



中国近来在线零售的快速增长已经开始从根本上重塑了中国的整个零售市场，并深远地影响了所有零售商业务规划的策略方式。这同时也改变了产品制造商、服务供应商以及品牌与消费者互动的方式，推动了“最好”进行在线零售向“必须”进行在线零售的迅速转型。

在这篇报告中我们回答了以下问题:

定义

该报告涵盖了在中国境内电子商务网站和电视购物渠道食品和非食品产品的零售情况。本报告同时包含了企业对消费者 (B2C) 和消费者对消费者 (C2C) 的市场数据，以及在线团购零售数据。

“中国近来在线零售的快速增长已经开始从根本上重塑了中国的整个零售市场，并深远地影响了所有零售商业务规划的策略方式。这同时也改变了产品制造商、服务供应商以及品牌与消费者互动的方式，推动了“最好”进行在线零售向“必须”进行在线零售的迅速转型。

因为在线零售商相互竞争以吸引消费者的关注，所以在线市场持续快速增长的同时也伴随着许多创新。提供具有竞争力的价格、广泛的产品范围和便利的购物方式已成为理所当然，而为了从迅速增多的竞争对手中脱颖而出，在线零售商提高付款和送货方式及服务质量的必要性日益增加。

在网上零售市场上吸引消费者的竞争也迅速转战至移动互联网领域，导致线上零售商不得不迅速适应通过智能手机、手机应用程序和网站访问互联网的新方式及线上消费行为。因此，在线上市场的成功将越来越取决于企业适应线上购物者快速变化需求的优劣。”

——
郭马修，亚太研究主任

购买这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲, 中东, 非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件:
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容?

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史