

2020年中国网络购物市场分析报告- 市场深度研究与发展机会预测

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《2020年中国网络购物市场分析报告-市场深度研究与发展机会预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/464411464411.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

【报告大纲】

第一章网络购物相关概述

1.1电子商务的定义及分类

1.1.1电子商务的定义

1.1.2电子商务的分类

1.1.3网购常见交易方式

1.2网络购物的定义及分类

1.2.1网络购物的基本概念

1.2.2网络购物的分类

1.2.3网络购物市场规模定义

1.3网络购物的优势及缺点

1.3.1网络购物带来便利

1.3.2网络购物带来经济利益

1.3.3网络购物存在诸多顾虑

第二章2017-2020年中国网络购物的发展环境分析

2.1经济环境

2.1.1国内生产总值

2.1.2经济结构转型

2.1.3消费品零售总额

2.1.4居民消费水平

2.1.5宏观经济趋势

2.2政策环境

2.2.1电子商务促进政策

2.2.2“新消法”网购规定解读

2.2.3跨境电商扶持政策

2.2.4网络团购政策分析

2.2.5网络购物支付政策

2.3产业环境

2.3.1技术层环境

2.3.2商务层环境

2.3.3社会层环境

第三章2017-2020年全球网络购物市场发展分析

3.1全球网络购物市场分析

3.1.1全球电商市场规模

3.1.2全球网购市场消费格局

3.1.3全球网购消费者特征

3.2美国

3.2.1美国网购市场结构分析

3.2.2美国移动电商发展规模

3.2.3美国网购退换货服务

3.2.4美国服装网购市场前景

3.3英国

3.3.1英国网购媒介分析

3.3.2英国网购服务质量

3.3.3英国网购安全措施

3.3.4英国网购市场机遇

3.4德国

3.4.1德国网购发展环境

3.4.2德国网购市场规模

3.4.3德国网购安全保障

3.5法国

3.5.1法国网购市场规模

3.5.2电商网站竞争格局

3.5.3法国网络购物市场问题

3.6其他国家或地区

3.6.1拉美地区网购规模

3.6.2印度网购市场规模

3.6.3日本网购市场规模

3.6.4俄罗斯网购规模

第四章2017-2020年中国网络购物市场发展分析

4.1中国网络购物市场SWOT分析

4.1.1优势 (Strength)

4.1.2劣势 (Weakness)

4.1.3机会 (Opportunity)

4.1.4威胁 (Threats)

