



2015-
2020年中国网络购物市场深度调研及投资
前景咨询报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国网络购物市场深度调研及投资前景咨询报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。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，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国网络购物市场深度调研及投资前景咨询报告
出版日期	2015年1月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

第一章网络购物相关概述

第一节 [电子商务](#) 相关概述

- 一、电子商务定义
- 二、电子商务的典型模式

第二节网络购物相关介绍

- 一、网络购物定义
- 二、网络购物分类
- 三、网络购物[产业链](#)
- 四、网络购物商业模式

第二章2013-2014年中国网络购物发展环境分析

第一节经济环境分析

- 一、中国GDP增长分析
- 二、中国居民收入增长情况
- 三、中国社会消费品[零售](#)总额分析
- 四、上半年中国宏观经济运行分析

第二节社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、中国居民家庭消费水平分析
- 三、中国[互联网](#)普及率及信息化程度分析
- 四、3G带动移动支付业务迅速发展

第三节政策环境分析

- 一、中国各地网络购物相关政策汇总
- 二、《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

三、《非金融**机构**支付服务管理办法》

四、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

五、中国网络实名制政策分析

六、深圳市成为首个国家**电子**商务示范城市

七、福建省大力发展电子商务

第四节行业环境分析

一、中国电子商务发展历程分析

二、中国电子商务网站数量及服务分析

三、中国电子商务服务企业分布

四、中国电子商务交易规模分析

五、中国网上支付市场规模分析

六、中国网上支付用户规模分析

第三章2013-2014年全球网购市场发展现状分析

第一节2013-2014年全球网络购物市场发展现状分析

一、全球网购区域市场格局分析

二、全球网购与互联网发展的一致性分析

三、**奢侈品**企业重点发展网购市场

第二节2013-2014年美国网购市场发展现状分析

一、美国网络购物的多样性分析

二、美国主流团购网站运营模式分析

第三节2013-2014年德国网购市场发展动态分析

一、德国网上购物市场法律规范分析

二、德国网络购物用户规模分析

第四节2013-2014年其他国家网购市场发展现状分析

一、英国网购用户规模分析

二、法国网络消费将持续扩张

第四章2013-2014年中国网络购物市场发展现状分析

第一节 中国零售类网货的发展现状分析

一、零售类网货相关概述

二、中国零售类网货的发展历程

三、中国网货消费结构分析

四、中国零售类网货成本与价格分析

五、中国网货来源和发展因素分析

第二节2013-2014年中国网络购物规模分析

一、中国网络购物用户规模分析

二、中国网络购物市场交易规模分析

三、中国网购网站数量分析

第三节2013-2014年中国C2C网络购物发展态势分析

一、中国代表性C2C**运营商**分析

二、中国C2C运营商市场份额分析

三、中国个人网站数量规模分析

第四节 中国网络购物的社会经济影响分析

一、网购促进传统零售业转型升级

二、网购对实体书店行业的影响分析

三、中国网购成为快递业增长动力

四、中国网络购物促进就业作用大

五、网络购物对社会经济的促进作用分析

第五节 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及原因分析

二、中国网络购物立法逐步完善

三、中国网络购物中消费者权益保护的对策分析

第五章2013-2014年中国网络购物新兴市场发展现状分析

第一节2013-2014年中国网络团购市场发展分析

一、中国团购网站迅速增长

二、中国团购网站市场份额分析

三、中国团购网站首次赔付事件分析

四、中国网站团购市场发展态势分析

第二节2013-2014年中国海外代购市场发展现状分析

- 一、中国海外代购市场规模分析
- 二、中国海外代购品类分析
- 三、海关新政对海外代购的影响分析

第三节2013-2014年中国网络视频购物市场发展现状分析

- 一、视频购物区别于传统[电视](#)购物
- 二、淘宝视频购物的多方共赢局面分析
- 三、酷6网视频购物频道上线的影响分析

第六章2013-2014年中国网购B2C市场发展现状分析

第一节2013-2014年中国网购B2C市场规模分析

- 一、网购B2C市场分类
- 二、电子商务B2C 产业链
- 三、B2C市场整体收入规模分析
- 四、B2C市场细分产品收入分析

第二节2013-2014年中国B2C细分产品市场竞争格局分析

- 一、3C产品B2C市场竞争格局分析
- 二、出版物B2C市场竞争格局分析
- 三、母婴产品B2C市场竞争格局分析
- 四、[珠宝](#)B2C市场竞争格局分析
- 五、礼品B2C市场竞争格局分析

第三节2013-2014年中国B2C运营商竞争格局分析

- 一、中国代表性B2C运营商服务对比分析
- 二、年中国B2C运营商市场份额分析
- 三、中国B2C运营商市场份额分析
- 四、B2C网站[物流](#)竞争现状分析
- 五、中国邮政与TOM集团的合作分析

