|  |
| --- |
| [中国网络购物市场调研与发展前景预测报告（2025年）](https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国网络购物市场调研与发展前景预测报告（2025年）](https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2066879　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　网络购物已成为全球消费者的主要购物方式之一，其便捷性、多样性和价格透明度吸引了大量用户。移动互联网和社交媒体的发展进一步推动了电商市场的增长。大数据和人工智能技术的应用，使得个性化推荐和精准营销成为可能，提升了用户体验。  
　　未来，网络购物将更加注重用户体验和线上线下融合。虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术的应用，将提供更真实的购物体验，如虚拟试衣间。同时，O2O（Online to Offline）模式的深化，如“最后一公里”配送服务和线下体验店，将弥补线上购物的不足，满足消费者即时性和社交性的需求。  
　　《[中国网络购物市场调研与发展前景预测报告（2025年）](https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html)》系统分析了网络购物行业的市场规模、需求动态及价格趋势，并深入探讨了网络购物产业链结构的变化与发展。报告详细解读了网络购物行业现状，科学预测了未来市场前景与发展趋势，同时对网络购物细分市场的竞争格局进行了全面评估，重点关注领先企业的竞争实力、市场集中度及品牌影响力。结合网络购物技术现状与未来方向，报告揭示了网络购物行业机遇与潜在风险，为投资者、研究机构及政府决策层提供了制定战略的重要依据。  
  
第一章 网络购物行业相关概述  
　　第一节 电子商务产业基础概述  
　　　　一、电子商务产业范围界定  
　　　　二、电子商务的分类  
　　　　三、B2B、B2C、C2C是网络购物最常见交易方式  
　　第二节 网络购物阐述  
　　　　一、网络购物流程  
　　　　二、网络购物安全  
　　　　三、网络购物支付  
　　第三节 网络购物的优势及缺点  
　　　　一、网络购物为消费者带来方便和便宜  
　　　　二、网络购物对商家及整个市场的经济利益  
　　　　三、网络购物仍然存在诸多顾虑  
　　第四节 网络购物市场规模统计范畴  
  
第二章 2020-2025年中国网络购物行业运行环境分析  
　　第一节 2025年中国宏观经济环境分析  
　　　　一、GDP历史变动轨迹分析  
　　　　二、固定资产投资历史变动轨迹分析  
　　　　三、2025年中国宏观经济发展预测分析  
　　第二节 2020-2025年中国网络购物行业社会环境分析  
　　　　一、中国网络购物迅速向大众普及  
　　　　二、金融危机下中国网民热捧网络购物  
　　　　三、网络购物跻身十大网络应用之列  
　　　　四、地方规范开启网络购物有章 可循大门  
　　　　五、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展  
　　　　六、网民数量是网络购物高速发展的土壤  
　　　　七、网络购物消费水平和消费意愿  
　　第三节 2020-2025年中国网络购物市场宏观状况分析  
　　　　一、网络购物渗透率  
　　　　二、购物金额  
　　　　三、各购物网站网络购物渗透率  
　　　　四、购物网站用户市场份额  
　　　　五、购物网站用户重合度  
  
第三章 2020-2025年中国网络购物行业运行态势分析  
　　第一节 2020-2025年中国网络购物发展总况  
　　　　一、网络购物在发展回顾  
　　　　二、中国网络购物市场规模迅速增长  
　　　　三、中国网络购物发展挑战传统零售业  
　　　　四、中国网络购物推动就业潜力巨大  
　　第二节 2020-2025年中国网络购物市场发展规模  
　　　　一、中国网络购物用户规模  
　　　　二、中国网络购物交易规模  
　　　　三、C2C仍是中国用户首选网购站点  
　　　　四、B2C成为电子商务最主要投资行业  
　　第三节 2020-2025年中国网络购物市场分布  
　　　　一、地域分布  
　　　　二、年龄分布  
　　第四节 2020-2025年中国网络购物市场存在的问题  
　　　　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  
  
第四章 2020-2025年中国C2C类购物网站运行分析  
　　第一节 淘宝  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、淘宝商城介绍  
　　　　三、经营情况分析  
　　　　四、优劣势分析  
　　　　五、淘宝战略  
　　第二节 易趣  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、易趣免费牌奏效关键指标月内涨三成  
　　　　三、竞争优势分析  
　　第三节 拍拍网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、网站竞争优劣势分析  
　　第四节 百度“有啊”  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、网站竞争优劣势分析  
  
第五章 2020-2025年中国综合类B2C购物网站运行分析  
　　第一节 当当网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
　　第二节 卓越亚马逊  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、投资前景  
　　第三节 红孩子  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
  
第六章 2020-2025年中国服装纺织类B2C购物网站运行分析  
　　第一节 2020-2025年中国服装类B2C网购市场概况  
　　　　一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头  
　　　　二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素  
　　　　三、中国服装网络购物增长速度  
　　　　四、中国服装网络购物市场交易规模  
　　第二节 VANCL（凡客诚品）  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、物流情况  
　　　　三、经营情况  
　　　　四、投资前景  
　　第三节 麦网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、投资前景  
　　第四节 梦露时尚网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、网站运营模式  
　　　　三、网站经营特色  
　　第五节 MASA MASO （玛萨玛索）  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
　　第六节 时尚起义  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、竞争力分析  
  
