

中国网络购物行业深度调研及未来五年投资定位 分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络购物行业深度调研及未来五年投资定位分析报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/209289209289.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一章 网络购物相关概述

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、电子商务主要应用系统

第二节 网络购物的定义及分类

一、网络购物的概念

二、网络购物的特点

三、网络购物的分类

第三节 网络购物的优点及缺点

一、网络购物的优点

二、网络购物的缺点

第二章 中国网络购物环境分析

第一节 中国宏观经济运行环境分析

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

第二节 网络购物行业监管相关法律法规

一、《网络商品交易及服务监管条例》

二、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》

三、《网络零售管理条例》

四、《网络发票管理办法》

五、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

六、《快递市场管理办法》

第三节 中国网络购物市场宏观状况

一、互联网用户规模的分析

二、网络购物市场交易规模

三、网络购物交易规模构成

四、网络购物占社会消费品零售总额比重

第三章 世界网络购物市场发展分析

第一节 全球网络购物市场的发展

一、全球网络购物市场发展现状

二、全球网购环保问题发展分析

三、网络交易消费者权益保护立法

（一）美国

（二）德国

（三）英国

（四）澳大利亚

（五）新加坡

（六）日本

（七）韩国

四、美国网络购物客户满意度调查

第二节 美国

一、美国人网络购物成时尚

二、美国政策法律推动网络购物发展

三、美国网络购物市场应进一步提高用户体验

四、美国网络购物情况

第三节 英国

一、英国网络购物势头发展迅猛

二、英国网络购物市场现状分析

三、英国网络购物规模

四、英国网络购物预测

第四节 德国与法国

一、德国人网上购物有规矩

二、德国网络购物将超过传统模式

三、法国网络购物增势强劲

四、法国网络购物销售额情况

第五节 亚洲国家或地区

一、亚洲网络购物热潮兴起

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、新加坡网络购物发展环境分析

第四章 中国网络购物市场发展分析

第一节 中国网络购物市场的发展综述

一、中国网络购物十年发展历程

二、中国网络购物挑战传统百货业

三、移动网购将成为下一片蓝海

第二节 中国网络购物市场的发展分析

一、中国网购市场用户规模分析

二、中国网络购物的用户使用率

三、中国网络购物市场规模分析

四、中国网络购物市场结构分析

五、中国网购市场竞争态势分析

六、中国服装B2C网络购物市场分析

第三节 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

第四节 中国网络购物发展动态

一、北京市网络购物零售额近600亿

二、上海网络购物季销售总额逾60亿

三、调查显示女性成为中国网络购物主力

四、官方严厉打击网络交易违法行为

五、京东进军酒店预订业务

第五节 度网络零售投诉情况分析

一、度十大网络购物热点投诉问题

二、度十大网络购物投诉网站

三、度热点行业购物网站投诉榜

四、度TOP12热点投诉支付/快递榜

五、度十大热点传统品牌电商投诉榜

第六节 中国网络购物发展的问题及对策

一、消费者网络购物影响因素分析

二、完善网购信用体系建设的建议

三、中国网络购物发展存在的主要问题

四、网络购物存在的法律问题及其对策

第五章 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、网站品牌综合评价

二、品牌购物网站单一用户

三、品牌购物网站新增用户

四、品牌购物网站用户流失

五、品牌购物网站覆盖人数

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

第四节 网络购物渗透率

一、中国网络购物渗透率

二、区域网络购物渗透率

三、品牌网络购物渗透率

第六章 中国网络购物用户特征及行为分析

第一节 网络购物用户特征

一、性别

二、年龄

三、学历

四、职业

五、收入

六、区域

第二节 网络购物商品类别

一、各类别商品网购用户规模

二、各类商品网购用户群体差异

（一）服装网购用户行为分析

（二）数码网购用户行为分析

（三）家电网购用户行为分析

第三节 网络购物商品评论

一、网购用户阅读商品评论情况

二、商品评论分布渠道

三、意见领袖分布群体

第四节 网络购物用户访问行为数据

一、购物网站月度访问人数

二、购物网站月度访问次数

三、购物网站人均月度访问次数

四、购物网站月度转化率

第五节 网络购物用户其他行为分析

一、购物频率

二、网络购物支付方式

三、网络购物满意度

四、不愉快的购物经历

五、网购欺诈和纠纷

第六节 网购市场发展因素分析

一、网购CPI发展现状分析

二、网购CPI发展趋势分析

三、网购快递物流影响因素

四、网购消费信任影响因素

第七章 中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节 中国网络购物的前景展望

一、中国网络购物市场发展前景分析

二、中国网络购物未来发展空间分析

三、中国服装网购市场前景分析

四、未来五年中国网络购物市场规模预测

五、左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 中国网络购物市场的趋势分析

一、中国网络购物市场发展趋势

二、无线电子商务将成网络购物发展趋势

三、中国服装网购发展趋势分析

四、中国网络购物行为未来发展趋势

图表详见正文•••••

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/209289209289.html>