

2021-2026年中国网络购物行业发展监测及投资战略规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国网络购物行业发展监测及投资战略规划研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/network/690483.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

我国连续8年成为全球第一大网络零售市场。2014年至2020年期间，我国网络零售额一直保持着两位数的增长速度，其中2017年增速为39.17%，达到近几年增速峰值，之后增速放缓。截止至2020年，我国网络零售交易额为117601亿元，同比增长了10.61%。

2014-2020年中国网络零售交易额及增速

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。

报告目录：

第一章 网络购物相关概述

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、电子商务主要应用系统

第二节 网络购物的定义及分类

一、网络购物的概念

二、网络购物的特点

三、网络购物的分类

第三节 网络购物的优点及缺点

一、网络购物的优点

二、网络购物的缺点

第二章 中国网络购物环境分析

第一节 2020年中国宏观经济运行环境分析

一、2020年中国GDP增长情况分析

二、2020年工业经济发展形势分析

三、2020年社会固定资产投资分析

四、2020年全社会消费品零售总额

五、2020年城乡居民收入增长分析

六、2020年居民消费价格变化分析

第二节 网络购物行业监管相关法律法规

一、《网络商品交易及服务监管条例》

二、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》

三、《网络零售管理条例》

四、《网络发票管理办法》

五、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

六、《快递市场管理办法》

第三节 2020年中国网络购物市场宏观情况分析

一、互联网用户规模的分析

二、网络购物市场交易规模

三、网络购物交易规模构成

四、网络购物占社会消费品零售总额比重

第三章 世界网络购物市场发展分析

第一节 全球网络购物市场的发展

一、全球网络购物市场发展现状调研

二、全球网购环保问题发展分析

三、网络交易消费者权益保护立法

（一）美国

（二）德国

（三）英国

（四）澳大利亚

（五）新加坡

（六）日本

（七）韩国

四、美国网络购物客户满意度调查

第二节 美国

一、美国人网络购物成时尚

二、美国政策法律推动网络购物发展

三、美国网络购物市场应进一步提高用户体验

四、2020年美国网络购物状况分析

第三节 英国

一、英国网络购物势头发展迅猛

二、英国网络购物市场现状分析

三、2020年英国网络购物规模

四、2020年英国网络购物预测分析

第四节 德国与法国

一、德国人网上购物有规矩

二、德国网络购物将超过传统模式

三、法国网络购物增势强劲

四、法国网络购物销售额状况分析

第五节 亚洲国家或地区

一、亚洲网络购物热潮兴起

二、日本网络购物市场发展现状调研

三、韩国网络购物市场发展现状调研

四、新加坡网络购物发展环境分析

第四章 中国网络购物市场发展分析

第一节 中国网络购物市场的发展综述

一、中国网络购物十年发展历程

二、中国网络购物挑战传统百货业

三、移动网购将成为下一片蓝海

第二节 2020年中国网络购物市场的发展分析

一、2020年中国网购市场用户规模分析

截至2020年12月，我国网络购物用户规模达7.82亿,较2020年3月增长7215万，占网民整体的79.1%。

2016-2020年中国网络购物用户规模及使用率

二、2020年中国网络购物的用户使用率

三、2020年中国网络购物市场规模分析

四、2020年中国网络购物市场结构分析

五、2020年中国网购市场竞争态势分析

六、2020年中国服装B2C网络购物市场分析

第三节 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

第四节 2020年中国网络购物发展动态

第五节 2020年度网络零售投诉情况分析

一、2020年度十大网络购物热点投诉问题

二、2020年度十大网络购物投诉网站

三、2020年度热点行业购物网站投诉榜

四、2020年度TOP12热点投诉支付/快递榜

五、2020年度十大热点传统品牌电商投诉榜

第六节 中国网络购物发展的问题及对策

- 一、消费者网络购物影响因素分析
- 二、完善网购信用体系建设的建议
- 三、中国网络购物发展存在的主要问题
- 四、网络购物存在的法律问题及其对策

第五章 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、网站品牌综合评价
- 二、品牌购物网站单一用户
- 三、品牌购物网站新增用户
- 四、品牌购物网站用户流失
- 五、品牌购物网站覆盖人数

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

第四节 网络购物渗透率

- 一、中国网络购物渗透率
- 二、区域网络购物渗透率
- 三、品牌网络购物渗透率

第六章 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、性别
- 二、年龄
- 三、学历
- 四、职业
- 五、收入
- 六、区域

第二节 网络购物商品类别

- 一、各类别商品网购用户规模
- 二、各类商品网购用户群体差异
 - (一) 服装网购用户行为分析
 - (二) 数码网购用户行为分析

（三）家电网购用户行为分析

第三节 网络购物商品评论

- 一、网购用户阅读商品评论状况分析
- 二、商品评论分布渠道
- 三、意见领袖分布群体

第四节 网络购物用户访问行为数据

- 一、购物网站月度访问人数
- 二、购物网站月度访问次数
- 三、购物网站人均月度访问次数
- 四、购物网站月度转化率

第五节 网络购物用户其他行为分析

- 一、购物频率
- 二、网络购物支付方式
- 三、网络购物满意度
- 四、不愉快的购物经历
- 五、网购欺诈和纠纷

第六节 网购市场发展因素分析

- 一、网购CPI发展现状分析
- 二、网购CPI发展趋势预测
- 三、网购快递物流影响因素
- 四、网购消费信任影响因素

第七章 中国网络购物市场的前景趋势预测

第一节 中国网络购物的前景展望（AK LCJ）

- 一、中国网络购物市场发展前景预测
- 二、中国网络购物未来发展空间分析
- 三、中国服装网购市场前景预测
- 四、2021-2026年中国网络购物市场规模预测分析
- 五、2020年左右中国网络购物将到达成熟期

第二节 中国网络购物市场的趋势预测

- 一、中国网络购物市场发展趋势预测分析
- 二、无线电子商务将成网络购物发展趋势预测分析
- 三、中国服装网购发展趋势预测
- 四、中国网络购物行为未来发展趋势预测分析

图表目录：

图表1 2020年国内生产总值构成及增长速度统计

图表2 2016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3 2020年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表4 2020年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表5 2016-2020年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表6 2016-2020年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表7 2016-2020年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表8 2016-2020年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表9 2020年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表10 2016-2020年中国网民规模与普及率变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/network/690483.html>