第四节2013-2014年中国B2C行业[投资](#)现状分析

- 一、B2C行业投资规模分析

二、B2C行业投资轮次分析

三、B2C行业投资阶段分析

四、B2C行业投资区域分析

五、B2C行业并购事件分析

第七章2013-2014年中国服装网购市场发展现状分析

第一节中国服装网购相关概述

一、服装网购的定义

二、服装网购网站的分类

三、服装网购的优势分析

四、服装电子商务发展阶段

第二节2013-2014年中国服装网购行业发展现状分析

一、中国服装网购市场规模分析

二、服装B2C市场竞争格局分析

三、中国男装网购市场竞争升温

四、主要服装网购品牌发展现状分析

第三节2013-2014年中国男装网购主流模式对比分析

一、PPG与VANCL的比较分析

二、报喜鸟EBONO竞争优势分析

三、鲁泰在线向内销转型

四、优衣库和杰克琼斯淘宝业绩分析

第四节服装企业网络销售模式及建议分析

一、服装企业网络销售模式分析

二、服装企业网络销售建议分析

三、服装行业细分品类营销策略分析

第八章2013-2014年中国第三方支付市场发展现状分析

第一节中国第三方支付市场发展概况

一、中国第三方支付市场发展模式分析

二、中国第三方支付市场交易规模分析

第二节2013-2014年中国第三方支付市场竞争格局分析

一、第三方支付企业的盈利构成分析

二、第三方支付网站对用户的争夺现状分析

三、第三方支付市场整体竞争格局分析

四、中国第三方在线支付市场份额分析

第三节中国第三方支付市场存在的问题和发展对策分析

一、中国第三方支付市场存在的问题分析

二、中国第三方支付市场发展策略分析

三、欧美国家第三方支付政府监管对中国的启示分析

四、第三方支付企业竞争力提升策略分析

第九章2013-2014年中国网络购物**市场调研**分析

第一节2013-2014年中国网购渗透率调研分析

一、中国与发达国家网购渗透率的对比

二、中国网购渗透率的地区对比

第二节2013-2014年中国B2C购物网站用户调研分析

一、B2C购物网站用户渗透率

二、B2C购物网站品牌认知度与转化率

三、B2C购物网站主要用户差异分析

第三节2013-2014年中国C2C购物网站用户调研分析

一、C2C购物网站用户渗透率

二、C2C购物网站品牌认知度与转化率

三、C2C购物网站主要用户差异分析

第四节2013-2014年中国购物网站用户流动调研分析

一、主要购物网站首选用户比例

二、主要购物网站用户单一度

三、购物网站用户渗透率变化

四、购物网站用户忠诚度

五、购物网站新增用户

第五节2013-2014年中国网民网络购物行为调研分析

- 一、购物网站品牌认知渠道
- 二、商品查找方式及用户评论
- 三、网购金额和次数
- 四、网购商品类别
- 五、网购支付方式

第六节2013-2014年中国用户网购行为差异调研分析

- 一、不同性别用户网购行为差异
- 二、不同年龄用户网购行为差异
- 三、不同收入用户网购行为差异
- 四、不同职业用户网购行为差异

第七节2013-2014年度中国网购重点城市分析

- 一、中国网购城市消费力概况
- 二、网购消费力前十城市
- 三、网购消费力增速最快城市和省份
- 四、网店卖家十大城市
- 五、网店卖家增长最快城市和省份

第十章2013-2014年中国购物网站运行状况分析

第一节淘宝网

- 一、淘宝网简介
- 二、淘宝网开拓台湾网购业务
- 三、淘宝大物流计划的构建分析

