

2024-2030年中国网络零售 市场深度评估与前景趋势报告

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年中国网络零售市场深度评估与前景趋势报告》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/202401/436546.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

2019年“双十一”全网销售额最终锁定在4101亿元，同比增长30.5%。天猫销售额占全网销售额的65.5%，京东、拼多多、苏宁易购占比分别为17.2%、6.1%和4.9%。

从11月1日零时起至11月11日23时59分59秒，“11.11京东全球好物节”累计下单金额超2044亿元，较2018年11.11实现大幅超越。11月12日，双十一中国各省消费榜公布，其中广东、浙江、江苏排名前三，上海、山东、北京、四川、河南、湖北、福建排名四到十名。

第十一到三十四名分别是：湖南、安徽、辽宁、河北、江西、重庆、陕西、广西、云南、山西、黑龙江、天津、贵州、吉林、内蒙古、新疆、甘肃、海南、宁夏、青海、西藏、台湾、香港、澳门。

各省消费排行与GDP经济排行有所相似，经济大省广东成为2019双十一消费榜冠军，浙江和江苏位居第二、三，但在2018年全国各省GDP排名第三位的山东则排在第五位，也说明了山东地区虽然gdp够高，但收入和消费水平还有所不足，从双十一各省消费排行榜单中也可以看出南方人消费能力高于北方，前十中只有山东、北京和河南是北方省份。

全国购买金额排名前三省份分别是广东、江苏、浙江。其中，广东省成交金额突破319亿元，较2018年253.39亿元增长了26%。

广东省城市交易额中广州消费了80.7亿元，位居全省第一，超过了深圳市79.2亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网络零售市场深度评估与前景趋势报告》共十六章。首先介绍了中国网络零售行业市场发展环境、网络零售整体运行态势等，接着分析了中国网络零售行业市场运行的现状，然后介绍了网络零售市场竞争格局。随后，报告对网络零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络零售行业发展趋势与投资预测。您若想对网络零售产业有个系统的了解或者想投资中国网络零售行业，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2024-2030年中国网络零售行业整体局势发展综述

第一节中国网络零售行业发展形势情况

一、中国网络零售行业发展周期

二、中国网络零售行业产业链分析

三、中国网络零售行业发展SWOT分析

第二节近几年中国网络零售行业运行状况研究

一、2024-2030年中国网络零售行业产量统计

二、2024-2030年中国网络零售行业需求量走势

三、2024-2030年中国网络零售行业进出口分析

四、2024-2030年中国网络零售行业整体供需状况

第二章2024-2030年当前经济形势对行业发展环境的影响

第一节2024-2030年中国网络零售行业经济环境展望

一、2024-2030年中国国民经济分析

二、2024-2030年中国固定资产投资情况分析

三、2024-2030年中国恩格尔系数分析

四、2024-2030年中国宏观经济发展预测

第二节中国网络零售行业社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、城镇人员从业状况

第三节中国网络零售行业政策法规解读

一、产业振兴规划

二、产业发展规划

三、行业标准政策

四、市场应用政策

五、财政税收政策

第四节中国网络零售行业国际贸易环境研究

第五节当前经济形势对行业发展环境的影响

第三章2024-2030年中国网络零售所属行业数据情报跟踪监测

第一节2024-2030年中国网络零售所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2024-2030年中国网络零售所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节2024-2030年中国网络零售所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2024-2030年中国网络零售所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2024-2030年中国网络零售所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章 网络零售行业商业模式分析

第一节 B2B模式分析

一、B2B模式简介

二、B2B模式发展概况

三、B2B模式的优势分析

四、B2B模式运营模式

1、垂直B2B

2、水平B2B

3、自建B2B

4、关联行业

五、B2B电子商务模式分析

1、网络媒体型

2、信息平台型

3、采购服务型

第二节 B2C模式分析

一、B2C模式介绍

二、B2C模式发展历史及概况

三、B2C模式优缺点分析

四、B2C模式面临的困难

- 1、资金周转困难
- 2、定位不准
- 3、网上支付体系不健全
- 4、信用机制和电子商务立法不健全

五、B2C模式发展前景分析

第三节 C2C模式分析

- 一、C2C模式简介
- 二、C2C模式发展概况及存在的问题
- 三、C2C盈利模式分析
 - 1、会员服务收入
 - 2、广告收入
 - 3、增值服务收入

四、C2C电子商务模式特点

- 1.辅助性
- 2.节约性
- 3.繁杂性
- 4.创意性

五、C2C模式发展前景分析

第四节 O2O模式分析

- 一、O2O模式介绍
- 二、O2O模式发展现状分析
- 三、O2O模式的优势分析
- 四、O2O模式盈利模式分析
- 五、O2O模式面临的瓶颈
 - 1、诚信难保
 - 2、商家资质存疑
 - 3、创新能力不足

第五章相关产业链分析（上游、下游）

第一节 上游产业

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场供求形势预测

三、上游供应链对网络零售行业发展的影响

第二节 下游产业

一、行业发展现状分析

二、市场供求形势预测

三、下游供应链对网络零售行业发展的影响

第六章2024-2030年中国网络零售所属行业成本费用统计分析

第一节2024-2030年网络零售所属行业产品销售成本分析

一、2024-2030年网络零售所属行业销售成本总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第二节2024-2030年网络零售所属行业销售费用分析

