

# 2019年中国网络零售行业分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国网络零售行业分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/414645414645.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

网上零售（e-Retail）是指通过互联网或其他电子渠道，针对个人或者家庭的需求销售商品或者提供服务。网上零售(B2C/C2C)即交易双方以互联网为媒介的商品交易活动，即通过互联网进行的信息的组织和传递，实现了有形商品和无形商品所有权的转移或服务的消费。

随着居民收入水平的持续提高以及消费观念的转变，居民消费从注重量的满足转向追求质的提升，一些新兴业态不断涌出，消费结构得到不断调整，全国网络零售市场一片繁荣。

2018年全国网络零售市场规模稳健增长，从全国网络零售市场的发展来看，三大特征逐渐凸显：首先是消费升级背景下，居民由实物消费逐渐向非实物服务型消费转变；其次是伴随着新的消费热点的出现，商品结构进一步优化，以文化娱乐、休闲旅游、大众餐饮为代表消费升级类商品快速增长；最后，政策的持续利好，农村网络零售得到快速增长，逐渐成为全国网络零售的亮点，农村电子商务的快速发展，在推动农业产业转型升级、促进地方经济发展、实施精准脱贫等方面发挥重要作用。

### 一、市场规模

近年来，随着我国电子商务、互联网经济以移动支付的发展，线上零售业务逐渐普及。根据国家统计局最新公布的数据显示，2018年，全国网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%。其中，实物商品网上零售额70198亿元，增长25.4%，占社会消费品零售总额的比重为18.4%；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长33.8%、22.0%和25.9%。而以双十一、双十二等电商狂欢节的成交额来看，我国网络零售行业发展迅猛，未来发展仍然有极大空间。

#### 2013-2018年中国网络零售市场规模统计图

资料来源：观研天下数据中心整理

#### 2013-2018年天猫双十一成交额统计图

资料来源：观研天下数据中心整理

根据官方数据显示，2018年1-12月，全国社会消费品零售总额380987亿元，比上年增长9.0%(扣除价格因素实际增长6.9%，以下除特别说明外均为名义增长)，增速比1-11月略低0.1个百分点。其中，限额以上单位消费品零售额145311亿元，增长5.7%。

#### 2018年我国线上线下零售额占比图

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

随着经济实力的提升和居民可支配收入水平的提高，我国零售业市场规模逐年提高；在电子商务和移动支付的促进下，网上零售在日常生活中的渗透率越来越高，未来发展空间巨大。

### 二、供需规模

## 1、供应情况

据统计，近两年来天猫和淘宝平台的商家店铺数量保持着较高的水平，总体处于平缓的状态，偶尔会突然增长并保持下去。电子商务经过多年的发展，基本上许多行业的产品服务供应商都已经有了线上店铺，除了少数新成立的品牌和企业外，目前我国网络零售行业的店铺数量

2017-2018年天猫、淘宝所有商家店铺数量统计（家）

时间

天猫

淘宝

2017年7月

172450

7798790

2018年1月

177540

9397764

2018年7月

202543

9884741

2019年1月

209453

9802289资料来源：观研天下数据中心整理

据悉，由于目前新电商法的落地，使得越来越多的线上店铺无照经营的历史将一去不复返，在这样的情况下，在2019年开始，无论是淘宝、天猫，或者是京东和其他平台上的店铺，预计将有相当数量的网店因为多方面原因被迫关闭，使得总体上，平台的卖家数量有所下降。不过这对于行业的规范化发展是大有益处的，何况经营良好的店铺是不会受到影响的。

## 2、需求情况

据统计，2018年，我国实物商品网上零售额和非实物商品零售额均保持增长，分别增长25.4%和18.4%，两者零售额比例大致为8:2。可见，相对于无形的服务而言，有形产品更愿意采用网络零售的方式进行市场营销。

2018年我国网络零售行业实物商品与非实物商品需求占比

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

2018年1-12月，全国固定资产投资（不含农户）635636亿元，比上年增长5.9%，增速与1-11月份持平，比上年同期回落1.3个百分点。从环比速度看，12月份固定资产投资（不含农户）增长0.42%。其中，民间固定资产投资394051亿元，比上年增长8.7%，增速比上

年提高2.7个百分点。

### 三、市场竞争格局

电子商务网络零售是具有典型规模经济特征的行业，虽然目前市场上有大大小小、林林总总，数量众多的电子商务零售平台，但行业集中度非常高，C2C市场淘宝一家独大，B2C市场份额则主要集中于天猫、京东、苏宁易购等电商平台。

企业层面，尽管马太效应明显，但事实上我国仍有不少的企业在开展网络零售业务，企业数量也不是一双手可以数得过来的。根据近年我国各机构相关零售行业企业评选排名可以测算，我国网络零售企业主要集中于华东、华南和华北地区，分别对应于我国三大经济区，即长三角、珠三角和环渤海经济区，这可能得益于我国商业贸易和IT产业的发展，以及物流和金融等关联性行业的帮助。

我国网络零售企业区域分布

资料来源：观研天下数据中心整理

### 四、市场发展前景

随着互联网技术的完善和互联网终端的普及加速了“全民互联”时代的到来，同时社会主力消费群体正转向80后、90后人群，彰显时尚个性、高学历、贴近互联网、追求高品质生活成为其主要特点，在此大环境下中国网络零售产业整体步入快速增长阶段。新一代的人群，将是奠定网络零售良好的客群用户基础，并且释放出巨大的市场潜力。未来，我国网络零售交易规模将会保持持续增长，按照《电子商务“十三五”发展规划》，2020年我国网络零售交易额将达到10万亿，预计2019年，我国网络零售交易额就将突破10万亿，提前达到目标。在此状况下，预计到2025年我国网络零售行业市场交易规模将达到19.33亿元。

