

# 2021-2027年中国在线购物 行业前景展望与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国在线购物行业前景展望与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202102/205943.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

在线购物是通过互动的互联网系统来连结消费者与销售者以进行销售。销售者利用互联网系统提供产品和服务目录供消费者浏览，消费者则利用家中的电脑通过网络进行选购。著名的戴尔计算机公司每天在互联网上销售价值100万美元的计算机，网络设备制造商思科系统公司正以每年10亿美元的数额在它的网页上销售产品。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线购物行业前景展望与未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了在线购物相关概念及发展环境，接着分析了中国在线购物规模及消费需求，然后对中国在线购物市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线购物面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线购物有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章中国在线购物市场概述	10
第一节在线购物相关概念	10
一、电子商务概述	10
二、在线购物概述	13
三、b2c在线购物概述	14
第二节中国在线购物市场规模与结构	15
一、中国在线购物市场规模	15
二、中国在线购物市场结构	16
第三节c2c在线购物市场概述	17
一、综述	18
二、淘宝	19
三、ebay易趣	21
四、拍拍网	22
五、其它	23

## 第二章2016-2019年中国在线购物产业运行环境分析25

### 第一节2016-2019年中国宏观经济环境分析25

- 一、中国gdp分析25
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入26
- 三、恩格尔系数26
- 四、工业发展形势分析27
- 五、存贷款利率变化28
- 六、财政收支状况29

### 第二节2021-2027年中国在线购物产业政策环境分析30

- 一、中国网络购物迅速向大众普及30
- 二、债危机下中国网民热捧网络购物30
- 三、2019年网络购物跻身十大网络应用之列31
- 四、地方规范开启网络购物有章可循大门31
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展34

### 第三节2016-2019年中国在线购物产业社会环境分析36

- 一、电子商务36
- 二、在线支付37

## 第三章2016-2019年中国b2c在线购物产业市场研究39

### 第一节2016-2019年中国b2c在线购物发展概述39

- 一、发展历程39
- 二、发展特点分析40
- 三、发展趋势分析40

### 第二节2016-2019年中国b2c在线购物市场分析41

- 一、市场规模41
- 二、市场特点与分类41

### 第三节消费者行为研究43

## 第四章2016-2019年中国网络购物市场运行动态透析46

### 第一节2016-2019年中国网络购物发展总况46

- 一、网络购物在发展回顾46
- 二、中国网络购物市场规模迅速增长46

三、中国网络购物发展挑战传统零售业	46
四、中国网络购物推动就业潜力巨大	48
第二节2016-2019年中国网络购物市场规模分析	48
一、网络购物市场规模	49
二、网络购物占社会消费品零售总额比重	49
三、交易额规模结构	50
四、交易额各地区分布状况	51
第三节2016-2019年中国网络购物的社会效应分析	51
一、网购创造的就业岗位规模及分布	51
二、淘宝网解决特殊群体就业问题	55
三、网络渠道优势被更多企业认可	56
四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案	57
第四节2016-2019年中国网络购物发展动态	58
一、国庆黄金周网络购物日均消费3亿元	59
二、债危机为网络购物发展带来机遇	60
三、国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场	60
四、春节个性创意年货走俏网络购物	61
第四节2016-2019年中国网络购物发展的问题及对策	61
一、中国网络购物市场存在的问题	61
二、中国网络购物市场尚缺信用保障	62
三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策	62
四、中国网络购物市场堵漏需要多管齐下	63
第五章2016-2019年中国b2c电子商务市场运行分析	64
第一节2016-2019年国际b2c电子商务市场分析	64
一、英国b2c电子商务市场分析	64
二、中国台湾b2c网络购物市场分析	64
三、2016年美国b2c电子商务市场发展现状	65
第二节 2016-2019年中国b2c电子商务市场运行阐述	65
一、中国b2c电子商务迎来快速发展期	65
二、b2c电子商务中的消费者心理分析	66
三、b2c电子商务团-购发展分析	68

