

2012-2016年中国网络购物 平台行业现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国网络购物平台行业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1201/F643827EJZ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国网络购物平台行业现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了中国网络购物平台行业发展环境，接着分析了中国网络购物平台行业规模及消费需求，然后对中国网络购物平台行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络购物平台行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络购物平台行业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。

网上购物，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。国内的网上购物，一般付款方式是款到发货（直接银行转帐，在线汇款）。担保交易（淘宝支付宝，百度百付宝，腾讯财付通等的担保交易），货到付款等。

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 2011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、2012年中国宏观经济发展预测分析第二节 2011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、金融危机下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 2011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 2011年中国网络购物行业运行新态势分析第一节 2011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 2011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 2011年中国网络购物市场分布一、地域分布二、年龄分布第四节 2011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 2011年中国C2C类购物

网站运行透析第一节 淘宝一、网站介绍二、淘宝商城介绍三、经营情况分析四、优劣势分析五、淘宝战略第二节 易趣一、网站介绍二、易趣免费牌奏效关键指标月内涨三成三、竞争优势分析第三节 拍拍网一、网站介绍二、经营情况三、网站竞争优劣势分析第四节 百度“有啊”一、网站介绍二、网站竞争优劣势分析第五章 2011年中国综合类B2C购物网站运行分析第一节 当当网一、网站介绍二、经营情况三、竞争力分析第二节 卓越亚马逊一、网站介绍二、经营情况三、发展战略第三节 红孩子一、网站介绍二、经营情况三、竞争力分析第六章 2011年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析第一节 2011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)一、网站介绍二、物流情况三、经营情况四、发展战略第三节 麦网一、网站介绍二、经营情况三、发展战略第四节 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)一、网站介绍二、经营情况三、竞争力分析第六节 时尚起义一、网站介绍二、竞争力分析第七章 2011年中国数码家电类B2C购物网站运营状况分析第一节 2011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 2011年中国其它类型B2C购物网站运行分析第一节 99网上书城一、网站介绍二、经营情况三、发展战略四、竞争力分析第二节 钻石小鸟一、网站介绍二、经营情况三、竞争力分析第九章 2012-2016年中国网络购物市场的前景趋势分析第一节 2012-2016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、2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国网购市场投资机会分析第一节 2012-2016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 2012-2016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 专家投资建议图表目录：(部分)图表：2006-2011年国内生产总值图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度(%)图表：2006-2011年年末国家

外汇储备图表：2006-2011年财政收入图表：2006-2011年全社会固定资产投资图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况图表：2000-2010年中国网民规模增长趋势图图表：中国网络购物用户职业分布状况图表：中国网络购物用户样本属性图表：中国网络购物用户购物次数图表：中国网民未进行网络购物原因图表：中国网络购物用户获知购物网站渠道图表：中国网络购物用户网络购物沟通方式图表：中国网络购物用户网络购物支付方式图表：中国网络购物用户交易网站类型图表：中国网络购物用户网购网站类型图表：中国网络购物买家交易考虑因素图表：2010年度购物用户在各购物网站上的分布（占各城市买家受访者比例）图表：中国主要购物网站买家用户满意度图表：网上购物消费者数量与渗透率比较图表：中国网络购物网站买家用户忠诚度图表：中国网络购物买家在两类购物网站购买商品种类图表：中国网络购物卖家交易主要考虑因素图表：中国网络购物卖家网上售物方式图表：中国主要购物网站网上售物买主图表：中国网络购物网站网上售物网下成交情况图表：中国网络购物卖家出售商品种类图表：网民对购物网站核心功能的评价图表：评价购物网站竞争力的相关指标图表：C2C市场竞争状况图表：中国C2C电子商务运营商交易额比重变化情况图表：2010年中国两类网络购物平台用户访问频率分布图图表：2010年中国两类网络购物平台用户月度总有效浏览时间 单位：万小时图表：卓越竞争实力指标一览表图表：当当网竞争实力指标一览表图表：中国网络购物产业链分析图表：中国网络购物买家再两类购物网站购买商品种类图表：网络购物分类图表：淘宝网热销品牌排行榜（根据销量排行）图表：网上购物支付方式比例情况图表：主要“专业B2C模式”企业对比表图表：“专业B2C模式”保健品企业情况对比表图表：略……更多图表见报告正文 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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1201/F643827EJZ.html>