

中国网络购物平台市场竞争态势与发展战略研究 报告（2014-2019）

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《中国网络购物平台市场竞争态势与发展战略研究报告（2014-2019）》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/191389191389.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

第一章 网络购物行业相关概述

第一节 电子商务产业基础概述

- 一、电子商务产业范围界定
- 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 网络购物阐述

- 一、网络购物流程
- 二、网络购物安全
- 三、网络购物支付

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

第四节 网络购物市场规模统计范畴

第二章 2013年中国网络购物行业运行环境解析

第一节 中国经济环境分析

- 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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国网络购物行业社会环境分析

- 一、中国网络购物迅速向大众普及
- 二、金融危机下中国网民热捧网络购物
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、地方规范开启网络购物有章可循大门
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展
- 六、网民数量是网络购物高速发展的土壤
- 七、网络购物消费水平和消费意愿

第三节 2013年中国网络购物市场宏观状况分析

- 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

第三章 2013年中国网络购物行业运行新态势分析

第一节 2013年中国网络购物发展总况

- 一、网络购物在发展回顾
- 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年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模
- 二、中国网络购物交易规模
- 三、C2C仍是中国用户首选网购站点
- 四、B2C成为电子商务最主要投资行业

第三节 2013年中国网络购物市场分布

- 一、地域分布
- 二、年龄分布

第四节 2013年中国网络购物市场存在的问题

- 一、中国网络购物消费者权益问题
- 二、中国网络购物安全问题
- 三、中国网络购物的支付结算问题
- 四、中国网络购物商家信誉的问题
- 五、中国网络购物立法问题

第四章 2013年中国C2C类购物网站运行透析

第一节 淘宝

- 一、网站介绍
- 二、淘宝商城介绍
- 三、经营情况分析
- 四、优劣势分析
- 五、淘宝战略

第二节 易趣

- 一、网站介绍
- 二、易趣免费牌奏效关键指标月内涨三成
- 三、竞争优势分析

第三节 拍拍网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、网站竞争优劣势分析

第四节 百度“有啊”

- 一、网站介绍
- 二、网站竞争优势分析

第五章 2013年中国综合类B2C购物网站运行分析

第一节 当当网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第二节 卓越亚马逊

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、发展战略

第三节 红孩子

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第六章 2013年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析

第一节 2013年中国服装类B2C网购市场概况

- 一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头
- 二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素
- 三、中国服装网络购物增长速度
- 四、中国服装网络购物市场交易规模

第二节 VANCL(凡客诚品)

- 一、网站介绍
- 二、物流情况
- 三、经营情况
- 四、发展战略

第三节 麦网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、发展战略

第四节 梦露时尚网

- 一、网站介绍
- 二、网站运营模式
- 三、网站经营特色

第五节 MASA MASO (玛萨玛索)

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第六节 时尚起义

- 一、网站介绍
- 二、竞争力分析

第七章 2013年中国数码家电类B2C购物网站运营状况分析

第一节 2013年中国数码家电类B2C网购市场概况

- 一、家电网购成数码新品首发渠道
- 二、八成网民认可网购家电
- 三、用户网购过数码家电类产品占比

第二节 京东商城

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析
- 四、发展战略

第三节 新蛋网

- 一、网站介绍
- 二、竞争力分析
- 三、发展战略

第四节 世纪电器网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、竞争力分析

第五节 易讯网

- 一、网站介绍
- 二、经营情况
- 三、最新动向

第六节 苏宁易购

- 一、网站介绍
- 二、经营情况

第八章 2013年中国其它类型B2C购物网站运行分析

第一节 99网上书城

- 一、网站介绍

二、经营情况

三、发展战略

四、竞争力分析

第二节 钻石小鸟

一、网站介绍

二、经营情况

三、竞争力分析

第九章 2014-2019年中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节 2014-2019年中国网络购物的前景展望

一、中国网络购物市场的前景无限美好

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展

三、2014-2019年中国网络购物市场规模预测

四、2016年中国网络购物将到达成熟期

第二节 2014-2019年中国网络购物市场的趋势分析

一、中国网络购物的发展趋势

二、中国网络购物模式发展的融合趋势

三、中国网络购物行为未来发展七大趋势

四、B2C将成为未来网络购物市场的主趋势

五、网上百货商城还有很大的发展空间

六、B2C电子商务市场竞争将更加分散

七、购物搜索将成为网络购物的重要角色

八、B2C企业的物流渠道建设将逐步好转

第十章 2014-2019年中国网购市场投资机会分析

第一节 2014-2019年中国网络购物市场投资机会分析

一、母婴市场自成为掘金的富矿

二、保健品成网购新宠儿

三、网购建材成为现代人购物新潮流

第二节 2014-2019年中国网购市场投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/191389191389.html>