四、b2c模式电子商务的顾客满意度解析	71
第三节2016-2019年中国电子商务b2c市场分析	74
一、中国b2c网上零售市场分析	74
二、中国电子商务b2c市场发展特点	75
三、2016年日用百货成为我国b2c市场新增长点	76
四、2016年中国出版物b2c网络零售市场分析	78
第四节2016-2019年中国b2c电子商务经营分析	79
一、b2c电子商务经营状况分析	79
二、b2c电子商务的主要赢利条件	79
三、b2c电子商务经营的无形成本分析	80
四、从两大b2c网站运费竞争看b2c模式的盈利问题	84
第五节2016-2019年中国b2c电子商务营销分析	85
一、b2c电子商务营销具体策略	85
二、3g时代b2c电子商务网站营销新模式分析	85
三、b2c电子商务营销主要问题分析	89
四、b2c电子商务网站的营销策略	91
第六章2016-2019年中国综合类b2c网站研究	92
第一节当当网	92
一、概述	92
二、运营状况	93
三、发展战略	93
第二节卓越网	96
一、概述	96
二、运营状况	96
三、发展战略	98
第七章2016-2019年中国it类b2c网站研究	99
第一节enet硅谷动力商城	99
一、概述	99
二、运营状况	100
三、发展战略	100

## 第二节搜易得101

### 一、概述101

### 二、运营状况101

### 三、发展战略102

## 第三节其它102

## 第八章2016-2019年中国餐饮食品类b2c网站研究104

### 第一节搜饭网104

#### 一、概述104

#### 二、运营状况104

#### 三、发展战略104

### 第二节饭统网105

#### 一、概述105

#### 二、运营状况107

#### 三、发展战略108

### 第三节其他餐饮食品类b2c网站简析109

## 第九章2016-2019年中国其它类b2c网站深度研究112

### 第一节广场美容化妆品类b2c网站研究——no5时尚112

#### 一、概述112

#### 二、运营状况112

#### 三、发展战略113

### 第二节图书音像类b2c网站研究——易文网简介113

#### 一、概述113

#### 二、运营状况114

#### 三、发展战略115

### 第三节鲜花礼品类b2c网站研究——莎啦啦116

#### 一、概述116

#### 二、运营状况117

#### 三、发展战略118

### 第四节服装纺织服饰类b2c网站研究——时尚起义118

#### 一、概述118

二、运营状况119

三、发展战略120

第五节保健成人b2c网站研究——桔色120

一、概述120

二、运营状况120

三、发展战略121

第六节办公文具类b2c网站研究——世纪文具网121

一、概述121

二、运营状况121

三、发展战略121

第十章2021-2027年中国b2c在线购物产业发展趋势分析122

第一节2021-2027年中国网络购物市场发展趋势分析122

一、中国网络购物市场的前景无限美好122

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展122

三、中国网络购物市场规模预测123

四、2021年左右中国网络购物将到达成熟期126

第二节中国b2c电子商务前景趋势分析126

一、中国b2c市场规模预测126

二、我国b2c电子商务未来发展趋势127

三、b2c电子商务将走向细分128

第十一章2021-2027年中国b2c在线购物行业投资机会研究分析129()

第一节2021-2027年中国b2c在线购物投资机会分析129

一、b2c在线购物投资潜力分析129

二、b2c在线购物投资吸引力分析129

第二节2021-2027年中国b2c在线购物投资风险分析130

一、政策风险130

二、市场风险130

三、其他风险131

四、回避风险对策131

第三节2021-2027年中国b2c在线购物发展建议131



图表目录：

图表12016-2019年我国在线购物市场规模变化分析16

图表22016-2019年我国网上购物市场结构分析16

图表3中国电子商务市场交易额构成17

图表42016-2019年我国b2c电子商务销售规模分析17

图表52019年中国b2c电子商务市场额17

图表6亚马逊历年营业情况22

图表7国内生产总值累计同比增长率（%）25

图表8工业增加值月度同比增长率（%）27

图表92019年人民币存贷款利率表28

图表102016-2019年财政收入29

图表11中国电子商务发展大事记30

图表12中国电子商务领域相关法规34

图表132016-2019年中国在线支付市场规模37

图表14用户选择b2c网站时的考虑因素45

图表15中国上网计算机数和上网用户数历史趋势图46

图表16用户了解购物网站的主要渠道48

图表172016-2019年中国网上购物交易额及增长率49

图表182016-2019年中国网上购物用户数及增长率49

图表19用户使用购物网站的情况51

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205943.html>