

# 2016-2022年中国网络零售行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国网络零售行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/285159.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

2015 年中国网络零售市场交易规模将达 3.83 万亿元，较 2014 年 增长 33.9%，2015 年网络零售占社会消费品零售总额比重已达 12.74%。整体来看，网络零售市场增速逐渐放缓，但依然保持较高的增长速度，在整个社会消费品零售总额地位也不断提升。

2010-2015中国网络零售市场交易规模

2010-2015年中国网络零售市占社会消费品零售总额比重

2010-2015年中国网络零售B2C市场交易规模

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：

### 第一章 网络零售行业相关概述

#### 第一节 网络零售行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

#### 第二节 网络零售行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

#### 第三节 中国网络零售行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

#### 第四节 网络零售行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析

### 第二章 网络零售行业全球发展分析

#### 第一节 全球网络零售市场总体情况分析

- 一、全球网络零售行业的发展特点
- 二、2014-2016年全球网络零售市场结构
- 三、2014-2016年全球网络零售行业发展分析
- 四、2014-2016年全球网络零售行业竞争格局
- 五、2014-2016年全球网络零售市场区域分布

#### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

##### 一、欧洲

- 1、欧洲网络零售行业发展概况
- 2、2014-2016年欧洲网络零售市场结构
- 3、2016-2022年欧洲网络零售行业趋势预测分析

##### 二、北美

- 1、北美网络零售行业发展概况
- 2、2014-2016年北美网络零售市场结构
- 3、2016-2022年北美网络零售行业趋势预测分析

##### 三、日本

- 1、日本网络零售行业发展概况
- 2、2014-2016年日本网络零售市场结构
- 3、2016-2022年日本网络零售行业趋势预测分析

##### 四、韩国

- 1、韩国网络零售行业发展概况
- 2、2014-2016年韩国网络零售市场结构
- 3、2016-2022年韩国网络零售行业趋势预测分析

##### 五、其他国家地区

### 第三章 2014-2016年网络零售行业总体发展状况

#### 第一节 网络零售行业特性分析

## 第二节 网络零售产业特征与行业重要性

### 第三节 2014-2016年国内网络零售行业发展分析

- 一、我国网络零售市场发展现状分析
- 二、“十三五”网络零售行业发展特点分析
- 三、2016-2022年区域产业布局与产业转移

### 第四节 2014-2016年网络零售行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业市场规模状况分析

### 第五节 2016-2022年网络零售行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第四章 我国网络零售行业运行分析

### 第一节 我国网络零售行业发展状况分析

- 一、我国网络零售行业发展阶段
- 二、我国网络零售行业发展总体概况

2015年，中国网络零售市场迎来里程碑式发展时间。网络零售 B2C 的占比持续提升，2015 年占比 超越 C2C 达到 52.5%。网络零售 B2C 的崛起，侧面验证了中国社会的消费升级。相比于类似跳蚤市场的 C2C 模式，B2C 模式为消费者提供了更加的购物体验和服务保障。另一方面，随着中国互联网+概念的提出，更多品牌商、制造商也不甘居于幕后，开始走向台前。以品牌商、制造商为主的 B2C 模式，逐渐取代过去以中小型、个体营业者为主的网络零售市场，提升消费者用户体验的同时，也为企业本身的品牌化、互联网化创造了契机。

### 2010-2015年中国网络零售市场结构组成

2015 年，中国网络零售 B2C 市场的竞争格局愈加清晰。天猫、京东、苏宁易购三大平台累计市场份额超过 82%，市场集中度进一步提高。其中天猫继续领衔市场，占据半壁江山，处于绝对领先的地位，京东凭 22.4%的市场份额紧随其后，较 2014 年 17.7%的市场份额提升了 4.7 个百分点，并不断拉大和其他主要竞争对手的差距。唯品会的市场份额从 2014 年的 1.8%上升至 2.9%，进一步缩小了与苏宁易购的差距。

