

2018-2023年中国移动网购产业市场规模现状分析与投资方向评估分析报告

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《2018-2023年中国移动网购产业市场规模现状分析与投资方向评估分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/307828307828.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

2017Q2中国移动网购市场交易规模

2017Q2移动购物交易规模达11728.5亿元，同比增长40.8%

2017Q2中国移动购物市场交易规模达11728.5亿元，同比增长40.8%，增速持续放缓，但仍维持了40%以上的高增速。分析认为，随着移动端人口红利逐渐消失，移动网购增速逐渐下滑。社交电商、直播、VR、O2O等与场景相关的购物方式和大数据的应用成为驱动移动购物发展的新增长点。各企业为争夺用户时间与消费场景，纷纷尝试通过形式多样的内容运营提升用户粘性，移动端成为电商内容营销的战略高地。

图：2016Q1-2017Q2中国移动购物市场交易规模

2017Q2中国移动网购交易规模渗透率

2017Q2移动端交易额占比达81.%，渗透率持续提升

2017Q2中国移动购物在整体网络购物交易规模中占比达81.0%，在网络购物中占据主导地位。分析认为，移动端消费的主流化，也为网络购物的场景化、内容化和社交化奠定了基础。多样化的内容形式、创新的技术驱动将成为移动电商的发展催化剂。

图：2016Q1-2017Q2中国网购交易额PC端和移动端占比

2017Q2中国网购及移动网购流量情况

2017Q2PC端与移动端流量均明显上升

2016年Q1-2017年Q2，中国网购用户访问PC端的次数持续高于APP端，更多的消费者选择在PC端浏览商品。2017年Q2，PC端流量环比上升10.7%，APP端流量环比上升5.6%。2017年Q2，各大电商平台纷纷参与到“618”年中购物节促销大军中，推出形式多样的活动，拉动消费者购物热情，PC端与移动端流量均明显上升。

图：2016Q1-2017Q2中国网络购物PC端及APP端平均月度访问次数

2017Q2中国移动网购市场份额

2017Q2阿里京东持续领跑，综合电商优势依旧

从整体竞争格局来看，2017年Q2移动购物市场的集中度仍维持较高水平，综合电商巨头优势不变。从企业份额来看，2017年Q2，阿里无线占比74.6%，略有下降。受益于年中购物节的亮眼表现，京东占比15.2%，份额略有上升。两大巨头仍占领移动电商九成份额，其他企业竞争激烈。

图：2016Q1-2017Q2中国移动购物企业交易规模市场占比

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2023年中国移动网购产业市场规模现状分析与投资方向评估分析报告》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2017年中国移动网购行业运行概况

第一节2017年移动网购重点产品运行分析

第二节我国移动网购产业特征与行业重要性

一、在第二产业中的地位

二、在GDP中的地位

第二章2017年全球移动网购行业市场规模及供需发展态势

第一节全球移动网购行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第二节全球移动网购行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第三章2017年我国移动网购行业市场规模及供需发展态势

第一节我国移动网购行业市场的需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第二节我国移动网购行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第四章移动网购行业相关政策趋势

第一节行业具体政策

第二节博思数据:政策特点与影响分析

第五章2015-2017年中国移动网购行业市场产销状况分析

第一节2015-2017年中国移动网购行业不同规模企业分析

一、历年行业工业产值分析

二、历年行业销售收入分析

三、历年行业市场规模分析

四、历年行业市场集中度分析

五、历年行业市场占有率分析

第二节2015-2017年中国移动网购行业不同类型企业分析

一、历年不同类型企业工业产值分析

二、历年不同类型企业销售收入分析

三、历年不同类型企业市场规模分析

四、历年不同类型企业市场集中度分析

五、历年不同类型企业市场占有率分析

第六章2018-2023年中国移动网购行业市场供需状况分析

第一节需求分析及预测

第二节供给分析及预测

第三节进出口分析及预测

一、进口现状

二、出口现状

三、进出口预测

第四节国内外市场重要动态

第七章2018-2023年中国移动网购行业市场竞争格局分析

第一节移动网购行业市场区域发展状况及竞争力研究

一、华北地区

二、华中地区

三、华南地区

四、华东地区

五、东北地区

六、西南地区

七、西北地区

第二节主要省市集中度及竞争力分析

第三节中国移动网购行业竞争模式分析

第四节中国移动网购行业SWOT分析

一、S.优势分析

二、W.劣势分析

三、O.机会分析

四、T.威胁分析

第八章2018-2023年中国移动网购行业产业链分析

第一节上游行业影响及趋势分析

第二节下游行业影响及趋势分析

第九章中国移动网购行业投资前景分析

第一节内部风险分析

一、技术水平风险

二、竞争格局风险

三、出口因素风险

第二节外部风险分析

一、宏观经济风险

二、政策变化风险

三、关联行业风险

第十章中国移动网购标杆企业分析

第一节A公司分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节B公司分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节C公司分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节D公司分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国移动网购行业投资价值分析

第一节投资前景预测

第二节投资方向预测

第三节投资热点预测

第四节投资机会预测

第五节投资效益预测

第十二章 2018-2023年中国移动网购行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国移动网购行业品牌战略分析

一、移动网购企业品牌的重要性

二、移动网购企业实施品牌战略的意义

三、移动网购企业品牌的现状分析

四、移动网购企业的品牌战略

五、移动网购品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国移动网购行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2023年中国移动网购行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十三章 2018-2023年中国移动网购行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国移动网购行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国移动网购行业营销渠道策略

一、2018-2023年移动网购行业营销模式

二、2018-2023年移动网购行业营销策略

第三节2018-2023年中国移动网购行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国移动网购行业投资区域分析

二、2018-2023年中国移动网购行业投资产品分析

(GYWWJP)

图表详见正文

特别说明：观研天下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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/307828307828.html>