

2022-2028年中国网络购物 市场深度分析与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国网络购物市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202209/318239.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深度分析与行业竞争对手分析报告》共十一章。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1章网络购物相关概述

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网络购物相关介绍

1.2.1网络购物定义

1.2.2网络购物分类

1.2.3网络购物产业链

1.2.4网络购物商业模式

第2章2016-2020年中国网络购物发展环境分析

2.1经济环境分析

2.1.1 2016-2020年中国GDP增长分析

2.1.2 2016-2020年中国居民收入增长情况

2.1.3 2020年中国社会消费品零售总额分析

2.1.4 2020年中国宏观经济运行分析

2.2 社会环境分析

2.2.1 2020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 5G带动移动支付业务迅速发展

2.3 政策环境分析

2.3.1 2016-2020年中国各地网络购物相关政策汇总

2.3.2 2020年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

2.3.3 2020年《非金融机构支付服务管理办法》

2.3.4 2020年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

2.3.5 2020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“十四五”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 2020年中国电子商务网站数量及服务分析

2.4.3 2016-2020年中国电子商务服务企业分布

2.4.4 2016-2020年中国电子商务交易规模分析

2.4.5 2020年中国网上支付市场规模分析

2.4.6 2016-2020年中国网上支付用户规模分析

第3章 2016-2020年全球网购市场发展现状分析

3.1 2016-2020年全球网络购物市场发展现状分析

3.1.1 2020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致性分析

3.1.3 2020年奢侈品企业重点发展网购市场

3.2 2016-2020年美国网购市场发展现状分析

3.2.1 美国网络购物的多样性分析

3.2.2 美国主流团购网站运营模式分析

3.3 2016-2020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 2020年德国网络购物用户规模分析

3.4 2016-2020年其他国家网购市场发展现状分析

3.4.1 2020年英国网购用户规模分析

3.4.2 2020年法国网络消费将持续扩张

第4章2016-2020年中国网络购物市场发展现状分析

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 2020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 2016-2020年中国网络购物规模分析

4.2.1 2020年中国网络购物用户规模分析

4.2.2 2016-2020年中国网络购物市场交易规模分析

4.2.3 2016-2020年中国网购网站数量分析

4.3 2016-2020年中国C2C网络购物发展态势分析

4.3.1 中国代表性C2C运营商分析

4.3.2 2020年中国C2C运营商市场份额分析

4.3.3 2020年中国个人网站数量规模分析

4.4 2016-2020年中国网络购物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 中国网络购物促进就业作用大

4.4.5 网络购物对社会经济的促进作用分析

4.5 中国网络购物发展的问题及对策

4.5.1 中国网络购物市场存在的问题及原因分析

4.5.2 中国网络购物立法逐步完善

4.5.3 中国网络购物中消费者权益保护的对策分析

第5章2016-2020年中国网络购物新兴市场发展现状分析

- 5.1 2020年中国网络团购市场发展分析
 - 5.1.1 2020年中国团购网站迅速增长
 - 5.1.2 2020年中国团购网站市场份额分析
 - 5.1.3 2020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 2020年中国海外代购市场发展现状分析
 - 5.2.1 2020年中国海外代购市场规模分析
 - 5.2.2 2020年中国海外代购品类分析
 - 5.2.3 2020年海关新政对海外代购的影响分析
- 5.3 2016-2020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

第6章2016-2020年中国网购B2C市场发展现状分析

- 6.1 2020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
 - 6.1.3 2020年B2C市场整体收入规模分析
 - 6.1.4 2020年B2C市场细分产品收入分析
- 6.2 2020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 2016-2020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 2020年中国B2C运营商市场份额分析
 - 6.3.3 B2C网站物流竞争现状分析
 - 6.3.4 中国邮政与TOM集团的合作分析
- 6.4 2016-2020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7章2016-2020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 2020年中国服装网购行业发展现状分析
 - 7.2.1 2020年中国服装网购市场规模分析
 - 7.2.2 2020年服装B2C市场竞争格局分析
 - 7.2.3 2020年中国男装网购市场竞争升温
 - 7.2.4 2020年主要服装网购品牌发展现状分析
- 7.3 2016-2020年中国男装网购主流模式对比分析
 - 7.3.1PPG与VANCL的比较分析
 - 7.3.2报喜鸟EBONO竞争优势分析
 - 7.3.3 2020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8章2016-2020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
 - 8.1.22020年中国第三方支付市场交易规模分析
 - 8.22016-2020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
- 8.2.42020年中国第三方支付市场份额分析
- 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9章2016-2020年中国网络购物市场调研分析

- 9.1 2020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 2020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 2020年中国C2C购物网站用户调研分析
- 9.3.1C2C购物网站用户渗透率
- 9.3.2C2C购物网站品牌认知度与转化率
- 9.3.3C2C购物网站主要用户差异分析
- 9.4 2020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 2020年中国网民网络购物行为调研分析
- 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 2020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 2016-2020年中国网购重点城市分析

第10章中国购物网站运行状况分析

10.1淘宝网

10.1.1淘宝网简介

10.1.2淘宝网开拓台湾网购业务

10.1.3淘宝大物流计划的构建分析

10.2当当网

10.2.1网站介绍

10.2.2当当网收入规模分析

10.2.3当当网物流基地建设进展分析

10.3卓越亚马逊

10.3.1网站介绍

10.3.2卓越亚马逊收入规模分析

10.4红孩子

10.4.1网站介绍

10.4.2红孩子收入规模分析

10.52688网店

10.5.1公司简介

10.5.2 2688网店代购点模式分析

10.5.3 2688网店收入规模分析

10.6丽家宝贝

10.6.1公司简介

10.6.2丽家宝贝经营模式分析

10.6.3丽家宝贝收入规模分析

10.6.4丽家宝贝发展思路与目标

第11章2022-2028年中国网络购物市场前景与投资分析()

11.12022-2028年中国网络购物市场前景预测

11.1.1中国网络购物市场潜力较大

11.1.2中国网络购物成熟期分析

11.1.32022-2028年中国网络购物市场规模预测

11.22022-2028年中国网络购物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

部分图表目录：

图表12016-2020年中国各地网络购物政策列表

图表2 2020年深圳市出台的网络购物产业政策列表

图表3 2016-2020年中国电子商务发展史

图表4 2016-2020年中国电子商务服务企业增长阶段分布

图表5 2016-2020年中国B2B电子商务网站数量增长走势图

图表6中国B2B电子商务上市公司综合服务比较

图表7 2016-2020年中国电子商务服务企业区域分布

图表8 2020年中国电子商务服务企业行业分布

图表9 2020年中国电子商务服务企业行业分布

图表10 2016-2020年中国电子商务交易规模增长趋势图

图表11 2016-2020年中国网上银行交易额增长趋势图

图表12 2016-2020年中国网上支付市场规模增长趋势图

图表13 2016-2020年中国网上支付用户规模

图表14 2016-2020年全球网购市场交易规模地区分布

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/318239.html>