

2018年中国移动互联网购物行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国移动互联网购物行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/359405359405.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，移动互联网购物行业也得到了快速发展，2016年我国移动互联网购物行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，移动互联网购物行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从移动互联网购物行业企业区域分布情况来看，移动互联网购物行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国移动互联网购物行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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。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 移动互联网购物行业报告摘要

1.1 移动互联网购物行业报告研究范围

1.1.1 移动互联网购物行业专业名词解释

1.1.2 移动互联网购物行业研究范围界定

1.1.3 移动互联网购物行业调研框架简介

1.1.4 移动互联网购物行业调研工具介绍

1.1.5 移动互联网购物行业研究机构

1.2 移动互联网购物行业报告研究摘要

1.2.1 移动互联网购物行业发展现状分析

1.2.2 移动互联网购物行业市场规模分析

1.2.3 移动互联网购物行业发展趋势预测

1.2.4 移动互联网购物行业前景调研展望

1.2.5 移动互联网购物行业投资建议

第二章 移动互联网购物行业概述

2.1 移动互联网购物行业基本概述

2.1.1 移动互联网购物行业基本定义

2.1.2 移动互联网购物行业主要分类

2.1.3 移动互联网购物行业市场特点

2.2 移动互联网购物行业商业模式

2.2.1 移动互联网购物行业商业模式

2.2.2 移动互联网购物行业盈利模式

2.2.3 移动互联网购物行业互联网+模式

2.3 移动互联网购物行业产业链

2.3.1 移动互联网购物行业产业链简介

2.3.2 移动互联网购物行业上游供应分布

2.3.3 移动互联网购物行业下游需求领域

2.4 移动互联网购物行业发展特性

2.4.1 移动互联网购物行业季节性

2.4.2 移动互联网购物行业区域性

2.4.3 移动互联网购物行业周期性

第三章 中国移动互联网购物行业发展环境分析

3.1 移动互联网购物行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 行业主要协会

3.1.3 主要产业政策及主要法规

3.2 移动互联网购物行业经济环境分析

3.2.1 2016-2018年宏观经济分析

3.2.2 2018-2024年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 移动互联网购物行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 移动互联网购物行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际移动互联网购物行业发展经验借鉴

4.1 美国移动互联网购物行业发展经验借鉴

4.1.1 美国移动互联网购物行业发展历程分析

4.1.2 美国移动互联网购物行业运营模式分析

4.1.3 美国移动互联网购物行业发展趋势预测

4.1.4 美国移动互联网购物行业对我国的启示

4.2 英国移动互联网购物行业发展经验借鉴

4.2.1 英国移动互联网购物行业发展历程分析

4.2.2 英国移动互联网购物行业运营模式分析

4.2.3 英国移动互联网购物行业发展趋势预测

4.2.4 英国移动互联网购物行业对我国的启示

4.3 日本移动互联网购物行业发展经验借鉴

4.3.1 日本移动互联网购物行业发展历程分析

4.3.2 日本移动互联网购物行业运营模式分析

4.3.3 日本移动互联网购物行业发展趋势预测

4.3.4 日本移动互联网购物行业对我国的启示

4.4 韩国移动互联网购物行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国移动互联网购物行业发展历程分析

4.4.2 韩国移动互联网购物行业运营模式分析

4.4.3 韩国移动互联网购物行业发展趋势预测

4.4.4 韩国移动互联网购物行业对我国的启示

第五章 中国移动互联网购物行业发展现状分析

5.1 中国移动互联网购物行业发展概况分析

5.1.1 中国移动互联网购物行业发展历程分析

5.1.2 中国移动互联网购物行业发展总体概况

5.1.3 中国移动互联网购物行业发展特点分析

5.2 中国移动互联网购物行业发展现状分析

5.2.1 中国移动互联网购物行业市场规模

5.2.2 中国移动互联网购物行业发展分析

5.2.3 中国移动互联网购物企业发展分析

5.3 2018-2024年中国移动互联网购物行业面临的困境及对策

5.3.1 中国移动互联网购物行业面临的困境及对策

1、中国移动互联网购物行业面临困境

2、中国移动互联网购物行业对策探讨

5.3.2 中国移动互联网购物企业发展困境及策略分析

1、中国移动互联网购物企业面临的困境

2、中国移动互联网购物企业的对策探讨

5.3.3 国内移动互联网购物企业的出路分析

第六章 中国互联网+移动互联网购物行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+移动互联网购物行业市场发展阶段分析

