

# 2020-2026年中国网购行业 深度研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国网购行业深度研究与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201912/19-330290.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

据显示，网购主力消费群体为女性群体、高学历群体和30-49岁年龄段群体。

从性别情况看，网购用户中女性所占比重较大，为66.1%，比男性高32.2个百分点。从不同性别群体网购金额占比情况看，女性网购金额占比为68.3%，比男性高36.6个百分点。女性相较于男性更爱网购。

从学历分布情况看，高学历群体更青睐网购。初中及以下、高中、大专、大学本科和硕士及以上学历的网购用户比例分别为7.1%、17.6%、22.1%、41.7%和11.6%。从不同学历用户网购金额看，初中及以下、高中、大专、大学本科和硕士及以上学历的用户网购金额占比分别为3.8%、8.6%、18.8%、51.0%和17.8%。高学历群体对网购的接受程度更高，能够娴熟操作各种系统，更喜欢网购。网购人群学历分布 网购人群年龄分布 中国产业研究报告网发布的

《2020-2026年中国网购行业深度研究与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了中国网购行业市场发展环境、网购整体运行态势等，接着分析了中国网购行业市场运行的现状，然后介绍了网购市场竞争格局。随后，报告对网购做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网购行业发展趋势与投资预测。您若想对网购产业有个系统的了解或者想投资中国网购行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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 网购相关概述

#### 1.1 电子商务相关概述

##### 1.1.1 电子商务定义

##### 1.1.2 电子商务的典型模式

#### 1.2 网购相关介绍

##### 1.2.1 网购定义

##### 1.2.2 网购分类

##### 1.2.3 网购产业链

##### 1.2.4 网购商业模式

### 第二章 2014-2019年中国网购发展环境分析

## 2.1经济环境分析

### 2.1.12014-2019年中国GDP增长分析

### 2.1.22014-2019年中国居民收入增长情况

### 2.1.3 2019年中国社会消费品零售总额分析

### 2.1.4 2019年中国宏观经济运行分析

## 2.2社会环境分析

### 2.2.1 2019年中国人口规模及结构分析

### 2.2.2中国居民家庭消费水平分析

### 2.2.3中国互联网普及率及信息化程度分析

### 2.2.4 4G带动移动支付业务迅速发展

## 2.3政策环境分析

### 2.3.12014-2019年中国各地网购相关政策汇总

### 2.3.2 2019年《关于加快流通领域电子商务发展的意见》

### 2.3.3 2019年《非金融机构支付服务管理办法》

### 2.3.4 2019年《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

### 2.3.5 2019年中国网络实名制政策分析

### 2.3.6深圳市成为首个国家电子商务示范城市

### 2.3.7福建省“十三五”大力发展电子商务

## 2.4行业环境分析

### 2.4.1中国电子商务发展历程分析

### 2.4.2 2019年中国电子商务网站数量及服务分析

### 2.4.32014-2019年中国电子商务服务企业分布

### 2.4.42014-2019年中国电子商务交易规模分析

### 2.4.5 2019年中国网上支付市场规模分析

### 2.4.62014-2019年中国网上支付用户规模分析

## 第三章2014-2019年全球网购市场发展现状分析

### 3.12014-2019年全球网购市场发展现状分析

#### 3.1.1 2019年全球网购区域市场格局分析

#### 3.1.2全球网购与互联网发展的一致性分析

#### 3.1.3 2019年奢侈品企业重点发展网购市场

### 3.22014-2019年美国网购市场发展现状分析

### 3.2.1美国网购的多样性分析

### 3.2.2美国主流团购网站运营模式分析

## 3.32014-2019年德国网购市场发展动态分析

### 3.3.1德国网上购物市场法律规范分析

### 3.3.2 2019年德国网购用户规模分析

## 3.42014-2019年其他国家网购市场发展现状分析

### 3.4.1 2019年英国网购用户规模分析

### 3.4.2 2019年法国网络消费将持续扩张

## 第四章2014-2019年中国网购市场发展现状分析

### 4.1中国零售类网货的发展现状分析

#### 4.1.1零售类网货相关概述

#### 4.1.2中国零售类网货的发展历程

#### 4.1.3 2019年中国网货消费结构分析

#### 4.1.4中国零售类网货成本与价格分析

#### 4.1.5中国网货来源和发展因素分析

### 4.22014-2019年中国网购规模分析

#### 4.2.1 2019年中国网购用户规模分析

截至2019年12月，我国网络购物用户规模达6.10亿，较2017年底增长14.4%，占网民整体比例达73.6%。手机网络购物用户规模达5.92亿，较2017年底增长17.1%，使用比例达72.5%