一、2024-2030年网络零售所属行业销售费用总额分析

二、不同规模企业销售费用比较分析

三、不同所有制企业销售费用比较分析

第三节2024-2030年网络零售所属行业管理费用分析

一、2024-2030年网络零售所属行业管理费用总额分析

二、不同规模企业管理费用比较分析

三、不同所有制企业管理费用比较分析

第四节2024-2030年网络零售所属行业财务费用分析

一、2024-2030年网络零售所属行业财务费用总额分析

二、不同规模企业财务费用比较分析

三、不同所有制企业财务费用比较分析

第七章中国网络零售产业市场营销策略竞争深度研究

第一节不同规模企业市场营销策略竞争分析

一、不同规模企业市场产品策略

二、不同规模企业市场渠道策略

三、不同规模企业市场价格策略

四、不同规模企业广告媒体策略

五、不同规模企业客户服务策略

第二节不同所有制企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同所有制企业市场产品策略
- 二、不同所有制企业市场渠道策略
- 三、不同所有制企业市场价格策略
- 四、不同所有制企业广告媒体策略
- 五、不同所有制企业客户服务策略

第三节不同规模企业/所有制企业市场营销策略观点

第八章2024-2030年中国网络零售行业营销策略和销售渠道考察

第一节中国网络零售行业目前主要营销渠道分析

第二节中国网络零售行业重点企业营销策略

第三节中国网络零售行业产品营销策略建议

第四节中国网络零售行业营销渠道变革研究

- 一、网络零售行业营销渠道新理念
- 二、网络零售行业渠道管理新发展
- 三、当前中国中小企业的外部营销环境
- 四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

第五节中国网络零售行业营销渠道发展趋势点评

- 一、营销渠道结构扁平化
- 二、营销渠道终端个性化
- 三、营销渠道关系互动化
- 四、营销渠道商品多样化

第九章2024-2030年中国网络零售所属行业需求用户分析

第一节2024-2030年网络零售所属行业用户认知程度分析

第二节2024-2030年中国网络零售所属行业用户需求特点

第三节2024-2030年中国网络零售所属行业用户关注因素分析

第四节2024-2030年网络零售所属行业其它用户特征分析

第十章2024-2030年中国网络零售行业整体竞争格局形势剖析

第一节2024-2030年中国网络零售行业集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、不同所有制企业市场份额调查

三、不同规模企业市场份额调查

四、不同类型市场主要企业分析

第二节2024-2030年中国区域竞争格局深度剖析

一、主要生产区域

二、主要消费区域

三、主要产销区市场对接分析

第三节2024-2030年中国网络零售行业与替代品行业市场占有率分析

第四节2024-2030年中国网络零售行业市场竞争趋势预测

第十一章 网络零售平台分析

第一节 天猫商城

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第二节 京东

一、平台发展概况

京东11天共取得2044亿元销售额，同比+27.91%。京东从2017年推出全球好物节后，将战线不断提前并拉长，从而避开双十一当日交易潮，实现错峰竞争。11月1日至11月11日，京东11.11全球好物节累计成交额达2044亿元，同比上一年的1598亿元增长27.91%。京东发力下沉市场，11月1日全天低线级市场整体下单用户数同比增长104%，下单的新用户中72%用户来自低线级市场。京东双十一当天GMV增速明显回升，根据京东官方披露数据测算，京东11.11当天GMV为731亿元，同比增长为37%，相比去年同期2%提升35pct。截至双十一当天中午12时，京东空调整体成交额达2倍，其中京品家电成交额已占据京东家电整体成交额的16%以上。

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第三节 苏宁易购

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第四节 国美在线

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第五节 贝贝网

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第六节 洋码头

一、平台发展概况

二、平台经营情况

三、平台运行模式分析

四、平台物流模式分析

第十二章 2024-2030年中国网络零售行业市场盈利预测与投资潜力

第一节 2024-2030年中国网络零售行业重点企业投资行为研究

第二节 2024-2030年中国网络零售行业市场规模预测

第三节 2024-2030年中国网络零售行业盈利水平分析

第四节 2024-2030年中国网络零售投资机会分析

一、细分市场机会

二、新进入者投资机会

三、产业链投资机会

第五节 2024-2030年中国网络零售总体机会评价

第十三章 2024-2030年中国网络零售行业前景展望及对策分析

第一节 2024-2030年中国网络零售行业发展前景展望

一、网络零售行业市场发展前景分析

二、网络零售行业市场蕴藏的商机探讨

三、网络零售行业规划解读

第二节2024-2030年中国行业发展对策研究

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、市场重点客户战略实施

第十四章2024-2030年中国网络零售产业未来发展预测及投资

第一节当前行业存在的问题解决

第二节中国网络零售行业发展预测与投资前景

第三节当前经济不景气环境下网络零售企业防范措施及策略

第十五章2024-2030年中国网络零售行业投资策略探讨

第一节产品定位与定价

第二节成本控制建议

第三节技术创新研究

第四节投资策略解析

第五节如何应对当前经济形势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436546.html>