

# 2022-2028年中国零售+互 联网市场评估与投资前景分析报告

## 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

《2022-2028年中国零售+互联网市场评估与投资前景分析报告》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/202202/267643.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

天猫双11狂欢节当日交易额截止24:00交易额为2684亿元，去年双11交易额为2135亿元，同比增长26%。据悉，京东11.11好物节期间，累计成交金额2044亿元，同比增长27.9%。2019年天猫双11销售额超京东640亿元。2015-2019年中国天猫双11交易额及增速走势2018、2019年双11天猫交易额情况 双11天猫交易额：亿元 2018 2019 100 0:02:0 : 05 0:01:36 1000 1:47:26 1:03:59 1682 15:49:39 10:04:49 2135 0:00:00 16:31:12 2684 - 0:00:00 中企

顾问网发布的《2022-2028年中国零售+互联网市场评估与投资前景分析报告》共九章。首先介绍了中国零售+互联网行业市场发展环境、零售+互联网整体运行态势等，接着分析了中国零售+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了零售+互联网市场竞争格局。随后，报告对零售+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零售+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对零售+互联网产业有个系统的了解或者想投资中国零售+互联网行业，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：第一章电子商务与“互联网+”第一节电子商务发展分析一、电子商务基本定义二、电子商务发展阶段三、电子商务基本特征四、电子商务支撑环境五、电子商务基本模式（一）电子商务分类（二）电子商务功能（三）电子商务运营模式六、电子商务规模分析第二节“互联网+”的相关概述一、“互联网+”的提出二、“互联网+”的内涵三、“互联网+”的发展四、“互联网+”的评价五、“互联网+”的趋势 第二章互联网环境下零售行业的机会与挑战第一节中国互联网环境分析一、网民基本情况分析（一）总体网民规模分析（二）分省网民规模分析（三）手机网民规模分析（四）网民属性结构分析二、网民互联网应用状况（一）信息获取情况分析（二）商务交易发展情况（三）交流沟通现状分析（四）网络娱乐应用分析第二节互联网环境下零售行业的机会与挑战一、互联网时代行业大环境的变化二、互联网直击传统行业消费痛点三、互联网助力企业开拓市场四、电商成为传统企业突破口第三节互联网零售行业的改造与重构一、互联网重构行业的供应链格局二、互联网改变生产厂商营销模式三、互联网导致行业利益重新分配第四节零售与互联网融合创新机会孕育一、电商政策变化趋势分析二、电子商务消费环境趋势分析三、互联网技术对行业支撑作用四、互联网黄金发展期机遇分析 第三章零售所属行业发展情况分析第一节中国零售行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、人员规模状况分析三、商品购进销售库存四、零售营业面积分析第二节中国零售所属行业总体发展分析一、所属行业营业收入分析二、所属行业营业成本分析三、所属行业营业利润分析第三