## 2015年中国网络零售B2C市场份额

### 三、我国网络零售行业发展特点分析

### 四、我国网络零售行业商业模式分析

#### 第二节 2014-2016年网络零售行业发展现状

##### 一、2014-2016年我国网络零售行业市场规模

##### 二、2014-2016年我国网络零售行业发展分析

##### 三、2014-2016年中国网络零售企业发展分析

#### 第三节 2014-2016年网络零售市场情况分析

##### 一、2014-2016年中国网络零售市场总体概况

##### 二、2014-2016年中国网络零售市场发展分析

#### 第四节 我国网络零售市场价格走势分析

##### 一、网络零售市场定价机制组成

##### 二、网络零售市场价格影响因素

##### 三、2014-2016年网络零售价格走势分析

##### 四、2016-2022年网络零售价格走势预测

## 第五章 2014-2016年我国网络零售市场供需形势分析

### 第一节 我国网络零售市场供需分析

#### 一、2014-2016年我国网络零售行业供给情况

##### 1、我国网络零售行业供给分析

##### 2、重点企业供给及占有份额

#### 二、2014-2016年我国网络零售行业需求情况

##### 1、网络零售行业需求市场

##### 2、网络零售行业客户结构

##### 3、网络零售行业需求的地区差异

#### 三、2014-2016年我国网络零售行业供需平衡分析

### 第二节 网络零售产品（服务）市场应用及需求预测

#### 一、网络零售产品（服务）应用市场总体需求分析

##### 1、网络零售产品（服务）应用市场需求特征

##### 2、网络零售产品（服务）应用市场需求总规模

#### 二、2016-2022年网络零售行业领域需求量预测

##### 1、2016-2022年网络零售行业领域需求产品（服务）功能预测

##### 2、2016-2022年网络零售行业领域需求产品（服务）市场格局预测

##### 三、重点行业网络零售产品（服务）需求分析预测

## 第六章 2014-2016年网络零售行业产业结构调整分析

### 第一节 网络零售产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例

2015

年，中国图书零售市场规模继续保持增长，但实体端和网络端呈现两极分化态势。实体书店及 2014 年实现 3.26% 的增长后，2015 年继续保持正向增长，但同比增速已降至 0.3%。而另一方面，中国网络零售 B2C 出版物品类实现交易规模 198.3 亿元，增速为 14.5%。图书作为最早触网的品类，其发展相对成熟，而就整个出版物市场来说，由受到新兴媒体的冲击及消费者阅读习惯的改变，整个图书市场出现萎缩迹象，整个网络零售出版物市场的增长也明显放缓。

#### 2014Q1-2015Q4中国B2C市场图书出版物品类交易规模

就市场格局来说，当当依然以 43.5% 的市场份额保持领先地位，京东继续保持高速增长，市场份额上升至 21.6%。天猫商城在图书品类也不断发力，自 2012 年 10 月正式入驻以来，当当网天猫旗舰店连续 3 年占据天猫图书平台销售冠军宝座，并维持了 90% 以上的高增长率。亚马逊网也于 2015 年 9 月在天猫开设了亚马逊官方旗舰店和 Kindle 官方旗舰店，主打进口原版书和电子书。

#### 2015年中国B2C市场图书出版物品类市场份额

2015 年中国网络零售 B2C 服装品类交易规模达 6549.8 亿元，增长 66.1%。而且随着近年来消费升级的开启，消费者对品牌意识的形成，对个性化的追求，在服装服饰方面的购物需求仍会持续增长。消费升级的背景下，更多的服装品牌商（包括知名大品牌、以及互联网创新品牌等）都会将线上作为其品牌打造和销售的一个重要渠道。

#### 2014Q1-2015Q4中国B2C市场服装服饰品类交易规模

就竞争格局来说，天猫凭借 73.5% 的市场份额遥遥领先，但是较 2014 年 75.1% 的市场份额，领先优势有所缩小。京东 2015 年继续在服装市场发力，通过第三方平台业务快速提升弥补在非标品上的自营模式本身的劣势，目前占比 9.4%，较 2014 年 5.5% 的市场份额提升了 4 个百分点。唯品会以 7.2% 的市场份额排名第三，较 2014 年 4.9% 的市场份额亦有提升。

