

# 2012-2016年中国网络购物 市场监测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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国网络购物市场监测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/chuanmei1210/0575045K8l.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-10-31

【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年中国网络购物市场监测及投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国网络购物行业的概念，接着分析了中国网络购物行业发展环境，然后对中国网络购物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行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络购物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。

通过《2012-2016年中国网络购物市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2011年中国网络购物市场交易规模延续2010年高速增长的态势，并且网络购物用户规模稳步增长，进一步带动网购市场快速发展。最近统计数据显示，2011年中国网络购物市场交易规模接近8000亿，达7735.6亿元，占到社会消费品零售总额的4.3%；同时，网络购物用户规模将达到1.87亿人，在宽带网民中的渗透率为41.6%。中国网络购物市场中，B2C市场增长迅猛，B2C市场将继续成为网络购物行业的主要推动力。

## 第一章 网络购物相关概述

### 第一节 电子商务的定义及分类

- 一、电子商务的定义
- 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 网络购物的定义及分类

- 一、网络购物的基本概念
- 二、网络购物的分类
- 三、网络购物市场规模定义

### 第三节 网络购物的优点及缺点

- 一、网络购物的优点
- 二、现有网络购物的缺点

## 第二章 中国网络购物环境分析

### 第一节 宏观经济环境

- 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 行业发展环境

- 一、中国网络购物迅速向大众普及
- 二、金融危机下中国网络购物逆势上扬
- 三、网络购物跻身十大网络应用之列
- 四、规范网络购物的法律调整
- 五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展

### 第三节 2012年市场宏观状况

- 一、网络购物市场交易规模
- 二、网络购物占社会消费品零售总额比重
- 三、网络购物交易规模构成

## 第三章 世界网络购物市场发展分析

### 第一节 全球网络购物市场的发展

- 一、全球网络购物市场发展现状
- 二、全球网购环保问题发展分析
- 三、欧盟倡议保护网络购物者权益
- 四、欧盟网络购物调查分析

### 第二节 美国

- 一、美国人网络购物成时尚
- 二、美国政策法律推动网络购物发展
- 三、美国网络购物市场应进一步提高用户体验
- 四、2011年美国上班族网络购物蔚然成风
- 五、2011年美国将取消网络购物免税政策

### 第三节 英国

- 一、英国网络购物势头发展迅猛
- 二、2011年英国网络购物发展现状分析
- 三、2012年英国网络购物现状分析

#### 四、2012年英国网络购物预测

##### 第四节 德国和法国

- 一、德国人网上购物有规矩
- 二、2012年德国网络购物将超过传统模式
- 三、法国网络购物增势强劲
- 四、2012年法国网络购物交易总额预测

##### 第五节 亚洲国家或地区

- 一、亚洲网络购物热潮兴起
- 二、日本网络购物市场发展现状
- 三、韩国网络购物市场发展现状
- 四、新加坡网络购物个人平均消费额居亚洲第一
- 五、中国港、台地区网络购物市场发展迅速

#### 第四章 中国网络购物市场发展分析

##### 第一节 中国网络购物市场的发展综述

- 一、1999-2011年网络购物在中国的发展历程
- 二、中国网络购物市场规模迅速增长
- 四、中国网络购物挑战中国百货业
- 五、中国网络购物推动就业潜力巨大

##### 第二节 2010年中国网络购物市场的发展分析

- 一、2010年中国网络购物市场规模分析
- 二、2010年中国网络购物市场呈现新变化
- 三、2010年中国网购市场规模仍远落后于发达国家

##### 第三节 2011年中国网络购物市场规模分析

- 一、网络购物市场规模
- 二、网络购物占社会消费品零售总额比重
- 三、交易额规模结构

##### 第四节 2011年中国网络购物的社会效应分析

- 一、网购创造的就业岗位规模及分布
- 二、淘宝网解决特殊群体就业问题
- 三、网络渠道优势被更多企业认可
- 四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案

## 第五节 2012年中国网络购物发展动态

- 一、2012年我国网络购物已经进入高速增长期
- 二、2012年中国网络购物市场规模分析
- 三、2012年金融危机推动网络购物市场发展
- 四、2012年网络购物已成中国网民消费时尚
- 五、2012年网络购物平台提升交易活跃度

## 第六节 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
- 二、中国网络购物市场尚缺信用保障
- 三、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下
- 四、中国网络购物发展的主要问题及解决对策
- 五、网络购物存在的法律问题及其对策

## 第五章 中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价

### 第一节 品牌知名度

- 一、品牌知名度与品牌城市地区差异
- 二、各网站品牌转化率
- 三、各网站品牌综合评价

### 第二节 网民品牌认知渠道

- 一、不同类型人群的品牌认知渠道差异
- 二、不同类型人群网络品牌认知渠道

### 第三节 各项功能满意度评价

- 一、核心功能
- 二、附加功能

## 第六章 中国网络购物用户特征及行为分析

### 第一节 网络购物用户特征

- 一、网龄
- 二、性别
- 三、学历
- 四、年龄
- 五、地域

## 六、学生非学生用户

## 七、月收入

### 第二节 网络购物商品类别

#### 一、各类别商品网购用户规模

#### 二、分城市级别各类商品网购用户分布

#### 三、各类商品网购用户群体差异

### 第三节 网络购物商品评论

#### 一、网购用户阅读商品评论情况

#### 二、商品评论分布渠道

#### 三、意见领袖分布群体

### 第四节 网络购物用户访问行为数据

#### 一、购物网站月度覆盖人数

#### 二、购物网站月度访问次数

#### 三、购物网站月度浏览页面

### 第五节 网络购物用户其他行为分析

#### 一、购物频率

#### 二、网络购物用户商品浏览习惯

#### 三、网络购物支付方式

#### 四、不愉快的购物经历

### 第六节 2012年网购市场发展因素分析

#### 一、淘宝CPI

#### 二、用户网购频次和金额

#### 三、用户网购商品品类

#### 四、金融危机助推网购市场之企业视角

## 第七章 中国网络购物市场的前景趋势分析

### 第一节 中国网络购物的前景展望

#### 一、中国网络购物市场的发展前景分析

#### 二、中国网络购物未来发展空间分析

#### 三、2012-2012年中国网络购物市场规模预测

#### 四、2012-2012年中国服装B2C网络购物市场分析

#### 五、2016年左右中国网络购物将到达成熟期

## 第二节 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、无线电子商务将成网络购物发展趋势

### 三、中国网络购物行为未来发展七大趋势

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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

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/chuanmei1210/0575045K8l.html>