

2015 年中国网络购物市场 研究报告

(2016 年 6 月)



内容简介

从 2008 年开始，中国互联网络信息中心（CNNIC）开始发布《中国网络购物市场研究报告》，至今已有七年时间。本次《2015 年中国网络购物市场研究报告》深入分析了网络购物市场的宏观环境、竞争态势、用户规模、消费特征、支付行为、售后服务、隐私保护、社交网络购物和海外网络购物等市场热点。报告用数据说话，力求全面、客观、准确的反映网络购物市场的发展情况。

版权说明

本报告由中国互联网络信息中心（CNNIC）制作，报告中所有文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规保护。报告版权归中国互联网络信息中心（CNNIC）所有。如引用或转载，请注明出处。

欢迎扫描二维码，关注 CNNIC 互联网发展研究官方微信。



报告下载：<http://research.cnnic.cn/>

互联网报告.中国

报告咨询：

联系方式：喻先生 010-58813459

孟女士 010-58813326

联系邮箱：cnnic-survey@cnnic.cn

中国互联网络信息中心（CNNIC）





目录

| | | |
|-----|----------|----|
| 第一章 | 调查介绍 | 1 |
| 1.1 | 研究方法 | 1 |
| 1.2 | 报告定义 | 2 |
| 第二章 | 报告摘要 | 3 |
| 第三章 | 宏观环境 | 5 |
| 3.1 | 政策环境 | 5 |
| 3.2 | 经济环境 | 6 |
| 3.3 | 社会环境 | 6 |
| 3.4 | 技术环境 | 7 |
| 第四章 | 市场竞争 | 9 |
| 4.1 | 品牌格局 | 9 |
| 4.2 | 发展态势 | 9 |
| 第五章 | 用户规模 | 12 |
| 5.1 | 整体市场 | 12 |
| 5.2 | 社交网购 | 13 |
| 5.3 | 海外网购 | 14 |
| 第六章 | 消费特征 | 15 |
| 6.1 | 品类分布 | 15 |
| 6.2 | 网购金额 | 18 |
| 6.3 | 网购次数 | 20 |
| 6.4 | 决策因素 | 21 |
| 6.5 | 网购支付占比 | 22 |
| 第七章 | 售后服务 | 24 |
| 7.1 | 7天无理由退换货 | 24 |
| 7.2 | 发票行为 | 25 |
| 第八章 | 隐私保护 | 27 |
| 8.1 | 浏览痕迹 | 27 |
| 8.2 | 用户态度 | 27 |
| 第九章 | 社交网购 | 29 |
| 9.1 | 市场潜力 | 29 |
| 9.2 | 消费行为 | 30 |



| | | |
|------|------------|----|
| 第十章 | 海外网购 | 31 |
| 10.1 | 品类分布 | 31 |
| 10.2 | 区域分布 | 31 |
| 10.3 | 消费行为 | 32 |
| 10.4 | 购买原因 | 32 |
| 10.5 | 存在问题 | 33 |
| 第十一章 | 总结 | 34 |



图目录

| | |
|--|----|
| 图 1: 2015 年全国网络零售市场 B2C 交易额渠道分布..... | 9 |
| 图 2: 2014-2015 年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率..... | 12 |
| 图 3: 2014-2015 年社交网络购物与整体网络购物用户规模及使用率..... | 13 |
| 图 4: 2014-2015 年海外网络购物与整体网络购物用户规模及使用率..... | 14 |
| 图 5: 2013-2015 年网络购物用户购买商品品类分布..... | 15 |
| 图 6: 2015 年手机网络购物用户购买商品品类分布..... | 17 |
| 图 7: 您是否在网上购买过奢侈品..... | 17 |
| 图 8: 网购用户网上购买奢侈品的品类分布..... | 18 |
| 图 9: 2010-2015 年中国网络零售交易规模及增长率..... | 19 |
| 图 10: 2015 年不同性别网购用户年度网购金额..... | 19 |
| 图 11: 2010-2015 年中国网民网络购物次数..... | 20 |
| 图 12: 2015 年不同性别网购用户年度购物次数..... | 21 |
| 图 13: 2015 年网络购物用户购买商品时主要考虑因素..... | 21 |
| 图 14: 购买商品时, 以下哪种描述符合您的行为?..... | 22 |
| 图 15: 2014-2015 年网络购物金额占日常消费采购支付的比例..... | 23 |
| 图 16: 2015 年网购用户 7 天无理由退货经历..... | 24 |
| 图 17: 2015 年网购用户 7 天无理由退货成功比例..... | 25 |
| 图 18: 2015 年网购用户购物时索要发票的概率..... | 25 |
| 图 19: 2015 年网购用户购物时索要发票的目的..... | 26 |
| 图 20: 2015 年用户遇到平台根据浏览痕迹推荐商品情况..... | 27 |
| 图 21: 2015 年网购用户对企业根据浏览痕迹营销的态度..... | 28 |
| 图 22: 您能否接受购物网站使用您的社交信息推送商品?..... | 29 |
| 图 23: 您微信朋友圈中有销售行为的商户和好友占比多少?..... | 30 |
| 图 24: 2014-2015 年网购用户社交化网购金额及次数..... | 30 |
| 图 25: 2015 年网购用户海外网购的商品品类..... | 31 |
| 图 26: 2015 年网购用户海外网购的热门国家/地区..... | 32 |
| 图 27: 2014-2015 年网购用户海外网购人均消费金额及次数对比..... | 32 |
| 图 28: 2015 年网购用户海外网购的原因..... | 33 |
| 图 29: 2015 年网购用户海外网购过程中遇到的问题..... | 33 |

表目录

| | |
|----------------------------------|----|
| 表 1: 2013-2015 年用户网购品类前五名分布..... | 16 |
|----------------------------------|----|

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21894