#### 2015年中国网络零售B2C市场服装服饰品类市场份额

2015 年网络零售 B2C 市场 3C 家电品类实现交易规模 5953.9 亿元，较 4399.9 亿元增长 35.3%。随着中国智能手机市场的饱和，房地产和家电本身行业周期下行带来的家电市场的低迷，2015 年 3C 家电品类增速放缓明显。2015 年，各大电商平台纷纷落实渠道下沉，发力县级和农村市场。苏宁易购服务站、京东帮服务店、乐视 LePar、淘宝村淘等等，均在通过完善线下的物流配送、安装、售后服务等打开县级和农村市场。但是物流配套设施的滞后、服务的滞后仍然存在，电商平台渠道下沉战略成效仍待时间检验。

#### 2014Q1-2015Q4中国B2C市场3C数码家电品类交易规模

就市场格局来说，天猫市场份额达 42.2%，较 2014 年 34.7%上升明显，并且超越京东居第一位，天猫将电器城作为其扩充品类的重要组成，并针对天猫电器城推出了多项配送、安装、售后服务，3C 家电增长迅速。继 2014 年推出“包销定制”合作模式外，2015 年天猫家电的关键词为“用户中心化”，天猫进一步加强与家电品牌商生产商合作，推出 C2B 定制，提升用户体验。京东以 39.7%的市场份额居于第二，苏宁易购以 8%的市场份额居于第三。

#### 2015年中国B2C市场3C数码家电品类市场份额

2015 年，中国网络零售 B2C 母婴品类实现交易规模 1157.2 亿元，较 2014 年 918.4 亿元增长 26%，2015 年垂直母婴电商继续发力，记住跨境电商迅速打响品牌，切入市场，“闪购”、“海淘”等形式迅速崛起。另外，由于母婴消费者的特殊属性，“社交+电商”也成为母婴电商完善母婴网络社区生态的方向。

#### 2014Q1-2015Q4中国B2C市场母婴品类交易规模

就市场格局来说，天猫仍然以 46.6%的市场份额占据第一，但是相比于 2014 年 55.8%的市场份额，领先优势有所降低。同时，京东凭借自营模式的给用户的品牌信任度优势，实现显著增长，市场份额从 2014 年的 16.7 提升至 2015 年的 21.8%。

#### 2015年度中国B2C市场母婴品类市场份额

### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 第二节 网上购物行业运营情况分析

##### 一、中国网上购物行业发展现状

##### 二、国内网上购物行业发展特点

##### 三、2014-2016年国内网上购物行业市场规模分析

## 四、网上购物对网络零售行业的贡献

### 第七章 网络零售行业竞争力优势分析

#### 第一节 网络零售行业竞争力优势分析

##### 一、行业地位分析

##### 二、行业整体竞争力评价

##### 三、行业竞争力评价结果分析

##### 四、竞争优势评价及构建建议

#### 第二节 中国网络零售行业竞争力分析

##### 一、我国网络零售行业竞争力剖析

##### 二、我国网络零售企业市场竞争的优势

##### 三、民企与外企比较分析

##### 四、国内网络零售企业竞争能力提升途径

#### 第三节 网络零售行业SWOT分析

### 第八章 2014-2016年网络零售行业市场竞争分析

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

##### 一、网络零售行业竞争结构分析

##### 1、现有企业间竞争

##### 2、潜在进入者分析

##### 3、替代品威胁分析

##### 4、供应商议价能力

##### 5、客户议价能力

##### 6、竞争结构特点总结

##### 二、网络零售行业集中度分析

##### 1、市场集中度分析

##### 2、企业集中度分析

##### 3、区域集中度分析

##### 4、各子行业集中度

##### 5、集中度变化趋势

#### 第二节 中国网络零售行业竞争格局综述

##### 一、网络零售行业竞争概况

##### 1、中国网络零售行业品牌竞争格局

##### 2、网络零售业未来竞争格局和特点

##### 3、网络零售市场进入及竞争对手分析

## 二、网络零售行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

### 第三节 2014-2016年网络零售行业竞争格局分析

- 一、2014-2016年国内外网络零售竞争分析
- 二、2014-2016年我国网络零售市场竞争分析
- 三、2014-2016年国内主要网络零售企业动向
- 四、2016-2022年国内网络零售企业拟在建项目分析