。2017-2019年中国网络购物用户规模及使用率 2017-2019年中国手机网络购物用户规模及使用率

#### 4.2.22014-2019年中国网购市场交易规模分析

#### 4.2.32014-2019年中国网购网站数量分析

### 4.32014-2019年中国C2C网购发展态势分析

#### 4.3.1中国代表性C2C运营商分析

#### 4.3.2 2019年中国C2C运营商市场份额分析

#### 4.3.3 2019年中国个人网站数量规模分析

### 4.42014-2019年中国网购的社会经济影响分析

#### 4.4.1网购促进传统零售业转型升级

#### 4.4.2网购对实体书店行业的影响分析

#### 4.4.3中国网购成为快递业增长动力

#### 4.4.4中国网购促进就业作用大

#### 4.4.5 网购对社会经济的促进作用分析

### 4.5中国网购发展的问题及对策

#### 4.5.1中国网购市场存在的问题及原因分析

#### 4.5.2中国网购立法逐步完善

#### 4.5.3中国网购中消费者权益保护的对策分析

## 第五章2014-2019年中国网购新兴市场发展现状分析

### 5.1 2019年中国网络团购市场发展分析

#### 5.1.1 2019年中国团购网站迅速增长

#### 5.1.2 2019年中国团购网站市场份额分析

#### 5.1.3 2019年中国团购网站首次赔付事件分析

#### 5.1.4中国网站团购市场发展态势分析

### 5.2 2019年中国海外代购市场发展现状分析

#### 5.2.1 2019年中国海外代购市场规模分析

#### 5.2.2 2019年中国海外代购品类分析

#### 5.2.3 2019年海关新政对海外代购的影响分析

### 5.32014-2019年中国网络视频购物市场发展现状分析

#### 5.3.1视频购物区别于传统电视购物

#### 5.3.2淘宝视频购物的多方共赢局面分析

#### 5.3.3酷6网视频购物频道上线的影响分析

### 5.4 各网站网购市场份额占比

## 第六章2014-2019年中国网购B2C市场发展现状分析

### 6.1 2019年中国网购B2C市场规模分析

#### 6.1.1网购B2C市场分类

#### 6.1.2电子商务B2C产业链

#### 6.1.3 2019年B2C市场整体收入规模分析

#### 6.1.4 2019年B2C市场细分产品收入分析

### 6.2 2019年中国B2C细分产品市场竞争格局分析

#### 6.2.13C产品B2C市场竞争格局分析

#### 6.2.2出版物B2C市场竞争格局分析

- 6.2.3母婴产品B2C市场竞争格局分析
- 6.2.4珠宝B2C市场竞争格局分析
- 6.2.5礼品B2C市场竞争格局分析
- 6.32014-2019年中国B2C运营商竞争格局分析
- 6.3.1中国代表性B2C运营商服务对比分析
- 6.3.22015年中国B2C运营商市场份额分析
- 6.3.3 2019年中国B2C运营商市场份额分析
- 6.3.4B2C网站物流竞争现状分析
- 6.3.5中国邮政与TOM集团的合作分析
- 6.42014-2019年中国B2C行业投资现状分析
- 6.4.1B2C行业投资规模分析
- 6.4.2B2C行业投资轮次分析
- 6.4.3B2C行业投资阶段分析
- 6.4.4B2C行业投资区域分析
- 6.4.5B2C行业并购事件分析

## 第七章2014-2019年中国服装网购市场发展现状分析

- 7.1中国服装网购相关概述
- 7.1.1服装网购的定义
- 7.1.2服装网购网站的分类
- 7.1.3服装网购的优势分析
- 7.1.4服装电子商务发展阶段
- 7.2 2019年中国服装网购行业发展现状分析
- 7.2.1 2019年中国服装网购市场规模分析
- 7.2.2 2019年服装B2C市场竞争格局分析
- 7.2.3 2019年中国男装网购市场竞争升温
- 7.2.4 2019年主要服装网购品牌发展现状分析
- 7.32014-2019年中国男装网购主流模式对比分析
- 7.3.1PPG与VANCL的比较分析
- 7.3.2报喜鸟EBONO竞争优势分析
- 7.3.3 2019年鲁泰在线向内销转型
- 7.3.4优衣库和杰克琼斯淘宝业绩分析

