

# 中国网络购物市场发展潜力及投资可行性研究报告（2011-2015年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络购物市场发展潜力及投资可行性研究报告（2011-2015年）》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/109262109262.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

据有关专家介绍，网络购物指的是借助网络实现商品、服务从商家或个人卖家转移到消费者的过程，具体包含商家到消费者（B2C）和个人卖家到消费者（C2C）两种模式。伴随着商品种类的丰富、传统零售商加大对电子商务的扶持力度、越来越多的企业加入网络购物行业，我国B2C市场规模从2009年开始爆发式增长。B2C用户规模在2011年有望突破1亿人，市场规模达1746亿元。B2C模式将成为今后网络购物发展新的增长动力。

《中国网络购物市场发展潜力及投资可行性研究报告（2011-2015年）》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，以及我中心对网络购物行业的实地调研，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研究分析。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，具有重要的参考价值！

### 第一章 网络购物产业相关概述

#### 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、B2B、B2C、C2C是网络购物最常见交易方式

#### 第二节 网络购物的定义及分类

##### 一、网络购物的基本概念

##### 二、网络购物的分类

##### 三、网络购物市场规模定义

#### 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

### 第二章 2010-2011年世界网络购物运行状况分析

#### 第一节 2010-2011年世界网络购物市场发展综述

##### 一、世界网络购物市场发展回顾

##### 二、世界网络零售巨头发展现状

##### 三、全球网购发展看似环保其实不够“绿”

#### 第二节 2010-2011年世界网络购物产业运行态势分析

##### 一、世界网络购物市场运行特点分析

##### 二、欧盟倡网络购物市场形势分析

##### 三、网络购物市场最新动态分析

#### 第三节 2011-2015年世界网络购物产业发展趋势分析

### 第三章2010-2011年世界网络购物产业主要地区运行分析

#### 第一节 美国

- 一、美国网络购物的发展模式特点
- 二、美国政策法律日益完善推动网络购物迅速发展
- 三、美国网络购物发展存在的问题
- 四、美国网络购物市场应进一步提高用户体验

#### 第二节 英国

- 一、英国网络购物势头发展迅猛
- 二、英国网购市场规模分析
- 三、2011年英国网络购物用户将达到3170万

#### 第三节 法国和德国

- 一、法国网络购物市场发展现状
- 二、法国网络购物交易情况分析
- 三、德国网络购物的发展现状
- 四、德国近年网络购物人数量大幅攀升

#### 第四节 亚洲国家或地区

- 一、亚洲网络购物异军突起发展迅速
- 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、新加坡网络购物个人平均消费额居亚洲第一
- 五、中国港、台地区网络购物市场发展迅速