2019-2025年中国网络零售行业市场交易规模预测

资料来源：观研天下数据中心整理（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国网络零售行业分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国网络零售行业发展概述

#### 第一节 网络零售行业发展情况概述

- 一、网络零售行业相关定义
- 二、网络零售行业基本情况介绍
- 三、网络零售行业发展特点分析

#### 第二节 中国网络零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、网络零售行业产业链条分析
- 三、中国网络零售行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国网络零售行业生命周期分析

- 一、网络零售行业生命周期理论概述
- 二、网络零售行业所属的生命周期分析

#### 第四节 网络零售行业经济指标分析

- 一、网络零售行业的赢利性分析
- 二、网络零售行业的经济周期分析
- 三、网络零售行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国网络零售行业进入壁垒分析

- 一、网络零售行业资金壁垒分析
- 二、网络零售行业技术壁垒分析
- 三、网络零售行业人才壁垒分析
- 四、网络零售行业品牌壁垒分析
- 五、网络零售行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球网络零售行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球网络零售行业发展历程回顾

#### 第二节 全球网络零售行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲网络零售行业地区市场分析

- 一、亚洲网络零售行业市场现状分析
- 二、亚洲网络零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲网络零售行业市场前景分析

### 第四节 北美网络零售行业地区市场分析

- 一、北美网络零售行业市场现状分析
- 二、北美网络零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美网络零售行业市场前景分析

### 第五节 欧盟网络零售行业地区市场分析

- 一、欧盟网络零售行业市场现状分析
- 二、欧盟网络零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟网络零售行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界网络零售行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球网络零售行业市场规模预测

## 第三章 中国网络零售产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品网络零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国网络零售行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国网络零售产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国网络零售行业运行情况

### 第一节 中国网络零售行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国网络零售行业市场规模分析

### 第三节 中国网络零售行业供应情况分析

### 第四节 中国网络零售行业需求情况分析

### 第五节 中国网络零售行业供需平衡分析

### 第六节 中国网络零售行业发展趋势分析

## 第五章 中国网络零售所属行业运行数据监测

### 第一节 中国网络零售所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国网络零售所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国网络零售所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2016-2018年中国网络零售市场格局分析

### 第一节 中国网络零售行业竞争现状分析

#### 一、中国网络零售行业竞争情况分析

#### 二、中国网络零售行业主要品牌分析

### 第二节 中国网络零售行业集中度分析

#### 一、中国网络零售行业市场集中度分析

#### 二、中国网络零售行业企业集中度分析

### 第三节 中国网络零售行业存在的问题

### 第四节 中国网络零售行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国网络零售行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业



#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第七章 2016-2018年中国网络零售行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国网络零售行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国网络零售行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 网络零售行业成本分析

#### 第四节 网络零售行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国网络零售行业价格现状分析

#### 第六节 中国网络零售行业平均价格走势预测

##### 一、中国网络零售行业价格影响因素

##### 二、中国网络零售行业平均价格走势预测

##### 三、中国网络零售行业平均价格增速预测

### 第八章 2016-2018年中国网络零售行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国网络零售行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区网络零售市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区网络零售市场规模分析

##### 四、华东地区网络零售市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区网络零售市场规模分析

##### 四、华中地区网络零售市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区网络零售市场规模分析

#### 第九章 2016-2018年中国网络零售行业竞争情况

##### 第一节 中国网络零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

###### 一、现有企业间竞争

###### 二、潜在进入者分析

###### 三、替代品威胁分析

###### 四、供应商议价能力

###### 五、客户议价能力

##### 第二节 中国网络零售行业SWOT分析

###### 一、行业优势分析

###### 二、行业劣势分析

###### 三、行业机会分析

###### 四、行业威胁分析

##### 第三节 中国网络零售行业竞争环境分析（PEST）

###### 一、政策环境

###### 二、经济环境

###### 三、社会环境

###### 四、技术环境

#### 第十章 网络零售行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

## 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

## 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国网络零售行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国网络零售行业未来发展前景分析

#### 一、网络零售行业国内投资环境分析

#### 二、中国网络零售行业市场机会分析

#### 三、中国网络零售行业投资增速预测

### 第二节 中国网络零售行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国网络零售行业市场发展预测

#### 一、中国网络零售行业市场规模预测

#### 二、中国网络零售行业市场规模增速预测

#### 三、中国网络零售行业产值规模预测

#### 四、中国网络零售行业产值增速预测

#### 五、中国网络零售行业供需情况预测

### 第四节 中国网络零售行业盈利走势预测

#### 一、中国网络零售行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国网络零售行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国网络零售行业投资风险与营销分析

### 第一节 网络零售行业投资风险分析

#### 一、网络零售行业政策风险分析

#### 二、网络零售行业技术风险分析

#### 三、网络零售行业竞争风险

#### 四、网络零售行业其他风险分析

## 第二节 网络零售行业企业经营发展分析及建议

一、网络零售行业经营模式

二、网络零售行业销售模式

三、网络零售行业创新方向

## 第三节 网络零售行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

## 第十三章 2019-2025年中国网络零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国网络零售行业品牌战略分析

一、网络零售企业品牌的重要性

二、网络零售企业实施品牌战略的意义

三、网络零售企业品牌的现状分析

四、网络零售企业的品牌战略

五、网络零售品牌战略管理的策略

### 第二节 中国网络零售行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国网络零售行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

## 第十四章 2019-2025年中国网络零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国网络零售行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

### 第二节 中国网络零售行业定价策略分析

### 第三节 中国网络零售行业营销渠道策略

#### 一、网络零售行业渠道选择策略

#### 二、网络零售行业营销策略

### 第四节 中国网络零售行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国网络零售行业重点投资区域分析

#### 二、中国网络零售行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/414645414645.html>