

2024-2030年中国在线购物 市场深度评估与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国在线购物市场深度评估与市场前景预测报告》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/202401/434242.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线购物市场深度评估与市场前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

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 第二章中国在线购物产业运行环境分析25 第一节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、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 第三章中国b2c在线购物产业市场研究39 第一节中国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 第四章中国网络购物市场运行动态透析46 第一节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 第五章中国b2c电子商务市场运行分析64 第一节国际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、美国b2c电子商务市场发展现状65 第二节 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、日用百货成为我国b2c市场新增长点76 四
、中国出版物b2c网络零售市场分析78 第四节中国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——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 第十章中国b2c在线购物产业
发展趋势分析122 第一节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、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 第十一章中国b2c在线购物行业投资机会研究分析129 第一节中国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
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 第三节中国b2c在线购物发展建议131 略——完整报告请
咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/434242.html>