6.1.1 中国对互联网+移动互联网购物行业发展阶段的研究

6.1.2 中国对互联网+移动互联网购物行业细分阶段的分析

6.2 互联网给移动互联网购物行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代移动互联网购物行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给移动互联网购物行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给移动互联网购物行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+移动互联网购物行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+移动互联网购物行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+移动互联网购物行业投资布局分析

- 1、中国互联网+移动互联网购物行业投资切入方式
- 2、中国互联网+移动互联网购物行业投资规模分析
- 3、中国互联网+移动互联网购物行业投资业务布局
- 6.3.2 移动互联网购物行业目标客户互联网渗透率分析
- 6.3.3 中国互联网+移动互联网购物行业市场规模分析
- 6.3.4 中国互联网+移动互联网购物行业竞争格局分析
- 1、中国互联网+移动互联网购物行业参与者结构
- 2、中国互联网+移动互联网购物行业竞争者类型
- 3、中国互联网+移动互联网购物行业市场占有率
- 6.4 中国互联网+移动互联网购物行业市场趋势预测分析
- 6.4.1 中国互联网+移动互联网购物行业市场增长动力分析
- 6.4.2 中国互联网+移动互联网购物行业市场发展瓶颈剖析
- 6.4.3 中国互联网+移动互联网购物行业市场发展趋势分析

第七章 中国移动互联网购物行业运行指标分析

- 7.1 中国移动互联网购物行业市场规模分析及预测
- 7.1.1 2016-2018年中国移动互联网购物行业市场规模分析
- 7.1.2 2018-2024年中国移动互联网购物行业市场规模预测
- 7.2 中国移动互联网购物行业市场供需分析及预测
- 7.2.1 中国移动互联网购物行业市场供给分析
- 1、2016-2018年中国移动互联网购物行业供给规模分析
- 2、2018-2024年中国移动互联网购物行业供给规模预测
- 7.2.2 中国移动互联网购物行业市场需求分析
- 1、2016-2018年中国移动互联网购物行业需求规模分析
- 2、2018-2024年中国移动互联网购物行业需求规模预测
- 7.3 中国移动互联网购物行业企业数量分析
- 7.3.1 2016-2018年中国移动互联网购物行业企业数量情况
- 7.3.2 2016-2018年中国移动互联网购物行业企业竞争结构
- 7.4 2016-2018年中国移动互联网购物行业财务指标总体分析
- 7.4.1 行业盈利能力分析
- 7.4.2 行业偿债能力分析
- 7.4.3 行业营运能力分析
- 7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国移动互联网购物行业应用领域分析

8.1 中国移动互联网购物行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国移动互联网购物行业竞争格局分析

9.1 移动互联网购物行业竞争五力分析

9.1.1 移动互联网购物行业上游议价能力

9.1.2 移动互联网购物行业下游议价能力

9.1.3 移动互联网购物行业新进入者威胁

9.1.4 移动互联网购物行业替代产品威胁

9.1.5 移动互联网购物行业内部企业竞争

9.2 移动互联网购物行业竞争SWOT分析

9.2.1 移动互联网购物行业优势分析（S）

9.2.2 移动互联网购物行业劣势分析（W）

9.2.3 移动互联网购物行业机会分析（O）

9.2.4 移动互联网购物行业威胁分析（T）

9.3 移动互联网购物行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国移动互联网购物行业竞争企业分析

10.1 亚马逊竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.2 1号店竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.3 慧聪网竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.4 阿里无线竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.5 苏宁易购竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
- 10.6 国美在线竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.7 当当网竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.8 京东竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

