

2017-2023年中国网络购物行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国网络购物行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/detail/321048.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

中国网络购物用户规模

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：

第一部分产业环境透视

第一章网络购物行业发展综述

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

第二章网络购物行业市场环境及影响分析

第一节网络购物行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

一、网络购物产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章国际网络购物行业发展分析及经验借鉴

第一节全球网络购物市场总体情况分析

一、全球网络购物行业发展概况

二、全球网络购物市场产品结构

三、全球网络购物行业发展特征

四、全球网络购物行业竞争格局

五、全球网络购物市场区域分布

六、国际重点网络购物企业运营分析

第二节全球主要国家（地区）市场分析

一、美国

二、英国

三、法国

四、其他国家或地区

第二部分行业深度分析

第四章我国网络购物行业运行现状分析

第一节中国网络购物市场的发展现状 一、中国网络购物市场规模 二、中国网购规模

二、中国网络购物市场发展特征

三、我国网购市场热点分析

第二节中国网络购物市场发展的问题分析

一、我国网络购物业发展面临的问题浅析

二、网络购物评价体系存在一定的缺陷

三、我国网络购物行业存在的隐患

四、阻碍网购用户上涨的影响因素

第三节我国网络购物市场的发展对策

一、加快我国网购业的发展对策

二、促进我国奢侈品网购快速发展的建议分析

三、我国网购业优化虚拟体验的策略探析

第四节中国网络团购行业发展现状及前景预测

一、网络团购的定义

- 二、网络团购的特征
- 三、网络团购的流程
- 四、网络团购的基本形态
- 五、网络团购主要平台模式分析
- 六、网络团购主要盈利模式分析
- 七、网络团购行业搜索情况分析
- 八、网络团购行业发展状况分析
- 九、中国网络团购行业发展趋势及前景预测

第三部分市场全景调研

第五章我国网络购物主要产品市场分析及预测

第一节服装服饰、鞋帽箱包产品网络购物市场分析

- 一、我国服装服饰、鞋帽箱包行业市场规模分析
- 二、我国服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场发展分析

第二节手机、数码及电器产品网络购物市场分析

- 一、我国手机、数码及电器产品市场规模分析
- 二、我国手机、数码及电器产品市场销售渠道分析
- 三、我国手机、数码及电器产品网络购物市场发展分析

第三节书籍、音像制品网络购物市场分析

- 一、我国书籍、音像制品市场规模分析
- 二、我国书籍、音像制品市场销售渠道分析
- 三、我国书籍、音像制品网络购物市场发展分析

第四节化妆品网络购物市场分析

- 一、我国化妆品市场规模分析
- 二、我国化妆品市场销售渠道分析
- 三、我国化妆品网络购物市场发展分析

第五节家居日用品网络购物市场分析

- 一、我国家居日用品市场发展分析
- 二、我国家居日用品市场销售渠道分析
- 三、我国家居日用品网络购物市场发展分析

第六节食品网络购物市场分析

- 一、我国食品市场发展分析
- 二、我国食品销售渠道分析
- 三、我国食品市场发展分析

第七节其他产品网络购物市场分析

- 一、玩具网络购物市场发展分析
- 二、母婴用品网络购物市场发展分析
- 三、出游旅行网络购物市场发展分析
- 四、医疗保健用品网络购物市场发展分析

第六章中国网络购物行业平台构建分析

第一节中国网络购物平台构建潜力分析

- 一、中国传统营销渠道分析
- 二、中国网络购物平台优势分析

第二节中国网络购物用户群体研究

- 一、网络购物用户特征分析
- 二、网民网络购物行为研究

第三节中国网络购物平台构建主要影响因素

- 一、网络购物行业物流配送体系
- 二、网络购物行业信息安全分析
- 三、网络购物行业诚信体系分析

第四节企业构建网络购物平台方式与建议分析

- 一、企业构建网络购物平台必要性分析
- 二、企业网络购物平台构建方式优劣势分析
- 三、企业构建网络购物平台主要建议

第四部分发展前景展望

第七章2017-2023年网络购物行业竞争形势

第一节行业总体市场竞争状况分析

- 一、网络购物行业竞争结构分析
- 二、网络购物行业企业间竞争格局分析
- 三、网络购物行业集中度分析
- 四、网络购物行业SWOT分析

第二节中国网络购物行业竞争格局综述

- 一、网络购物行业竞争概况
- 二、中国网络购物行业竞争力分析
- 三、中国网络购物竞争力优势分析
- 四、网络购物行业主要企业竞争力分析

第三节网络购物行业竞争格局分析

- 一、国内外网络购物竞争分析

二、我国网络购物市场竞争分析

三、我国网络购物市场集中度分析

四、国内主要网络购物企业动向

第四节网络购物行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业并购风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第八章2017-2023年网络购物行业领先企业经营形势分析

