|  |
| --- |
| [2024年中国网络购物行业现状研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.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： | [2024年中国网络购物行业现状研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html) |
| 报告编号： | 1813177　　←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/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.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，指的是通过互联网平台浏览、选择、购买商品或服务的行为。随着全球互联网的普及和电子商务技术的飞速发展，网络购物已成为现代消费的重要组成部分。
　　在技术层面，网络购物平台不断引入人工智能、大数据分析、虚拟现实等先进技术，优化用户体验，提升购物便利性和个性化服务水平。同时，移动支付、智能物流等配套服务的完善，进一步推动了网络购物的普及和发展。
　　市场方面，网络购物市场规模持续扩大，商品种类和服务范围日益丰富。从最初的图书、服饰等少数品类，到如今涵盖家电、生鲜、医疗、教育等几乎所有消费领域，网络购物已深刻改变人们的消费习惯和生活方式。
　　然而，网络购物在快速发展的同时，也面临着诸如消费者权益保护、数据安全、假冒伪劣商品等挑战。未来，网络购物行业将更加注重规范化、法治化建设，加强自律和监管，以保障市场的健康有序发展。
　　《[2024年中国网络购物行业现状研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html)》对网络购物行业相关因素进行具体调查、研究、分析，洞察网络购物行业今后的发展方向、网络购物行业竞争格局的演变趋势以及网络购物技术标准、网络购物市场规模、网络购物行业潜在问题与网络购物行业发展的症结所在，评估网络购物行业投资价值、网络购物效果效益程度，提出建设性意见建议，为网络购物行业投资决策者和网络购物企业经营者提供参考依据。

第一章 网络购物产业相关概述
　　第一节 电子商务的定义及分类
　　　　一、电子商务的定义
　　　　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 网络购物的定义及分类
　　　　一、网络购物的基本概念
　　　　二、网络购物的分类
　　　　三、网络购物市场规模定义
　　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

第二章 2019-2024年世界网络购物运行状况分析
　　第一节 2019-2024年世界网络购物市场发展综述
　　　　一、世界网络购物市场发展回顾
　　　　二、世界网络零售巨头发展现状
　　　　三、全球网购发展看似环保其实不够“绿”
　　第二节 2019-2024年世界网络购物产业运行态势分析
　　　　一、世界网络购物市场运行特点分析
　　　　二、欧盟倡网络购物市场形势分析
　　　　三、网络购物市场最新动态分析
　　第三节 2024-2030年世界网络购物产业发展趋势分析

第三章 2019-2024年世界网络购物产业主要地区运行分析
　　第一节 美国
　　　　一、美国网络购物的发展模式特点
　　　　二、美国政策法律日益完善推动网络购物迅速发展
　　　　三、美国网络购物发展存在的问题
　　　　四、美国网络购物市场应进一步提高用户体验
　　第二节 英国
　　　　一、英国网络购物势头发展迅猛
　　　　二、英国网购市场规模分析
　　　　三、英国网络购物用户将达到3170万
　　第三节 法国和德国
　　　　一、法国网络购物市场发展现状
　　　　二、法国网络购物交易情况分析
　　　　三、德国网络购物的发展现状
　　　　四、德国近年网络购物人数量大幅攀升
　　第四节 亚洲国家或地区
　　　　一、亚洲网络购物异军突起发展迅速
　　　　二、日本网络购物市场发展现状
　　　　三、韩国网络购物市场发展现状
　　　　四、新加坡网络购物个人平均消费额居亚洲第一
　　　　五、中国港、台地区网络购物市场发展迅速

