展现状分析

3.4.1 2017年英国网购用户规模分析

3.4.2 2017年法国网络消费将持续扩张

第四章 2014-2017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 2017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

4.2 2014-2017年中国网购规模分析

4.2.1 2017年中国网购用户规模分析

4.2.2 2014-2017年中国网购市场交易规模分析

4.2.3 2014-2017年中国网购网站数量分析

4.3 2014-2017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 2017年中国C2C运营商市场份额分析

4.3.3 2017年中国个人网站数量规模分析

4.4 2014-2017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2014-2017年中国网购新兴市场发展现状分析

5.1 2017年中国网络团购市场发展分析

5.1.1 2017年中国团购网站迅速增长

5.1.2 2017年中国团购网站市场份额分析

5.1.3 2017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 2017年中国海外代购市场发展现状分析

5.2.1 2017年中国海外代购市场规模分析

5.2.2 2017年中国海外代购品类分析

5.2.3 2017年海关新政对海外代购的影响分析

5.32014-2017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

其中对比2013年与2016年数据，天猫市场份额由2013年的23%上升至2016年31%，京东从7%上升至13%，微商在野蛮生长之后逐渐走向规范和成熟，GMV占比从1%上升至6%，而相应的淘宝GMV占比三年间从57%下降至43%。

2013年网购市场GMV细分

数据来源：公开资料整理

2016年网购市场GMV细分

数据来源：公开资料整理

第六章2014-2017年中国网购B2C市场发展现状分析

6.1 2017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 2017年B2C市场整体收入规模分析
- 6.1.4 2017年B2C市场细分产品收入分析
- 6.2 2017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
- 6.3 2014-2017年中国B2C运营商竞争格局分析
 - 6.3.1 中国代表性B2C运营商服务对比分析
 - 6.3.2 2015年中国B2C运营商市场份额分析
 - 6.3.3 2017年中国B2C运营商市场份额分析
 - 6.3.4 B2C网站物流竞争现状分析
 - 6.3.5 中国邮政与TOM集团的合作分析
- 6.4 2014-2017年中国B2C行业投资现状分析
 - 6.4.1 B2C行业投资规模分析
 - 6.4.2 B2C行业投资轮次分析
 - 6.4.3 B2C行业投资阶段分析
 - 6.4.4 B2C行业投资区域分析
 - 6.4.5 B2C行业并购事件分析
- 第七章 2014-2017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 2017年中国服装网购行业发展现状分析
 - 7.2.1 2017年中国服装网购市场规模分析
 - 7.2.2 2017年服装B2C市场竞争格局分析
 - 7.2.3 2017年中国男装网购市场竞争升温
 - 7.2.4 2017年主要服装网购品牌发展现状分析
 - 7.3 2014-2017年中国男装网购主流模式对比分析
 - 7.3.1 PPG与VANCL的比较分析
 - 7.3.2 报喜鸟EBONO竞争优势分析
 - 7.3.3 2017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 2014-2017年中国第三方支付市场发展现状分析
 - 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 2017年中国第三方支付市场交易规模分析
 - 8.2 2014-2017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 2017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 2014-2017年中国网购市场调研分析
 - 9.1 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2014-2017年度中国网购重点城市分析
 - 9.7.1中国网购城市消费力概况
 - 9.7.2网购消费力前十城市
 - 9.7.3网购消费力增速最快城市和省份
 - 9.7.4网店卖家十大城市
 - 9.7.5网店卖家增长最快城市和省份
- 第十章2014-2017年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 2017年京东收入规模分析
 - 10.1.3 2017年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 2017年天猫收入规模分析
 - 10.2.3 2017年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 2017年 淘宝收入规模分析
 - 10.4 微商
 - 10.4.1 网站介绍
 - 10.4.2 2017年微商收入规模分析
 - 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 2017年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 2017年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2018-2024年中国网购市场前景与投资分析

11.12018-2024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

11.1.32018-2024年中国网购市场规模预测

11.22018-2024年中国网购模式的融合趋势分析

11.2.1B2C对C2C的替代趋势分析

11.2.2B2C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62013-2017年中国国内生产总值及增长速度

图表72013-2017年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表82013-2017年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表92013-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表10 2017年中国人口数及其构成情况

图表112013-2017年中国城市人口及所占比例增长趋势图

图表122013-2017年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表132013-2017年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表142013-2017年中国网民规模及互联网普及率增长趋势图

图表152013-2017年中国手机网民规模增长统计

图表162013-2017年中国各地网购政策列表

图表17 2017年深圳市出台的网购产业政策列表

图表182011-2017年中国电子商务发展史

图表192011-2017年中国电子商务服务企业增长阶段分布

图表202011-2017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222013-2017年中国电子商务服务企业区域分布

图表232015年中国电子商务服务企业行业分布

图表24 2017年上半年中国电子商务服务企业行业分布

图表252013-2017年中国电子商务交易规模增长趋势图

图表262013-2017年中国网上银行交易额增长趋势图

图表272013-2017年中国网上支付市场规模增长趋势图

图表282013-2017年中国网上支付用户规模

图表292013-2017年全球网购市场交易规模地区分布

图表30 2017年全球各地区互联网渗透率对比

图表31 2017年德国主要购物网站顾客规模统计

图表322013-2017年英国网购用户规模增长趋势图

图表332011-2017年中国零售类网货的发展与演进

图表342011-2017年网货发展中的龙头货品趋势图

图表352012-2017年淘宝网商品品类交易额排名变化

图表36中国网货渠道成本缩减示意图

图表37中国零售类网货销售竞争手段示意图

图表38中国零售类网货的来源

图表392013-2017年中国网购用户规模统计

图表402012-2017年中国网购市场规模增长趋势图

图表41 2017中国网购交易规模市场份额图

图表422012-2017年中国网购网站数量增长趋势图

图表43中国C2C市场主要服务商比较

图表44 2017年上半年中国C2C电子商务运营商市场份额

图表452013-2017年中国个人网店数量规模增长趋势图

图表46网上书店和实体书店竞争优势对比

图表472013-2017年中国网购带来的快递企业收入增长趋势图

图表482013-2017年中国网购快递企业数量变化趋势图

图表49 2017年中国团购网站数量增长趋势图

图表50 2017年上半年中国团购网站市场份额

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/343276.html>