

2020-2026年中国网络购物 平台产业发展现状与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国网络购物平台产业发展现状与投资策略报告》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.cction.com/report/202005/164412.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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（直接银行转帐，在线汇款）和担保交易则是货到付款等。

由于网络发展带动，网上购物已经成为一种时尚，而且将永存。故购物平台可以分为两大类，一般购物平台和网上购物平台。

一般购物平台就是现实生活中的商场、店铺等，有时销售渠道也统称为购物平台。

网上购物平台就是在虚拟的世界进行购物活动的平台，多运用数字化传递信息，达到实物交易的目的

2011-2021年中国网络购物市场规模及增长率

2009-2021年中国网络购物用户人均网上消费额

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网络购物平台产业发展现状与投资策略报告》共十四章。首先介绍了中国网络购物平台行业市场发展环境、网络购物平台整体运行态势等，接着分析了中国网络购物平台行业市场运行的现状，然后介绍了网络购物平台市场竞争格局。随后，报告对网络购物平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络购物平台行业发展趋势与投资预测。您若想对网络购物平台产业有个系统的了解或者想投资中国网络购物平台行业，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：

第一章网络购物平台概述

第一节电子商务产业基础概述

一、电子商务产业范围界定

二、电子商务的分类

三、B2B、B2C、C2C是网络购物最常见交易方式

B2B = Business to Business，商家（泛指企业）对商家的电子商务，即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。通俗的说法是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），他们使用 Internet 的技术或各种商务网络平台（如拓商网），完成商务交易

的过程。这些过程包括：发布供求信息，订货及确认订货，支付过程，票据的签发、传送和接收，确定配送方案并监控配送过程等。

B2C = Business to Customer，B2C 模式是中国最早产生的电子商务模式，如今的 B2C 电子商务网站非常的多，比较大型的有天猫商城、京东商城、一号店、亚马逊、苏宁易购、国美在线等。

C2C = Consumer to Consumer，C2C 同 B2B、B2C 一样，都是电子商务的几种模式之一。不同的是 C2C 是用户对用户的模式，C2C 商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。中国网络购物市场交易规模结构分布预测

第二节网络购物阐述

一、网络购物流程

二、网络购物安全

三、网络购物支付

第三节网络购物的优势及缺点

一、网络购物为消费者带来方便和便宜

二、网络购物对商家及整个市场的经济利益

三、网络购物仍然存在诸多顾虑

第四节网络购物市场规模统计范畴

第二章2019年中国网络购物行业运行环境解析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节2019年中国网络购物行业社会环境分析

一、中国网络购物迅速向大众普及

- 二、金融危机下中国网民热捧网络购物
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、地方规范开启网络购物有章可循大门
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展
- 六、网民数量是网络购物高速发展的土壤
- 七、网络购物消费水平和消费意愿

第三节2019年中国网络购物市场宏观状况分析

- 一、网络购物渗透率
- 二、购物金额
- 三、各购物网站网络购物渗透率
- 四、购物网站用户市场份额
- 五、购物网站用户重合度

第三章2019年中国网络购物行业运行新态势分析

第一节2019年中国网络购物发展总况

- 一、网络购物在发展回顾
- 二、中国网络购物市场规模迅速增长
- 三、中国网络购物发展挑战传统零售业
- 四、中国网络购物推动就业潜力巨大

第二节2019年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模2009-2021年中国网络购物用户规模及预测
- 二、中国网络购物交易规模
- 三、C2C仍是中国用户首选网购站点
- 四、B2C成为电子商务最主要投资行业

第三节2019年中国网络购物市场分布

- 一、地域分布
- 二、年龄分布

第四节2019年中国网络购物市场存在的问题

- 一、中国网络购物消费者权益问题
- 二、中国网络购物安全问题
- 三、中国网络购物的支付结算问题
- 四、中国网络购物商家信誉的问题

五、中国网络购物立法问题

第四章2019年中国C2C类购物网站运行透析

第一节淘宝

- 一、网站介绍
- 二、淘宝商城介绍
- 三、经营情况分析
- 四、优劣势分析
- 五、淘宝战略

第二节易趣

- 一、网站介绍
- 二、易趣免费牌奏效关键指标月内涨三成
- 三、竞争优势分析

第三节拍拍网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、网站竞争优劣势分析

第四节百度“有啊”

- 一、网站介绍
- 二、网站竞争优劣势分析

第五章2019年中国综合类B2C购物网站运行分析

第一节当当网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第二节卓越亚马逊

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、发展战略

第三节红孩子

- 一、网站介绍

二、经营情况

三、竞争力分析

第六章2019年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析

第一节2019年中国服装类B2C网购市场概况

一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头

二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素

三、中国服装网络购物增长速度

四、中国服装网络购物市场交易规模

第二节VANCL(凡客诚品)

一、网站介绍

二、物流情况

三、经营情况

四、发展战略

第三节麦网

一、网站介绍

二、经营情况

三、发展战略

第四节梦露时尚网

一、网站介绍

二、网站运营模式

三、网站经营特色

第五节MASAMASO(玛萨玛索)

一、网站介绍

二、经营情况

三、竞争力分析

第六节时尚起义

一、网站介绍

二、竞争力分析

第七章2019年中国数码家电类B2C购物网站运营状况分析

第一节2019年中国数码家电类B2C网购市场概况

- 一、家电网购成数码新品首发渠道
- 二、八成网民认可网购家电
- 三、用户网购过数码家电类产品占比

第二节京东商城

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析
- 四、发展战略

第三节新蛋网

- 一、网站介绍
- 二、竞争力分析
- 三、发展战略

第四节世纪电器网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第五节易讯网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、最新动向

第六节北斗手机网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况

第八章2019年中国其它类型B2C购物网站运行分析

第一节99网上书城

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、发展战略
- 四、竞争力分析

第二节钻石小鸟

- 一、网站介绍

- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第九章 2020-2026年中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节2020-2026年中国网络购物的前景展望

- 一、中国网络购物市场的前景无限美好
- 二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展
- 三、2020-2026年中国网络购物市场规模预测

第二节2020-2026年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、中国网络购物模式发展的融合趋势
- 三、中国网络购物行为未来发展七大趋势
- 四、B2C将成为未来网络购物市场的主趋势
- 五、网上百货商城还有很大的发展空间
- 六、B2C电子商务市场竞争将更加分散
- 七、购物搜索将成为网络购物的重要角色
- 八、B2C企业的物流渠道建设将逐步好转

第十章2020-2026年中国网购市场投资机会分析

第一节2020-2026年中国网络购物市场投资机会分析

- 一、母婴市场自成为掘金的富矿
- 二、保健品成网购新宠儿
- 三、网购建材成为现代人购物新潮流

第二节2020-2026年中国网购市场投资风险预警

- 一、政策风险
- 二、经营风险
- 三、技术风险
- 四、进入退出风险

第三节投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013.09-2016.10中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012-2019年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2019年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2019年我国财政收入支出走势图单位：亿元

图表：2005-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2019年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2012-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2012-2019年我国总人口数量增长趋势图

图表：2019年人口数量及其构成

图表：2012-2019年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2012-2019年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2012-2019年中国城镇化率走势图

图表：2012-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2000-2019年中国网民规模增长趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164412.html>