第一节中国网络购物企业总体发展状况分析

一、网络购物企业主要类型

二、网络购物企业资本运作分析

三、网络购物企业品牌建设

四、网络购物企业国际竞争力分析

五、2014年网络购物行业企业排名分析

第二节中国领先网络购物平台经营形势分析

一、天猫商城

二、京东商城

三、凡客诚品

四、苏宁易购

五、当当网

六、麦包包

七、卓越亚马逊

八、1号店

九、唯品会

十、国美在线

第九章2017-2023年网络购物行业前景及投资价值

第一节网络购物行业五年规划现状及未来预测

一、“十三五”期间网络购物行业运行情况

二、“十三五”期间网络购物行业发展成果

三、网络购物行业“十三五”发展方向预测

第二节2017-2023年网络购物市场发展趋势预测

一、2017-2023年网络购物行业发展趋势

二、2017-2023年网络购物市场规模预测

三、2017-2023年细分市场发展趋势预测

第三节2017-2023年中国网络购物行业供需预测

一、2017-2023年中国网络购物行业供给预测

二、2017-2023年中国网络购物市场销量预测

三、2017-2023年中国网络购物行业需求预测

四、2017-2023年中国网络购物行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节网络购物行业投资特性分析

一、网络购物行业进入壁垒分析

二、网络购物行业盈利因素分析

三、网络购物行业盈利模式分析

第六节2017-2023年网络购物行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第十章2017-2023年网络购物行业投资机会与风险防范

第一节网络购物行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、网络购物行业投资现状分析

第二节2017-2023年网络购物行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、网络购物行业投资机遇

第三节2017-2023年网络购物行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、经营管理风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、财务风险及防范

六、行业竞争风险

七、其他风险及防范

第四节中国网络购物行业投资建议

一、网络购物行业未来发展方向

二、网络购物行业主要投资建议

三、中国网络购物企业融资分析

第五部分产业战略规划

第十一章网络购物行业发展战略研究

第一节网络购物行业发展战略研究

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

第二节对我国网络购物品牌的战略思考

一、网络购物品牌的重要性

二、网络购物实施品牌战略的意义

三、网络购物企业品牌的现状分析

四、我国网络购物企业的品牌战略

五、网络购物品牌战略管理的策略

第三节网络购物经营策略分析

一、网络购物市场细分策略

二、网络购物市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、网络购物新产品差异化战略

第四节网络购物行业投资战略研究

一、2017-2023年网络购物行业投资战略

二、2017-2023年细分行业投资战略

第十二章研究结论及发展建议

第一节网络购物行业研究结论及建议

第二节网络购物子行业研究结论及建议

第三节网络购物行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表网络购物市场规模定义

图表2014年-2014Q3国内生产总值及增长速度

图表2015年1-9月消费价格指数

图表2015年1-9月工业品出产价格指数（PPI）

图表2014-2014Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表中国和印度消费者将更多的可支配收入用于网购

图表2011-2015年我国服装服饰、鞋帽箱包市场产销情况

图表2017-2023年服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场规模预测分析

图表2011-2015年我国手机、数码及电器产品市场销售分析

图表2011-2015年我国书籍、音像市场销售情况分析

图表2017-2023年书籍、音像制品网络购物市场规模预测

图表2011-2015年我国化妆品网络购物市场规模分析

图表2011-2015年我国家具日用品市场网购规模分析

图表生猪定点屠宰企业屠宰量及月度增速

图表鲜、冷切肉产量及月度增速

图表酱油产量及月度增速

图表酱醋行业收入及利润增速

图表生鲜乳价格走势

图表牛奶、酸奶零售价

图表小麦、玉米现货价

图表2014-2020年中国在线旅游市场交易规模

图表2014-2020年中国在线旅游OTA市场营收规模

图表2014年中古在线旅游OTA市场份额

图表网络购物的性别占比分析

图表2014-2015年网络购物用户年龄结构

图表2011-2014年网络购物用户学历结构

图表2014-2015年网络购物用户职业结构
图表2014-2015年网络购物用户收入结构
图表2014-2015年网购网民与网民城乡分布对比（%）
图表网民获知购物网站的认知渠道
图表网民通过网络知晓购物网站的方式
图表网购网民用户评论阅读情况
图表影响用户网络购买决策最关键外部因素
图表2014年中国网络各类商品的网民比例
图表不同性别用户网购商品种类差异
图表2014Q1-2014Q3中国网络购物市场交易规模
图表2014Q1-2014Q3中国网络购物市场交易规模结构
图表2014Q3中国B2C购物网站交易归纳哦市场份额
图表2014Q3中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额
图表2015年中国十大知名购物网站排名
图表2015年前三季度京东商城利润表
图表2015年前三季度京东商城运营能力分析
图表2011-2016年我国网络购物行业市场销售额分析
图表2017-2023年我国网络购物行业市场销售额预测
图表2017-2023年网络购物行业资产规模
图表2017-2023年网络购物市场规模预测
图表2017-2023年服装服饰、鞋帽箱包行业市场发展趋势预测
图表2017-2023年书籍、音像行业市场发展趋势预测
图表2017-2023年化妆品行业市场发展趋势预测
图表2017-2023年手机、数码及电器行业市场发展趋势预测
图表2017-2023年家居日用品行业市场发展趋势预测
图表2017-2023年中国网络购物行业供给预测
图表2017-2023年中国网络购物市场销量预测
图表2017-2023年中国网络购物行业需求预测
图表2017-2023年中国网络购物行业供需平衡预测
略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/321048.html>