

# 2016-2022年中国网络购物市场运营现状及十三五 投资规划研究报告

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《2016-2022年中国网络购物市场运营现状及十三五投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/247022247022.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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。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）。担保交易（淘宝支付宝，百度百付宝，腾讯财付通等的担保交易），货到付款等。

中国报告网发布的《2016-2022年中国网络购物市场运营现状及十三五投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

### 第一章网络购物产业相关概述

#### 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

### 第二章2013-2015年世界网络购物运行状况分析

#### 第一节2013-2015年世界网络购物市场发展综述

##### 一、世界网络购物市场发展回顾

##### 二、世界网络零售巨头发展现状

### 三、全球网购发展看似环保其实不够“绿”

#### 第二节2013-2015年世界网络购物产业运行态势分析

##### 一、世界网络购物市场运行特点分析

##### 二、欧盟倡网络购物市场形势分析

##### 三、网络购物市场最新动态分析

#### 第三节2016-2022年世界网络购物产业发展趋势分析

### 第三章2013-2015年世界网络购物产业主要地区运行分析

#### 第一节美国

##### 一、美国网络购物的发展模式特点

##### 二、美国政策法律日益完善推动网络购物迅速发展

##### 三、美国网络购物发展存在的问题

##### 四、美国网络购物市场应进一步提高用户体验

#### 第二节英国

##### 一、英国网络购物势头发展迅猛

##### 二、英国网购市场规模分析

##### 三、2013-2015年英国网络购物用户将达到3170万

#### 第三节法国和德国

##### 一、法国网络购物市场发展现状

##### 二、法国网络购物交易情况分析

##### 三、德国网络购物的发展现状

##### 四、德国近年网络购物人数量大幅攀升

#### 第四节亚洲国家或地区

##### 一、亚洲网络购物异军突起发展迅速

##### 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2013-2015年中国网络购物产业运行环境分析

#### 第一节2015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、2015年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节2013-2015年中国网络购物产业政策环境分析

##### 一、网络购物服务规范（2008年征求意见稿）

##### 二、相关产业政策影响分析

### 第三节2013-2015年中国网络购物产业社会环境分析

## 第五章2013-2015年中国网络购物产业运行形势分析

### 第一节2013-2015年中国网络购物行业发展环境

- 一、网络购物跻身十大网络应用之列
- 二、地方规范开启网络购物有章可循大门
- 三、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

### 第二节2013-2015年中国网络购物市场宏观状况

- 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

### 第三节2013-2015年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、中国网络购物发展的主要问题及解决对策
- 四、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

## 第六章2013-2015年中国网络购物市场运行动态分析

### 第一节2013-2015年中国网络购物市场的发展综述

- 一、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2013-2015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
- 四、交易额各地区分布状况

### 第三节2013-2015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

## 第七章2013-2015年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

第八章 2016-2022年网络购物行业未来发展预测及投资前景分析

第一节 当前网络购物行业存在的问题及对策

第二节 2016-2022年网络购物行业前景分析

一、网络购物行业发展环境分析

三、网络购物行业发展趋势分析

第三节2016-2022年网络购物行业投资前景分析

一、网络购物行业供给预测

二、网络购物行业需求预测

第九章2013-2015年中国网络购物产业市场竞争格局透析

第一节2013-2015年中国网购市场三大竞争梯队分析

一、第一阶梯优势全面（淘宝、易趣、拍拍）

二、第二阶梯差距较小（综合B2C和垂直类的B2C）

三、第三阶梯上升潜力较大（成立时间不长企业）

第二节2013-2015年中国新兴购物网站颠覆传统卖场格局

第三节2013-2015年中国网购竞争形势分析

一、网络购物市场的竞争愈演愈烈

二、国内网购酝酿竞争升级

第四节2016-2022年中国网络购物产业行业竞争趋势分析

图表目录（部分）：

图表：2013-2015年中国GDP产值及增速统计分析

图表：2013-2015年1-4季度中国GDP增长速度分析

图表：2015年中国固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年中国分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年中国固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015年中国房地产开发和销售主要指标完成情况及增长速度

图表：2013-2015年中国人口自然增长率分析

图表：2013-2015年中国高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数（万人）

图表：2013-2015年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2013-2015年中国城镇化率发展分析

图表：2015年全国居民消费价格涨跌幅（%）

图表：2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅（%）

图表：2015年居民消费价格分类别环比涨跌幅（%）

图表：2015年居民消费价格主要数据

图表：2013-2015年中国网络购物行业企业数量分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业资产规模分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业销售规模分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业利润规模分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业产成品分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业工业销售产值分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业出口交货值分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业销售成本分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业销售费用分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业管理费用分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业财务费用分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业盈利能力分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业偿债能力分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业运营能力分析

图表：2013-2015年中国网络购物行业成长能力分析

图表：2015年中国网络购物行业需求区域分布格局

图表：2015年中国网络购物行业华东地区市场消费分析

图表：2015年中国网络购物行业中南地区市场消费分析

图表：2015年中国网络购物行业华北地区市场消费分析

图表：2015年中国网络购物行业西部地区市场消费分析

图表：2013-2015年企业一主要经济指标分析

图表：2013-2015年企业一盈利能力分析

图表：2013-2015年企业一偿债能力分析

图表：2013-2015年企业一运营能力分析

图表：2013-2015年企业一成长能力分析

图表：2013-2015年企业二主要经济指标分析

图表：2013-2015年企业二盈利能力分析

图表：2013-2015年企业二偿债能力分析

- 图表：2013-2015年企业二运营能力分析
- 图表：2013-2015年企业二成长能力分析
- 图表：2013-2015年企业三主要经济指标分析
- 图表：2013-2015年企业三盈利能力分析
- 图表：2013-2015年企业三偿债能力分析
- 图表：2013-2015年企业三运营能力分析
- 图表：2013-2015年企业三成长能力分析
- 图表：2013-2015年企业四主要经济指标分析
- 图表：2013-2015年企业四盈利能力分析
- 图表：2013-2015年企业四偿债能力分析
- 图表：2013-2015年企业四运营能力分析
- 图表：2013-2015年企业四成长能力分析
- 图表：2013-2015年企业五主要经济指标分析
- 图表：2013-2015年企业五盈利能力分析
- 图表：2013-2015年企业五偿债能力分析
- 图表：2013-2015年企业五运营能力分析
- 图表：2013-2015年企业五成长能力分析
- 图表：2013-2015年企业六主要经济指标分析
- 图表：2013-2015年企业六盈利能力分析
- 图表：2013-2015年企业六偿债能力分析
- 图表：2013-2015年企业六运营能力分析
- 图表：2013-2015年企业六成长能力分析
- 图表：2013-2015年中国网络购物行业市场规模增长预测
- 图表：2013-2015年中国网络购物行业产量规模增长预测
- 图表：2013-2015年中国网络购物行业需求规模增长预测
- 图表：2013-2015年中国网络购物行业市场盈利能力趋势预测
- 图表详见正文 . . . . .

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/247022247022.html>