

2023-2029年中国网商行业市场深度监测及投资方向分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国网商行业市场深度监测及投资方向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1137467.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2023-2029年中国网商行业市场深度监测及投资方向分析报告》共九章。首先介绍了网商行业市场发展环境、网商整体运行态势等，接着分析了网商行业市场运行的现状，然后介绍了网商市场竞争格局。随后，报告对网商做了重点企业经营状况分析，最后分析了网商行业发展趋势与投资预测。您若想对网商产业有个系统的了解或者想投资网商行业，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 网商相关概述

第一节 网商基础概述

一、网商经营特点

二、网商经营模式

第二节 网商的交易平台

第三节 网商与电子支付

第四节 网商与在线交流

第五节 2022年中国十大网商介绍

一、B2C

二、C2C

第二章 2022年中国网商行业市场发展环境解析

第一节 2022年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2022年中国网商市场政策环境分析

- 一、中国式网商管理政策
- 二、“网商”需要政策扶持
- 三、加盟政策
- 四、相关产业政策法规

第三节 2022年中国网商市场技术环境分析

第四节 2022年中国网商市场社会环境分析

- 一、中国电子商务蓬勃发展
- 二、中国互联网及计算机普及状况
- 三、中国人口学历

第三章 2022年中国网商运行新形势透析

第一节 2022年中国网商运营动态分析

第二节 2022年中国网商运行综述

- 一、全网电子商务时代来临
- 二、网商数量和交易量持续扩大
- 三、成长路径多元化
- 四、网商协作生态化
- 五、国际化持续展开
- 六、社会化趋势日益显著

第三节 2022年中国网商发展的动力机制

- 一、外部环境不断改善
- 二、网商自身的内在动力
- 三、电子商务服务商提升服务

第四节 2022年中国网络诚信体系分析

- 一、阿里巴巴B2B诚信体系
- 二、淘宝网诚信体系
- 三、电子支付诚信体系
- 四、生活服务诚信体系

第五节 2022年中国网商的社会经济影响

- 一、提高企业竞争实力，强化企业竞争优势
- 二、促进企业转型，提高应变能力
- 三、直接带动相关产业的发展
- 四、促进产业升级和区域经济发展
- 五、有力地推动创业和就业

第四章 2022年中国网货行业市场运行分析

第一节 中国网货崛起

- 一、网货世界日益主流化
- 二、网货的进化之路
- 三、网货的特性：货真价实、海量个性
- 四、网货的缘起

第二节 “网商、网货、网规”的商业新世界

- 一、网商：商业新世界的主体
- 二、网货：商业新世界的交易物
- 三、网规：商业新世界的规则

第五章 2022年中国网商经营模式运行态势分析

第一节 B2C（企业对消费者）

- 一、B2C模式概述
- 二、B2C电子商务模式具体分类
- 三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析
- 四、中国B2C电子商务迎来快速发展期
- 五、2022年中国电子商务B2C市场发展分析
- 六、B2C电子商务经营状况分析
- 七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 C2C（消费者对消费者）

- 一、C2C的概念
- 二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析
- 三、中国C2C电子商务发展概况
- 四、中国电子商务C2C市场发展状况
- 五、中国主要C2C企业经营状况分析
- 六、中国C2C电子商务存在的问题
- 七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力
- 八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

第三节 C2B（消费者对企业）

- 一、C2B电子商务模式的概念
- 二、C2B电子商务模式产生的基础
- 三、C2B电子商务模式的应用
- 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务C2B营销新模式发展探析

六、C2B电子商务模式发展展望

第六章 中国网商运行竞争力分析

第一节 深圳市大石久恒实业有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 广州市金圣斯皮具制品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 李宁官方网店

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 韩至旗舰店(杭州哈拉麦奇服饰有限公司)

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第五节 夫妻运动正品折扣店

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第六节 北京京东世纪贸易有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第七节 7天连锁酒店集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第八节 深圳市华龙帝升科技有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第九节 英科国际控股有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第十节 南京欧飞网络有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第七章 2022年中国网商相关产业运行分析—电子商务

第一节 2022年中国电子商务发展综述

第二节 2022年中国电子商务行业市场运行分析

第三节 2022年企业应用电子商务分析

第四节 2022年中小企业电子商务的应用分析

第五节 2022年电子商务行业的盈利分析

第六节 2022年中国电子商务行业存在的问题及策略

第八章 2022年中国网商相关产业运行分析—网络购物

第一节 2022年中国网络购物现状分析

一、中国网络购物处于成长期

二、中国网上购物快速发展

三、淘宝极大推动网上购物的发展

四、网上购物呈现市场集中化

五、网上购物行为也呈现明显的性别倾向

第二节 推动中国网购市场快速发展的主要原因简析

一、网民数和网购人数的急剧增长

二、上网购物已成为主流消费人群的消费习惯之一

第三节 2022年中国网络购物市场问题分析

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

第四节 解决对策探讨

一、银行竞争促进银行支付卡问题解决

二、搜索功能解决信息流问题

三、形成地域化发展解决物流问题

四、引导人们接受网络购物，培养人们的网络购物习惯

五、降低网络商店门槛，让更多传统企业开展网络购物服务

第九章 2023-2029年中国新商业文明的样貌分析

第一节 新商业文明的样貌展望

一、新商业文明的结构

二、新商业文明的未来想象

三、把握新商业文明的机遇

第二节 网商运行前景展望分析

一、企业网商的"过冬"之道

二、中国网商发展大事记

第三节 2023-2029年中国网商投资预测分析

图表目录

图表：被调研企业的业务类型

图表：被调研企业的人员规模

图表：运营较成功的淘宝网店的人员规模分布

图表：淘宝卖家未来一年的发展计划

图表：淘宝卖家的品牌建设情况

图表：“集中接单分头生产”模式

图表：淘宝卖家之间的协作互助行为

图表：淘宝卖家经营网店之前的工作

图表：企业网商希望从政府部门获得的支持

图表：企业网商经常使用的各类电子商务服务的比例

图表：电子商务给企业带来的价值

图表：企业网商进一步应用电子商务的需求

图表：淘宝卖家对网上商品与传统渠道商品价格的比较

图表：网货的价格曲线示意图

图表：网货渠道成本缩减示意图

图表：淘宝卖家对网上商品比传统渠道商品价格低的原因总结

图表：淘宝卖家对个性化定制产品的观察

图表：2022年第一阿里巴巴会员诚信状况

图表：阿里巴巴会员认为最可靠的诚信安全举措

图表：信息时代商业文明的演进

图表：大规模定制的实现过程示意图

图表：贸易战对不同贸易类型企业的影响程度

图表：全球贸易战给不同贸易类型企业带来的影响

图表：企业网商对所在行业全面复苏的时间预计

图表：网商发展历程

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1137467.html>