节连锁零售企业基本情况一、门店数量结构分析二、人员规模状况分析三、零售营业面积分析四、商品销售情况分析 第四章互联网零售所属行业发展情况分析第一节互联网零售所属行业市场发展分析2018双11天猫、京东交易额对比一、网络零售市场特征分析二、网络零售市场规模分析三、移动网购交易规模分析四、农村网购市场规模分析五、网络零售占社会消费品总额比例第二节互联网零售电商发展分析一、跨境电商发展阶段分析二、跨境电商发展规模分析三、跨境电商市场交易结构四、跨境电商主要类型对比第三节互联网环境下零售所属行业发展情况分析一、互联网零售行业发展挑战分析二、互联网零售行业发展机遇分析三、互联网零售行业模式创新分析四、零售商业模式创新的路径及对策（一）以顾客为中心重塑价值主张（二）以新技术提升业务系统（三）以新思维打造价值网络（四）以“连接”创新盈利模式第四节互联网零售行业发展趋势分析一、零售电商市场规模预测分析二、零售电商发展趋势预测分析 第五章互联网零售主要细分行业发展情况分析第一节食品+互联网行业发展分析一、食品电商AMC发展模型二、网购食品分布占比分析三、食品电商发展规模分析（一）绿色食品电商市场规模（二）生鲜食品电商市场规模四、食品电商代表企业分析五、食品电商发展前景分析六、食品电商发展趋势分析第二节化妆品+互联网行业发展分析一、化妆品零售市场规模分析二、化妆品网络零售发展分析三、化妆品网购发展优势分析四、化妆品网购市场规模分析五、B2C化妆品网购市场规模六、化妆品网络零售利润水平变动趋势第三节服装+互联网行业发展分析一、服装行业市场规模分析二、服装网购市场规模分析三、服装网购行业发展优势四、服装网购市场存在问题五、服装网购市场发展对策六、服装网购市场发展趋势第四节婴幼儿日用品+互联网行业发展分析一、婴幼儿日用品电商开展情况二、主要细分产品供应情况分析三、婴幼儿日用品电商渠道渗透率分析四、婴幼儿日用品电商行业市场空间测算 第六章零售企业互联网战略体系构建及平台选择第一节零售企业转型电商构建分析一、零售电子商务关键环节分析（一）产品采购与组织（二）电商网站建设（三）网站品牌建设及营销（四）服务及物流配送体系（五）网站增值服务二、零售企业电子商务网站构建（一）网站域名申请（二）网站运行模式（三）网站开发规划（四）网站需求规划第二节零售企业转型电商发展途径一、电商B2C发展模式二、电商C2C发展模式三、电商O2O发展模式第三节零售企业转型电商平台选择分析一、零售企业电商建设模式二、自建商城网店平台（一）自建商城概况分析（二）自建商城优势分析三、借助第三方网购平台（一）电商平台的优劣势（二）电商平台盈利模式四、电商服务外包模式分析（一）电商服务外包的优势（二）电商服务外包可行性（三）电商服务外包前景五、零售企业电商平台选择策略 第七章零售行业电子商务运营模式分析第一节零售电子商务B2C模式分析一、零售电子商务B2C盈利模式二、零售电子商务B2C市场规模三、B2C网络零售市场份额分析四、零售电子商务B2C物流模式五、零售电商B2C物流模式选择六、零售电商企业融合发展战略第二节零

售电子商务C2C模式分析一、零售电子商务C2C盈利模式二、零售电子商务C2C市场规模三、零售电子商务C2C信用体系四、零售电子商务C2C物流特征第三节零售电子商务O2O模式分析一、零售业向O2O模式转型的优势分析二、2019年中国零售O2O十大典型事件三、零售业向O2O模式转型存在的问题四、零售企业向O2O模式转型的建议第八章零售主流网站平台比较及企业入驻选择第一节天猫商城一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第二节京东商城一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第三节苏宁易购一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第四节当当网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第五节1号店一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第六节聚美优品一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第七节亚马逊中国一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站销售规模分析四、网站发展策略分析第九章零售企业进入互联网领域投资策略分析()第一节零售企业电子商务市场投资要素一、企业自身发展阶段的认知分析二、企业开展电子商务目标的确定三、企业电子商务发展的认知确定四、企业转型电子商务的困境分析第二节零售企业转型电商物流投资分析一、零售企业电商自建物流分析(二)电商自建物流的负面影响二、零售企业电商外包物流分析第三节零售企业电商市场策略分析一、电商化总策略二、O2O电商模式三、专业B2B网站()图表目录：图表12015-2019年中国电子商务市场交易规模统计图表22015-2019年中国网民规模和互联网普及率图表32019年中国内地分省网民规模及互联网普及率图表42015-2019年中国手机网民规模及其占网民比例图表52015-2019年中国网民性别结构图表62015-2019年中国网民年龄结构图表72015-2019年中国网民学历结构图表82015-2019年中国网民职业结构图表92015-2019年中国网民个人月收入结构图表102015-2019年中国搜索/手机搜索用户规模及使用率图表112015-2019年中国网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率图表122015-2019年典型社交应用使用率图表132015-2019年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率图表142015-2019年网上外卖/手机网上外卖用户规模及使用率图表152015-2019年中国在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率图表162015-2019年中国互联网理财用户规模及使用率图表172015-2019年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率图表182015-2019年中国即时通信/手机即时通信用户规模及使用率图表192015-2019年中国网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率图表202015-2019年中国网络文学用户规模及使用率图表212015-2019年中国网络视频/手机网络视频用户规模及使用率图表222015-2019年网络音乐/手机网络音乐用户规模及使用率图表232015-2019年中国限额以上零售业法人企业数量统计图表242015-2019年中国限额以上零售业年末从业人数统计图表252015-2019年中国限额以上零售业商品购进销售与库

存情况统计图表262015-2019年中国限额以上零售业年末零售营业面积统计图表272015-2019年中国限额以上零售业企业主营业务收入情况图表282015-2019年中国限额以上零售业企业主营业务成本情况图表292015-2019年中国限额以上零售业企业主营业务利润情况图表302015-2019年中国连锁零售企业门店数量更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267643.html>