第七章 2020-2025年中国数码家电类B2C购物网站发展现状分析  
　　第一节 2020-2025年中国数码家电类B2C网购市场概况  
　　　　一、家电网购成数码新品首发渠道  
　　　　二、八成网民认可网购家电  
　　　　三、用户网购过数码家电类产品占比  
　　第二节 京东商城  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
　　　　四、投资前景  
　　第三节 新蛋网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、竞争力分析  
　　　　三、投资前景  
　　第四节 世纪电器网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
　　第五节 易讯网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、最新动向  
　　第六节 北斗手机网  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
  
第八章 2020-2025年中国其它类型B2C购物网站运行分析  
　　第一节 99网上书城  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、投资前景  
　　　　四、竞争力分析  
　　第二节 钻石小鸟  
　　　　一、网站介绍  
　　　　二、经营情况  
　　　　三、竞争力分析  
  
第九章 2025-2031年中国网络购物市场趋势预测与投资预测分析  
　　第一节 2025-2031年中国网络购物的前景展望  
　　　　一、中国网络购物市场的前景无限美好  
　　　　二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展  
　　　　三、2025-2031年中国网络购物市场规模预测  
　　　　四、2025年左右中国网络购物将到达成熟期  
　　第二节 2025-2031年中国网络购物市场的趋势分析  
　　　　一、中国网络购物的发展趋势  
　　　　二、中国网络购物模式发展的融合趋势  
　　　　三、中国网络购物行为未来发展七大趋势  
　　　　四、B2C将成为未来网络购物市场的主趋势  
　　　　五、网上百货商城还有很大的发展空间  
　　　　六、B2C电子商务市场竞争将更加分散  
　　　　七、购物搜索将成为网络购物的重要角色  
　　　　八、B2C企业的物流渠道建设将逐步好转  
　　第三节 2025-2031年中国网络购物市场投资机会分析  
　　第四节 2025-2031年中国网购市场投资前景分析  
　　第五节 中.智.林：专家投资建议  
  
图表目录  
　　图表 2020-2025年国内生产总值  
　　图表 2020-2025年居民消费价格涨跌幅度  
　　图表 2025年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）  
　　图表 2020-2025年国家外汇储备  
　　图表 2020-2025年财政收入  
　　图表 2020-2025年全社会固定资产投资  
　　图表 2025年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）  
　　图表 2025年固定资产投资新增主要生产能力  
　　图表 2020-2025年中国网民规模增长趋势图  
　　图表 中国网络购物用户职业分布状况  
　　图表 中国网络购物用户样本属性  
　　图表 中国网络购物用户购物次数  
　　图表 中国网民未进行网络购物原因  
　　图表 中国网络购物用户获知购物网站渠道  
　　图表 中国网络购物用户网络购物沟通方式  
　　图表 中国网络购物用户网络购物支付方式  
　　图表 中国网络购物用户交易网站类型  
　　图表 中国网络购物用户预购网站类型  
　　图表 中国网络购物买家交易考虑因素  
　　图表 2025年购物用户在各购物网站上的分布（占各城市买家受访者比例）  
　　图表 中国主要购物网站买家用户满意度  
　　图表 网上购物消费者数量与渗透率比较  
　　图表 中国网络购物网站买家用户忠诚度  
　　图表 中国网络购物买家在两类购物网站购买商品种类  
　　图表 中国网络购物卖家交易主要考虑因素  
　　图表 中国网络购物卖家网上售物方式  
　　图表 中国主要购物网站网上售物买主  
　　图表 中国网络购物网站网上售物网下成交情况  
　　图表 中国网络购物卖家出售商品种类  
　　图表 网民对购物网站核心功能的评价  
　　图表 评价购物网站竞争力的相关指标  
　　图表 C2C市场竞争状况  
　　图表 中国C2C电子商务运营商交易额比重变化情况  
　　图表 2025年中国两类网络购物平台用户访问频率分布图  
　　图表 2025年中国两类网络购物平台用户月度总有效浏览时间 单位：万小时  
　　图表 卓越竞争实力指标一览表  
　　图表 当当网竞争实力指标一览表  
　　图表 中国网络购物产业链分析  
　　图表 中国网络购物买家再两类购物网站购买商品种类  
　　图表 网络购物分类  
　　图表 淘宝网热销品牌排行榜（根据销量排行）  
　　图表 网上购物支付方式比例情况  
　　图表 主要“专业B2C模式”企业对比表  
　　图表 “专业B2C模式”保健品企业情况对比表  
略……

了解《[中国网络购物市场调研与发展前景预测报告（2025年）](https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2066879，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/9/87/WangLuoGouWuDeFaZhanQuShi.html>

热点：网络商城、网络购物消费者维护权益投诉电话、网上购物有什么网站、网络购物的利与弊、官方网站购物、网络购物的优点、什么是网购、网络购物合同纠纷、网络购物的概念

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！