## 7.4服装企业网络销售模式及建议分析

### 7.4.1服装企业网络销售模式分析

### 7.4.2服装企业网络销售建议分析

### 7.4.3服装行业细分品类营销策略分析

## 第八章2014-2019年中国第三方支付所属行业市场发展现状分析

### 8.1中国第三方支付市场发展概况

#### 8.1.1中国第三方支付市场发展模式分析

#### 8.1.2 2019年中国第三方支付市场交易规模分析

### 8.22014-2019年中国第三方支付市场竞争格局分析

#### 8.2.1第三方支付企业的盈利构成分析

#### 8.2.2第三方支付网站对用户的争夺现状分析

#### 8.2.3第三方支付市场整体竞争格局分析

#### 8.2.4 2019年中国第三方在线支付市场份额分析

### 8.3中国第三方支付市场存在的问题和发展对策分析

#### 8.3.1中国第三方支付市场存在的问题分析

#### 8.3.2中国第三方支付市场发展策略分析

#### 8.3.3欧美国家第三方支付政府监管对中国的启示分析

#### 8.3.4第三方支付企业竞争力提升策略分析

## 第九章2014-2019年中国网购市场调研分析

### 9.1 2019年中国网购渗透率调研分析

#### 9.1.1中国与发达国家网购渗透率的对比

#### 9.1.2中国网购渗透率的地区对比

### 9.2 2019年中国B2C购物网站用户调研分析

#### 9.2.1B2C购物网站用户渗透率

#### 9.2.2B2C购物网站品牌认知度与转化率

#### 9.2.3B2C购物网站主要用户差异分析

### 9.3 2019年中国C2C购物网站用户调研分析

#### 9.3.1C2C购物网站用户渗透率

#### 9.3.2C2C购物网站品牌认知度与转化率

#### 9.3.3C2C购物网站主要用户差异分析



## 9.4 2019年中国购物网站用户流动调研分析

### 9.4.1 主要购物网站首选用户比例

### 9.4.2 主要购物网站用户单一度

### 9.4.3 购物网站用户渗透率变化

### 9.4.4 购物网站用户忠诚度

### 9.4.5 购物网站新增用户

## 9.5 2019年中国网民网购行为调研分析

### 9.5.1 购物网站品牌认知渠道

### 9.5.2 商品查找方式及用户评论

### 9.5.3 网购金额和次数

### 9.5.4 网购商品类别

### 9.5.5 网购支付方式

## 9.6 2019年中国用户网购行为差异调研分析

### 9.6.1 不同性别用户网购行为差异

### 9.6.2 不同年龄用户网购行为差异

### 9.6.3 不同收入用户网购行为差异

### 9.6.4 不同职业用户网购行为差异

## 9.7 2014-2019年度中国网购重点城市分析

### 9.7.1 中国网购城市消费力概况

### 9.7.2 网购消费力前十城市

### 9.7.3 网购消费力增速最快城市和省份

### 9.7.4 网店卖家十大城市

### 9.7.5 网店卖家增长最快城市和省份

## 第十章 中国购物网站运行状况分析

### 10.1 京东

#### 10.1.1 京东简介

#### 10.1.2 2019年京东收入规模分析

#### 10.1.3 2019年淘宝大物流计划的构建分析

### 10.2 天猫

#### 10.2.1 网站介绍

#### 10.2.2 2019年天猫收入规模分析

### 10.2.3 2019年天猫物流基地建设进展分析

## 10.3 淘宝

### 10.3.1 网站介绍

### 10.3.2 2019年 淘宝收入规模分析

## 10.4 微商

### 10.4.1 网站介绍

### 10.4.2 2019年微商收入规模分析

## 10.5 苏宁易购

### 10.5.1 公司简介

### 10.5.2 苏宁易购模式分析

### 10.5.3 2019年苏宁易购收入规模分析

## 10.6 唯品会

### 10.6.1 公司简介

### 10.6.2 唯品会经营模式分析

### 10.6.3 2019年唯品会收入规模分析

### 10.6.4 唯品会发展思路与目标

## 第十一章 2020-2026年中国网购市场前景与投资分析()

### 11.1 2020-2026年中国网购市场前景预测

#### 11.1.1 中国网购市场潜力较大

#### 11.1.2 中国网购成熟期分析

#### 11.1.3 2020-2026年中国网购市场规模预测

### 11.2 2020-2026年中国网购模式的融合趋势分析

#### 11.2.1 B2C对C2C的替代趋势分析

#### 11.2.2 B2C企业多元化扩张趋势分析()

#### 11.2.3 B2C市场参与主体的多元化趋势

## 图表目录：

图表1 电子商务的范畴

图表2 中国电子商务分类

图表3 网购的多种分类方式

图表4 网购产业链

图表5 网购商业模式分类

图表6 2013-2019年中国国内生产总值及增长速度

图表7 2013-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表8 2013-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表9 2013-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表10 2019年中国人口数及其构成情况

图表11 2013-2019年中国城市人口及所占比例增长趋势图

图表12 2013-2019年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表13 2013-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表14 2013-2019年中国网民规模及互联网普及率增长趋势图

图表15 2013-2019年中国手机网民规模增长统计

图表16 2013-2019年中国各地网购政策列表

图表17 2019年深圳市出台的网购产业政策列表

图表18 2011-2019年中国电子商务发展史

图表19 2011-2019年中国电子商务服务企业增长阶段分布

图表20 2011-2019年中国B2B电子商务网站数量增长走势图

图表21 中国B2B电子商务上市公司综合服务比较

图表22 2013-2019年中国电子商务服务企业区域分布

图表23 2015年中国电子商务服务企业行业分布

图表24 2019年中国电子商务服务企业行业分布

图表25 2013-2019年中国电子商务交易规模增长趋势图

图表26 2013-2019年中国网上银行交易额增长趋势图

图表27 2013-2019年中国网上支付市场规模增长趋势图

图表28 2013-2019年中国网上支付用户规模

图表29 2013-2019年全球网购市场交易规模地区分布

图表30 2019年全球各地区互联网渗透率对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201912/19-330290.html>