### 第四章 2010-2011年中国网络购物产业运行环境分析

#### 第一节2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节2010-2011年中国网络购物产业政策环境分析

- 一、网络购物服务规范（2008年征求意见稿）
- 二、相关产业政策影响分析

#### 第三节2010-2011年中国网络购物产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、生态环境分析

## 第五章 2010-2011年中国网络购物产业运行形势分析

### 第一节2010-2011年中国网络购物行业发展环境

#### 一、网络购物跻身十大网络应用之列

#### 二、地方规范开启网络购物有章可循大门

#### 三、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

### 第三节2010-2011年中国网络购物市场宏观状况

#### 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

### 第三节2010-2011年中国网络购物发展的问题及对策

#### 一、中国网络购物市场存在的问题

#### 二、中国网络购物市场尚缺信用保障

#### 三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策

#### 四、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

## 第六章 2010-2011年中国网络购物市场运行动态分析

### 第一节2010-2011年中国网络购物市场的发展综述

#### 一、网络购物在中国的发展历程

#### 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2010-2011年中国网络购物市场规模分析

#### 一、网络购物市场规模

#### 二、网络购物占社会消费品零售总额比重

#### 三、交易额规模结构

#### 四、交易额各地区分布状况

### 第三节2010-2011年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

## 第七章 2010-2011年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、品牌知名度与品牌城市地区差异
- 二、各网站品牌转化率
- 三、各网站品牌综合评价

## 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

## 第八章2010-2011年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、网龄
- 二、性别
- 三、学历
- 四、年龄
- 五、学生/非学生用户
- 六、月收入

### 第二节2010-2011年中国网络购物商品类别

- 一、各类别商品网购用户规模
- 二、服饰类领衔网络购物热门商品排行榜
- 三、分城市级别的各类商品网购用户分布
- 四、各类商品网购用户群体差异

### 第三节2010-2011年中国网络购物商品评论

- 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

### 第三节2010-2011年中国网络购物用户访问行为数据

- 一、购物网站月度覆盖人数
- 二、购物网站月度访问次数
- 三、购物网站月度浏览页面
- 四、购物网站月度浏览时间

### 第五节2010-2011年中国网络购物用户其他行为分析

- 一、购物频率
- 二、网络购物用户商品浏览习惯

### 三、网络购物支付方式

### 四、不愉快的购物经历

## 第五节2010-2011年中国淘宝网用户行为主要数据

### 一、淘宝网用户属性

### 二、淘宝网用户日访问路径

### 三、网民购买量最多的十大商品品牌

## 第九章 2010-2011年中国网络购物产业市场竞争格局透析

### 第一节2010-2011年中国网购市场三大竞争梯队分析

#### 一、第一阶梯优势全面（淘宝、易趣、拍拍）

#### 二、第二阶梯差距较小（综合B2C和垂直类的B2C）

#### 三、第三阶梯上升潜力较大（成立时间不长企业）

### 第二节2010-2011年中国新兴购物网站颠覆传统卖场格局

### 第三节2010-2011年中国网购竞争形势分析

#### 一、网络购物市场的竞争愈演愈烈

#### 二、国内网购酝酿竞争升级

### 第四节 2011-2015年中国网络购物产业行业竞争趋势分析

## 第十章2010-2011年中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——B2C类购物网站

### 第一节 卓越网

#### 一、网站介绍

#### 二、网站竞争优劣势分析

#### 三、网站发展战略分析

### 第二节 当当网

#### 一、网站介绍

#### 二、网站竞争优劣势分析

#### 三、网站发展战略分析

## 第十一章2010-2011年中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——C2C类购物网站

### 第一节 淘宝

#### 一、网站介绍

#### 二、网站竞争优劣势分析

#### 三、网站发展战略分析

### 第二节ebay易趣

#### 一、网站介绍

#### 二、网站竞争优劣势分析

#### 三、网站发展战略分析

### 第三节 拍拍网

一、网站介绍

二、网站竞争优劣势分析

三、网站发展战略分析

第四节 略.....

第十二章 2011-2015年中国网络购物产业投资潜力分析

第一节 2011-2015年中国网络购物产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融环境影响分析

第二节 2011-2015年中国网络购物产业投资机会分析

第三节 2011-2015年中国网络购物产业投资风险分析

一、市场运营风险

二、技术风险

三、政策风险

四、进入退出风险

第四节 专家投资建议

第十三章 2011-2015年中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节 2011-2015年中国网络购物市场的前景展望

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、2011-2015年中国网络购物市场规模预测

四、2016年左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 2011-2015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

第三节 2011-2015年中国网络购物产业市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 印度、美国、俄罗斯、中国网民增长率情况

图表 世界网络购物商品比例情况

图表 2003-2006年全球网上购物市场容量变化趋势图

图表 2003-2010年全球B2C市场交易额变化趋势图

图表 2003-2010年美国B2C市场交易额变化趋势图

图表 2006年亚洲B2C电子商务零售额相关数据

图表 2003-2009年第一季度中国GDP总量及增长趋势图

图表 2008-2009年4月中国CPI与PPI增长情况对比图



- 图表 2003-2009年第一季度中国农村人均纯收入增长趋势图
- 图表 2003-2008年第一季度中国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表 2000-2008年中国农村居民恩格尔系数
- 图表 2000-2008年中国城镇居民恩格尔系数 单位：%
- 图表 2003-2008年中国研究与试验发展（R&D）经费支出增长趋势图
- 图表 2003-2008年中国居民人均消费性支出增长趋势图
- 图表 2000-2008年中国网民规模增长趋势图
- 图表 中国网络购物用户职业分布状况
- 图表 中国网络购物用户样本属性
- 图表 中国网络购物用户购物次数
- 图表 中国网民未进行网络购物原因
- 图表 中国网络购物用户获知购物网站渠道
- 图表 中国网络购物用户网络购物沟通方式
- 图表 中国网络购物用户网络购物支付方式
- 图表 中国网络购物用户交易网站类型
- 图表 中国网络购物用户预购网站类型
- 图表 中国网络购物买家交易考虑因素
- 图表 购物用户在各购物网站上的分布（占各城市买家受访者比例）
- 图表 中国主要购物网站买家用户满意度
- 图表 网上购物消费者数量与渗透率比较
- 图表 中国网络购物网站买家用户忠诚度
- 图表 中国网络购物买家在两类购物网站购买商品种类
- 图表 中国网络购物卖家交易主要考虑因素
- 图表 中国网络购物卖家网上售物方式
- 图表 中国主要购物网站网上售物买主
- 图表 中国网络购物网站网上售物网下成交情况
- 图表 中国网络购物卖家出售商品种类
- 图表 网民对购物网站核心功能的评价
- 图表 评价购物网站竞争力的相关指标
- 图表 C2C市场竞争状况
- 图表 中国C2C电子商务运营商交易额比重变化情况
- 图表 2008年中国两类网络购物平台用户访问频率分布图
- 图表 2008年中国两类网络购物平台用户月度总有效浏览时间 单位：万小时
- 图表 卓越竞争实力指标一览表
- 图表 当当网竞争实力指标一览表

图表 中国网络购物产业链分析

图表 2006年中国网络购物买家再两类购物网站购买商品种类

图表 网络购物分类

图表 淘宝网热销品牌排行榜（根据销量排行）

图表 网上购物支付方式比例情况

图表 主要“专业B2C模式”企业对比表

图表 “专业B2C模式”保健品企业情况对比表

图表 略.....

《中国网络购物市场发展潜力及投资可行性研究报告（2011-2015年）》系统全面的调研了网络购物的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/109262109262.html>