4.22017-2020年中国网络购物市场发展规模

4.2.1网络购物用户规模

4.2.2网络购物交易规模

4.2.3网购市场品牌渗透率

4.2.4网络购物竞争形势

4.2.5网购市场影响因素

4.32017-2020年B2C网络购物市场发展态势

4.3.1B2C网购交易规模

4.3.2B2C网购市场份额

4.3.3B2C网购竞争格局

4.42017-2020年C2C网络购物市场发展分析

4.4.1C2C网购交易规模

4.4.2C2C海淘模式分析

4.4.3C2C电商税收问题

4.52016-2019海外网络购物市场发展状况

4.5.1海外网购用户规模

4.5.2海外网购品类分布

4.5.3海外网购区域分布

4.5.4海外网购消费行为

4.5.5海外网购存在问题

4.62017-2020年社交化网络购物市场发展分析

4.6.1社交网购用户规模

4.6.2社交网购意愿分析

4.6.3社交网购消费行为

第五章2017-2020年移动网络购物市场发展分析

5.1移动网络购物发展概况

5.1.1移动网购生命周期

5.1.2移动网购发展优势

5.1.3移动网购发展问题

5.22017-2020年移动网络购物市场发展态势

5.2.1移动网购规模分析

5.2.2移动网购竞争格局

5.2.3移动网购需求分析

5.3移动网络购物APP使用分析

5.3.1移动网购APP覆盖率

5.3.2移动网购APP活跃用户数

5.3.3移动网购APP首选率

5.4移动网络购物用户结构分析

5.4.1性别结构

5.4.2年龄结构

5.4.3地域结构

5.4.4学历结构

5.4.5职业结构

5.4.6收入结构

第六章2017-2020年网购市场重点品类发展分析

6.1服装网购市场分析

6.1.1服装网购发展历程

6.1.2服装电商发展模式

6.1.3服装网购市场规模

6.1.4“互联网+服装”发展潜力

6.2家电网购市场分析

6.2.1家电网购市场规模

6.2.2家电网购竞争格局

6.2.3家电网购发展走势

6.3美妆网购市场分析

6.3.1美妆网购市场规模

6.3.2化妆品线上入驻要求

6.3.3移动美妆运营模式

6.3.4移动美妆未来趋势

6.4母婴网购市场分析

6.4.1母婴电商生态圈

6.4.2母婴网购市场规模

6.4.3母婴电商发展趋势

6.5图书网购市场分析

6.5.1图书网购市场规模

6.5.2图书网购市场份额

6.5.3图书网络购物发展前景

6.6食品网购市场分析

6.6.1食品网购交易规模

6.6.2食品网购用户分析

6.6.3生鲜电商发展态势

第七章2017-2020年中国网上外卖市场发展分析

7.1中国网上外卖市场发展综述

7.1.1行业发展阶段

7.1.2行业发展特征

7.1.3典型企业分析

7.22017-2020年中国网上外卖市场发展规模

7.2.1网上外卖用户规模

7.2.2网上外卖交易规模

7.2.3网上外卖市格局

7.3中国网上外卖市场前景预测

7.3.1行业市场规模预测

7.3.2网上外卖市场趋势

7.3.3市场影响因素预测

第八章2017-2020年中国网络购物用户分析

8.1网络购物用户结构特征

8.1.1性别结构

8.1.2年龄结构

8.1.3学历结构

8.1.4职业结构

8.1.5收入结构

8.2网络购物用户行为特征

8.2.1网购场景

8.2.2网购决策

8.2.3网购行为

8.2.4网购花费

8.3网购用户购物偏好分析

8.3.1优惠方式偏好

8.3.2品类偏好分布

8.3.3网购手机偏好

8.4网购用户满意度分析

8.4.1网购满意度影响因素

8.4.2网购零售满意度分析

8.4.3退换货服务满意度

8.4.4网购商品评论分析

8.5网络购物用户培育分析

8.5.1抓取新用户

8.5.2提高重复购买率

8.5.3减少用户流失

第九章2017-2020年综合类网络购物平台发展分析

9.1淘宝

9.1.1淘宝商业模式分析

9.1.2无线淘宝发展现状

9.1.3无线淘宝盈利模式

9.1.4淘宝村的发展模式

9.1.5淘宝发展新动向

9.2天猫

9.2.1天猫商业模式分析

9.2.2天猫准入政策调整

9.2.3天猫超市发展情况

9.2.4天猫国际发展现状

9.3京东

9.3.1京东商业模式分析

9.3.2京东业务发展态势

9.3.3京东金融发展动态

9.3.4京东未来发展规划

9.4苏宁易购

9.4.1苏宁商业模式创新

9.4.2苏宁易购入驻天猫

9.4.3苏宁易购万达合作

9.4.4苏宁易购云店布局

9.5亚马逊中国

9.5.1企业经济效益

9.5.2布局智慧物流

9.5.3亚马逊中国战略

9.6其他网站

9.6.1国美发展战略分析

9.6.2京东沃尔玛战略合作

9.6.3当当战略合作步步高

第十章2017-2020年垂直类网络购物平台发展分析

10.1唯品会

10.1.1唯品会商业模式

10.1.2唯品会发展规模

10.1.3唯品会业务分拆

10.1.4唯品会存在的问题

10.2聚美优品

10.2.1聚美优品商业模式分析

10.2.2聚美优品竞争环境分析

10.2.3聚美优品收购深圳街电

10.3我买网

10.3.1我买网的商业模式

10.3.2我买网竞争力分析

10.3.3我买网全球食品布局

10.4酒仙网

10.4.1酒仙网的商业模式

10.4.2酒仙网开放平台上线

10.4.3酒仙网的经营状况

第十一章网络购物市场前景趋势分析

11.1网络购物市场前景展望

11.1.1全球网购市场前景分析

11.1.2中国网购市场前景广阔

11.1.3跨境B2C电商规模预测

11.1.42021-2026年中国网络购物市场预测分析

11.2中国网络购物市场发展趋势

11.2.1网络购物行业发展趋势

11.2.2移动网络购物发展走向

11.2.3用户做主的网购新趋势

11.2.4移动网络购物新趋势

附录

附录一：网络购物服务规范

附录二：网络交易管理办法

附录三：网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）

图表目录

图表1中国电子商务的三大典型模式

图表2Internet、web和购物界面技术化

图表3中国网络购物产业链

图表4网络购物市场规模不同指标定义说明

图表52017-2020年国内生产总值及增长速度

图表62017-2020年社会消费品零售总额

图表72020年全国居民人均消费支出及其构成

图表8中国电子商务生态系统示意图

图表92020年全球主要国家电商市场规模

图表102017-2020年美国网络零售规模预测

图表11Top3品类的网上销售集中度

图表122020年在线品类份额

图表详见报告正文.....（GY SYL）

【简介】

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。《2020年中国网络购物市场分析报告-市场深度研究与发展机会预测》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。

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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/464411464411.html>