第十一章 中国移动互联网购物行业经典案例分析

11.1 经典案例一

11.1.1 基本信息分析

11.1.2 经营情况分析

11.1.3 产品/服务分析

11.1.4 商业模式分析

11.1.5 点评

11.2 经典案例二

11.2.1 基本信息分析

11.2.2 经营情况分析

11.2.3 产品/服务分析

11.2.4 商业模式分析

11.2.5 点评

11.3 经典案例三

11.3.1 基本信息分析

11.3.2 经营情况分析

11.3.3 产品/服务分析

11.3.4 商业模式分析

11.3.5 点评

第十二章 2018-2024年中国移动互联网购物行业趋势预测及趋势预测

12.1 2018-2024年中国移动互联网购物市场趋势预测

12.1.1 2018-2024年移动互联网购物市场发展潜力

12.1.2 2018-2024年移动互联网购物市场趋势预测展望

12.1.3 2018-2024年移动互联网购物细分行业趋势预测分析

12.2 2018-2024年中国移动互联网购物市场发展趋势预测

12.2.1 2018-2024年移动互联网购物行业发展趋势

12.2.2 2018-2024年移动互联网购物行业应用趋势预测

12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测

12.3 2018-2024年中国移动互联网购物市场影响因素分析

12.3.1 2018-2024年移动互联网购物行业发展有利因素

12.3.2 2018-2024年移动互联网购物行业发展不利因素

12.3.3 2018-2024年移动互联网购物行业进入壁垒分析

第十三章 2018-2024年中国移动互联网购物行业投资机会分析

13.1 移动互联网购物行业投资现状分析

13.1.1 移动互联网购物行业投资规模分析

13.1.2 移动互联网购物行业投资资金来源构成

13.1.3 移动互联网购物行业投资项目建设分析

13.1.4 移动互联网购物行业投资资金用途分析

13.1.5 移动互联网购物行业投资主体构成分析

13.2 移动互联网购物行业投资机会分析

13.2.1 移动互联网购物行业产业链投资机会

13.2.2 移动互联网购物行业细分市场投资机会

13.2.3 移动互联网购物行业重点区域投资机会

13.2.4 移动互联网购物行业产业发展的空白点分析

第十四章 2018-2024年中国移动互联网购物行业投资前景预警

14.1 移动互联网购物行业风险识别方法分析

14.1.1 专家调查法

14.1.2 故障树分析法

14.1.3 敏感性分析法

14.1.4 情景分析法

14.1.5 核对表法

14.1.6 主要依据

14.2 移动互联网购物行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 移动互联网购物行业投资前景预警

14.3.1 2018-2024年移动互联网购物行业市场风险预测

14.3.2 2018-2024年移动互联网购物行业政策风险预测

14.3.3 2018-2024年移动互联网购物行业经营风险预测

14.3.4 2018-2024年移动互联网购物行业技术风险预测

14.3.5 2018-2024年移动互联网购物行业竞争风险预测

14.3.6 2018-2024年移动互联网购物行业其他风险预测

第十五章 2018-2024年中国移动互联网购物行业投资前景研究建议

15.1 提高移动互联网购物企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国移动互联网购物企业核心竞争力的对策

15.1.2 移动互联网购物企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响移动互联网购物企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高移动互联网购物企业竞争力的策略

15.2 对我国移动互联网购物品牌的战略思考

15.2.1 移动互联网购物品牌的重要性

15.2.2 移动互联网购物实施品牌战略的意义

15.2.3 移动互联网购物企业品牌的现状分析

15.2.4 我国移动互联网购物企业的品牌战略

15.2.5 移动互联网购物品牌战略管理的策略

15.3 中国移动互联网购物行业建议

15.3.1 行业投资策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：移动互联网购物产业链分析

图表：移动互联网购物上游供应分布

图表：移动互联网购物下游需求领域

图表：移动互联网购物行业生命周期

图表：2016-2018年移动互联网购物行业市场规模分析

图表：2018-2024年移动互联网购物行业市场规模预测

图表：2016-2018年中国移动互联网购物行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国移动互联网购物行业供给规模预测

图表：2016-2018年中国移动互联网购物行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国移动互联网购物行业需求规模预测

图表：2016-2018年中国移动互联网购物行业企业数量情况

图表：2016-2018年中国移动互联网购物行业企业竞争结构

图表：2016-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2016-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比2017年涨跌幅度

图表：2016-2018年固定资产投资及其增长速度

图表：2016-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2018年人口数及其构成

图表：2016-2018年农村居民收入及其增长速度

图表：2016-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国移动互联网购物行业投资前景分析

图表：中国移动互联网购物行业投资建议

图表：中国移动互联网购物行业发展趋势预测（GYZQPT）

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/359405359405.html>