## 第九章 2014-2016年网络零售行业重点企业发展形势分析

### 第一节 阿里巴巴(中国)网络技术有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、主要经营数据指标
- 四、2016-2022年期间发展战略规划

### 第二节 北京京东世纪贸易有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、主要经营数据指标
- 四、2016-2022年期间发展战略规划

### 第三节 苏宁云商集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、主要经营数据指标
- 四、2016-2022年期间发展战略规划

### 第四节 国美电器有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、主要经营数据指标
- 四、2016-2022年期间发展战略规划

### 第五节 北京当当网信息技术有限公司

- 一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第六节 亚马逊公司

一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第七节 广州唯品会信息科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第八节 北京创锐文化传媒有限公司

一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第九节 腾讯电商控股公司

一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第十节 北京小米科技有限责任公司

一、企业发展概况

二、企业优劣势分析

三、主要经营数据指标

四、2016-2022年期间发展战略规划

第十章 2016-2022年网络零售行业投资价值评估分析

第一节 2016-2022年网络零售行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

## 第二节 2016-2022年中国网络零售行业投资收益预测

- 一、2016-2022年中国网络零售行业总产值预测
- 二、2016-2022年中国网络零售行业零售收入预测
- 三、2016-2022年中国网络零售行业利润总额预测
- 四、2016-2022年中国网络零售行业总资产预测

## 第十一章 2016-2022年期间网络零售行业面临的困境及对策

### 第一节 2016年网络零售行业面临的困境

### 第二节 网络零售企业面临的困境及对策

- 一、重点网络零售企业面临的困境及对策
    - 1、重点网络零售企业面临的困境
    - 2、重点网络零售企业对策探讨
  - 二、中小网络零售企业发展困境及策略分析
    - 1、中小网络零售企业面临的困境
    - 2、中小网络零售企业对策探讨
  - 三、国内网络零售企业的出路分析
- ### 第三节 中国网络零售行业存在的问题及对策
- 一、中国网络零售行业存在的问题
  - 二、网络零售行业发展的建议对策
    - 1、把握国家投资的契机
    - 2、竞争性战略联盟的实施
    - 3、企业自身应对策略
- ### 第四节 中国网络零售市场发展面临的挑战与对策

## 第十二章 2016-2022年网络零售行业投资规划建议研究

### 第一节 网络零售行业发展战略研究

- 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 网络零售经营策略分析

- 一、网络零售市场细分策略

## 二、网络零售市场创新策略

### 三、品牌定位与品类规划

### 四、网络零售新产品差异化战略

## 第三节 网络零售行业投资规划建议研究

### 一、2016年网络零售行业投资规划建议

### 二、2016-2022年网络零售行业投资规划建议

### 三、2016-2022年细分行业投资规划建议

## 第十三章 研究结论及投资建议

### 第一节 网络零售行业研究结论及建议

### 第二节 网络零售子行业研究结论及建议

### 第三节 网络零售行业2016-2022年投资建议

#### 一、行业投资策略建议

#### 二、行业投资方向建议

#### 三、行业投资方式建议

## 图表目录：

图表：网络零售行业生命周期

图表：网络零售行业产业链结构

图表：2014-2016年全球网络零售行业市场规模

图表：2014-2016年中国网络零售行业市场规模

图表：2014-2016年网络零售行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国网络零售市场占全球份额比较

图表：2014-2016年网络零售行业零售收入

图表：2014-2016年网络零售行业利润总额

图表：2014-2016年网络零售行业资产总计

图表：2014-2016年网络零售行业负债总计

图表：2014-2016年网络零售行业竞争力分析

图表：2014-2016年网络零售市场价格走势

图表：2014-2016年网络零售行业主营业务收入

图表：2014-2016年网络零售行业主营业务成本

图表：2014-2016年网络零售行业零售费用分析

图表：2014-2016年网络零售行业管理费用分析

图表：2014-2016年网络零售行业财务费用分析

图表：2014-2016年网络零售行业零售毛利率分析

图表：2014-2016年网络零售行业零售利润率分析

图表：2014-2016年网络零售行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年网络零售行业总资产利润率分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285159.html>