第二节当当网

- 一、网站介绍
- 二、当当网收入规模分析
- 三、当当网物流基地建设进展分析

第三节卓越亚马逊

- 一、网站介绍
- 二、卓越亚马逊收入规模分析

第四节红孩子

一、网站介绍

二、红孩子收入规模分析

第五节2688网店

一、公司简介

二、2688网店代购点模式分析

三、2688网店收入规模分析

第六节丽家宝贝

一、公司简介

二、丽家宝贝经营模式分析

三、丽家宝贝收入规模分析

四、丽家宝贝发展思路与目标

第七节九钻网

一、九钻公司简介

二、九钻经营模式分析

三、九钻网收入规模分析

第八节易迅商城

一、易迅商城简介

二、易迅商城产品及业务分析

三、易迅商城收入规模分析

四、易迅商城发展定位分析

第九节VANCL(凡客诚品)

一、网站介绍

二、凡客诚品收入规模分析

三、凡客进军运动服装市场

第十节京东商城

一、网站介绍

二、经营情况

三、京东商城商品品类盈利分析

四、京东商城为物流系统融资

五、京东商城上市及团购进展分析

第十一章 2015-2020年中国网络购物市场前景与投资分析

第一节 2015-2020年中国网络购物市场前景预测

一、中国网络购物市场潜力较大

二、中国网络购物成熟期分析

三、2015-2020年中国网络购物市场规模预测

第二节 2015-2020年中国网络购物模式的融合趋势分析

一、B2C对C2C的替代趋势分析

二、B2C企业多元化扩张趋势分析

三、B2C市场参与主体的多元化趋势

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2015/01/05/1051373mnm.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□□□

IPO □□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□
□□□□

三、研究机构

公司介绍



中商产业研究院是国内领先的产业研究与咨询服务机构，专注于为企业提供全方位的战略咨询、市场调研、IPO辅导、并购重组、投融资咨询等服务。公司拥有庞大的专家智库和先进的研究方法，能够为各行业企业提供精准、专业的咨询服务。中商产业研究院总部位于深圳，在北京、上海、香港均设有分支机构，服务网络覆盖全国。

中商产业研究院专注于为企业提供全方位的战略咨询、市场调研、IPO辅导、并购重组、投融资咨询等服务。公司拥有庞大的专家智库和先进的研究方法，能够为各行业企业提供精准、专业的咨询服务。中商产业研究院总部位于深圳，在北京、上海、香港均设有分支机构，服务网络覆盖全国。

中商产业研究院专注于为企业提供全方位的战略咨询、市场调研、IPO辅导、并购重组、投融资咨询等服务。公司拥有庞大的专家智库和先进的研究方法，能够为各行业企业提供精准、专业的咨询服务。中商产业研究院总部位于深圳，在北京、上海、香港均设有分支机构，服务网络覆盖全国。

中商产业研究院产品与服务

中商产业研究院提供以下产品和服务：

- 战略咨询
- 市场调研
- IPO辅导
- 并购重组
- 投融资咨询

中商产业研究院拥有庞大的专家智库和先进的研究方法，能够为各行业企业提供精准、专业的咨询服务。中商产业研究院总部位于深圳，在北京、上海、香港均设有分支机构，服务网络覆盖全国。

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。