



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国网络购物平台 市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国网络购物平台市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/284332.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

截至2016年6月，我国网络购物用户规模达到4.48亿，较2015年底增加3448万，增长率为8.3%，我国网络购物市场依然保持快速、稳健增长趋势。其中，我国手机网络购物用户规模达到4.01亿，增长率为18.0%，手机网络购物的使用比例由54.8%提升至61.0%。

2015.12-2016.6中国络购物/手机网络购物用户规模及使用率

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 网络购物行业相关概述

第一节 电子商务产业基础概述

- 一、电子商务产业范围界定
- 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 网络购物阐述

- 一、网络购物流程
- 二、网络购物安全
- 三、网络购物支付

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

第四节 网络购物市场规模统计范畴

第二章 2014-2016年中国网络购物行业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014-2016年中国网络购物行业社会环境分析

- 一、中国网络购物迅速向大众普及
- 二、中国网民热捧网络购物
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、地方规范开启网络购物有章可循大门
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展
- 六、网民数量是网络购物高速发展的土壤
- 七、网络购物消费水平和消费意愿

第三节 2014-2016年中国网络购物市场宏观状况分析

- 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

第三章 2014-2016年中国网络购物行业运行态势分析

第一节 2014-2016年中国网络购物发展总况

- 一、网络购物在发展回顾
- 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 2014-2016年中国网络购物市场发展规模

- 一、中国网络购物用户规模
- 二、中国网络购物交易规模

2016Q1中国网络购物市场交易规模达9715.8亿元，环比下降21.8%，主要是由于Q4的大促。行业较去年同比增长27.9%，继续保持稳定的增长水平。根据国家统计局发布的数据显示，2016Q1我国社会消费品零售总额达到7.8万亿元，网络购物在社会消费品零售总额中的占比为12.5%，较去年同期提高1.7%。网络购物行业发展日益成熟，各家电商企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村电商。在综合电商格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直电商领域深耕，这些领域将成为网络购物市场发展新的促进点。 2015Q1-2016Q1中国网络购物市场交易规模

三、C2C仍是中国用户首选网购站点

四、B2C成为电子商务最主要投资行业

第三节 2014-2016年中国网络购物市场分布

一、地域分布

二、年龄分布

第四节 2014-2016年中国网络购物市场存在的问题

一、中国网络购物消费者权益问题

二、中国网络购物安全问题

三、中国网络购物的支付结算问题

四、中国网络购物商家信誉的问题

五、中国网络购物立法问题

第四章 2014-2016年中国C2C类购物网站运行透析

第一节 淘宝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 易趣

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 拍拍网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 百度"有啊"

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五章 2014-2016年中国综合类B2C购物网站运行分析

第一节 当当网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第二节 卓越亚马逊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 红孩子

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第六章 2014-2016年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析

第一节 2014-2016年中国服装类B2C网购市场概况

- 一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头
- 二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素
- 三、中国服装网络购物增长速度
- 四、中国服装网络购物市场交易规模

第二节 VANCL(凡客诚品)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 麦网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 梦露时尚网

- 一、网站介绍
- 二、网站运营模式
- 三、网站经营特色

第五节 MASA MASO (玛萨玛索)

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 时尚起义

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七章 2014-2016年中国数码家电类B2C购物网站运营状况分析

第一节 2014-2016年中国数码家电类B2C网购市场概况

一、家电网购成数码新品首发渠道

二、八成网民认可网购家电

三、用户网购过数码家电类产品占比

第二节 京东商城

一、网站介绍

二、经营情况

三、竞争力分析

四、发展战略

第三节 新蛋网

一、网站介绍

二、竞争力分析

三、发展战略

第四节 世纪电器网

一、网站介绍

二、经营情况

三、竞争力分析

第五节 易讯网

一、网站介绍

二、经营情况

三、最新动向

第六节 北斗手机网

一、网站介绍

二、经营情况

第八章 2014-2016年中国其它类型B2C购物网站运行分析

第一节 99网上书城

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第二节 钻石小鸟

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九章 2017-2022年中国网络购物市场的前景趋势分析

第一节 2017-2022年中国网络购物的前景展望

- 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、2017-2022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 2017-2022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
- 四、B2C将成为未来网络购物市场的主趋势
- 五、网上百货商城还有很大的发展空间
- 六、B2C电子商务市场竞争将更加分散
- 七、购物搜索将成为网络购物的重要角色
- 八、B2C企业的物流渠道建设将逐步好转

第十章 2017-2022年中国网购市场投资前景预测分析(AK WZY)

第一节 2017-2022年中国网络购物市场投资机会分析

- 一、母婴市场自成为掘金的富矿
- 二、保健品成网购新宠儿
- 三、网购建材成为现代人购物新潮流

第二节 2017-2022年中国网购市场投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第三节 专家投资建议

部分图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284332.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。