

# 2022-2028年中国网络购物 市场前景展望与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国网络购物市场前景展望与投资潜力分析报告》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/202112/255345.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（直接银行转账，在线汇款）和担保交易则是货到付款等。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国网络购物市场前景展望与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了网络购物行业市场发展环境、网络购物整体运行态势等，接着分析了网络购物行业市场运行的现状，然后介绍了网络购物市场竞争格局。随后，报告对网络购物做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络购物行业发展趋势与投资预测。您若想对网络购物产业有个系统的了解或者想投资网络购物行业，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 网络购物行业相关概述

#### 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

#### 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 2015-2019年中国网络购物所属行业运行环境分析

### 第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2019年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2015-2019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、贸易战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 2015-2019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 2015-2019年中国网络购物所属行业运行态势分析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模
- 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 2015-2019年中国网络购物市场分布

一、地域分布

二、年龄分布

#### 第四节 2015-2019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 中国C2C类购物网站运行分析

#### 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 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 2015-2019年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析

### 第一节 2015-2019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 MASA MASO (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

### 第七章中国数码家电类B2C购物网站运营状况分析

#### 第一节中国数码家电类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 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 2022-2028年中国网络购物市场发展前景与投资预测分析()

### 第一节 2022-2028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、2022-2028年中国网络购物市场规模预测

#### 四、2019年左右中国网络购物将到达成熟期

### 第二节 2022-2028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

### 第三节 2022-2028年中国网络购物市场投资机会分析

### 第四节 2022-2028年中国网购市场投资风险分析

### 第五节 投资建议

## 部分图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度



图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015-2019年中国网民规模增长趋势图

图表：中国网络购物用户职业分布状况

图表：中国网络购物用户样本属性

图表：中国网络购物用户购物次数

图表：中国网民未进行网络购物原因

图表：中国网络购物用户获知购物网站渠道

图表：中国网络购物用户网络购物沟通方式

图表：中国网络购物用户网络购物支付方式

图表：中国网络购物用户交易网站类型

图表：中国网络购物用户预购网站类型

图表：中国网络购物买家交易考虑因素

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255345.html>