

# 2020-2025年中国网络购物行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国网络购物行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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/508472.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

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（直接银行转账，在线汇款）和担保交易则是货到付款等。

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、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 网络购物的优点及缺点

- 一、网络购物的优点
- 二、现有网络购物的缺点

### 第二章 中国网络购物的发展环境分析

#### 第一节 宏观经济环境

- 一、2019年中国国民经济和社会发展状况
- 二、2019年国际后危机时代正向全球性经济危机转变
- 三、2019年宏观经济运行指标分析
- 四、2019年中国宏观经济发展展望
- 五、2019年中国经济增长预测

#### 第二节 行业发展环境

- 一、中国网络购物迅速向大众普及

- 二、后危机时代下中国网络购物逆势上扬
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、规范网络购物的法律调整
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

### 第三节 2019年市场宏观状况

- 一、网络购物市场交易规模
- 二、网络购物占社会消费品零售总额比重
- 三、网络购物交易规模构成

## 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
- 二、全球网购环保问题发展分析
- 三、欧盟倡议保护网络购物者权益
- 四、欧盟网络购物调查分析

### 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、2019年美国上班族网络购物蔚然成风
- 五、2019年美国将取消网络购物免税政策

### 第三节 英国

- 一、英国网络购物势头发展迅猛
- 二、2019年英国网络购物发展现状分析
- 三、2019年英国网络购物现状分析
- 四、2019年英国网络购物预测

### 第四节 德国和法国

- 一、德国人网上购物有规矩
- 二、2019年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、2019年法国网络购物交易总额预测

### 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
- 三、韩国网络购物市场发展现状

四、新加坡网络购物个人平均消费额居亚洲第一

五、中国港、台地区网络购物市场发展迅速

#### 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、2015-2019年网络购物在中国的发展历程

二、中国网络购物市场规模迅速增长

三、中国网络购物挑战中国百货业

四、中国网络购物推动就业潜力巨大

##### 第二节 2015-2019年中国网络购物市场的发展分析

一、2019年中国网络购物市场发展分析

二、2019年中国网络购物市场规模分析

三、2019年中国网络购物市场呈现新变化

四、2019年中国网购市场规模与发达国家相比分析

##### 第三节 2019年中国网络购物市场规模分析

一、网络购物市场规模

二、网络购物占社会消费品零售总额比重

三、交易额规模结构

##### 第四节 2019年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

##### 第五节 2019年中国网络购物发展动态

一、2019年我国网络购物已经进入高速增长期

二、2019年中国网络购物市场规模分析

三、2019年后危机时代推动网络购物市场发展

四、2019年网络购物已成中国网民消费时尚

五、2019年网络购物平台提升交易活跃度

##### 第六节 中国网络购物发展的问题及对策

一、中国网络购物市场存在的问题

二、中国网络购物市场尚缺信用保障

三、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

四、中国网络购物发展的主要问题及解决对策

五、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、品牌知名度与品牌城市地区差异
- 二、各网站品牌转化率
- 三、各网站品牌综合评价

### 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、网龄
- 二、性别
- 三、学历
- 四、年龄
- 五、地域
- 六、学生/非学生用户
- 七、月收入

### 第二节 网络购物商品类别

- 一、各类别商品网购用户规模
- 二、分城市级别各类商品网购用户分布
- 三、各类商品网购用户群体差异

### 第三节 网络购物商品评论

- 一、网购用户阅读商品评论情况
- 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、购物网站月度覆盖人数
- 二、购物网站月度访问次数
- 三、购物网站月度浏览页面

### 第五节 网络购物用户其他行为分析

一、购物频率

二、网络购物用户商品浏览习惯

三、网络购物支付方式

四、不愉快的购物经历

第六节 2019年网购市场发展因素分析

一、淘宝CP

二、用户网购频次和金额

三、用户网购商品品类

四、后危机时代助推网购市场之企业视角

第七章 中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节 中国网络购物的前景展望

一、中国网络购物市场的发展前景分析

二、中国网络购物未来发展空间分析

三、2020-2025年中国网络购物市场规模预测

四、2020-2025年中国服装B2C网络购物市场分析

五、2019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分析

一、中国网络购物的发展趋势

二、无线电子商务将成网络购物发展趋势

三、中国网络购物行为未来发展七大趋势

附录：

附录一：网络购物服务规范（2019年征求意见稿）

附录二：电子商务模式规范（2019年征求意见稿）

图表目录：

图表：网络购物分

图表：网络购物市场规模定

图表：2015-2019年GDP增速趋势

图表：2015-2019年工业增加值与发电量对比趋势

图表：2015-2019年“三架马车”投资、消费、出口增长趋势对比

图表：2015-2019年PPI增速趋势

图表：2015-2019年进出口对比趋势

图表：2015-2019年平均工资与登记失业率趋势对比

图表：2015-2019年货币供应量增幅趋势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/508472.html>