第四章 2019-2024年中国网络购物产业运行环境分析
　　第一节 2019-2024年中国宏观经济环境分析
　　第二节 2019-2024年中国网络购物产业政策环境分析
　　　　一、网络购物服务规范（2009年征求意见稿）
　　　　二、相关产业政策影响分析
　　第三节 2019-2024年中国网络购物产业社会环境分析
　　　　一、2019-2024年我国人口结构分析
　　　　二、2019-2024年教育环境分析
　　　　三、2019-2024年文化环境分析
　　　　四、2019-2024年生态环境分析
　　　　五、2019-2024年中国城镇化率分析
　　　　六、居民的各种消费观念和习惯
　　第一节 2019-2024年中国网络购物行业发展环境
　　　　一、网络购物跻身十大网络应用之列
　　　　二、地方规范开启网络购物有章可循大门
　　　　三、缓解就业压力中国应大力扶持网络购物产业的发展
　　第三节 2019-2024年中国网络购物市场宏观状况
　　　　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
　　第三节 2019-2024年中国网络购物发展的问题及对策
　　　　一、中国网络购物市场存在的问题
　　　　二、中国网络购物市场尚缺信用保障
　　　　三、中国网络购物发展的主要问题及解决对策
　　　　四、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

第六章 2019-2024年中国网络购物市场运行动态分析
　　第一节 2019-2024年中国网络购物市场的发展综述
　　　　一、网络购物在中国的发展历程
　　　　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 2019-2024年中国网络购物市场规模分析
　　　　一、网络购物市场规模
　　　　二、网络购物占社会消费品零售总额比重
　　　　三、交易额规模结构
　　　　四、交易额各地区分布状况
　　第三节 2019-2024年中国网络购物的社会效应分析
　　　　一、网购创造的就业岗位规模及分布
　　　　二、淘宝网解决特殊群体就业问题
　　　　三、网络渠道优势被更多企业认可
　　　　四、成熟购物平台提供整套电子商务解决方案

第七章 2019-2024年中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价
　　第一节 品牌知名度
　　　　一、品牌知名度与品牌城市地区差异
　　　　二、各网站品牌转化率
　　　　三、各网站品牌综合评价
　　第二节 网民品牌认知渠道
　　　　一、不同类型人群的认知渠道差异
　　　　二、不同类型人群网络认知渠道
　　第三节 各项功能满意度评价
　　　　一、核心功能
　　　　二、附加功能

第八章 2019-2024年中国网络购物用户特征及行为分析
　　第一节 网络购物用户特征
　　　　一、网龄
　　　　二、性别
　　　　三、学历
　　　　四、年龄
　　　　五、学生/非学生用户
　　　　六、月收入
　　第二节 2019-2024年中国网络购物商品类别
　　　　一、各类别商品网购用户规模
　　　　二、服饰类领衔网络购物热门商品排行榜
　　　　三、分城市级别的各类商品网购用户分布
　　　　四、各类商品网购用户群体差异
　　第三节 2019-2024年中国网络购物商品评论
　　　　一、网购用户阅读商品评论情况
　　　　二、商品评论分布渠道
　　　　三、意见领袖分布群体
　　第三节 2019-2024年中国网络购物用户访问行为数据
　　　　一、购物网站月度覆盖人数
　　　　二、购物网站月度访问次数
　　　　三、购物网站月度浏览页面
　　　　四、购物网站月度浏览时间
　　第五节 2019-2024年中国网络购物用户其他行为分析
　　　　一、购物频率
　　　　二、网络购物用户商品浏览习惯
　　　　三、网络购物支付方式
　　　　四、不愉快的购物经历
　　第五节 2019-2024年中国淘宝网用户行为主要数据
　　　　一、淘宝网用户属性
　　　　二、淘宝网用户日访问路径
　　　　三、网民购买量最多的十大商品品牌

第九章 2019-2024年中国网络购物产业市场竞争格局透析
　　第一节 2019-2024年中国网购市场三大竞争梯队分析
　　　　一、第一阶梯优势全面（淘宝、易趣、拍拍）
　　　　二、第二阶梯差距较小（综合B2C和垂直类的B2C）
　　　　三、第三阶梯上升潜力较大（成立时间不长企业）
　　第二节 2019-2024年中国新兴购物网站颠覆传统卖场格局
　　第三节 2019-2024年中国网购竞争形势分析
　　　　一、网络购物市场的竞争愈演愈烈
　　　　二、国内网购酝酿竞争升级
　　第四节 2024-2030年中国网络购物产业竞争趋势分析

第十章 2019-2024年中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——B2C类购物网站
　　第一节 卓越网
　　　　一、网站介绍
　　　　二、网站竞争优劣势分析
　　　　三、网站发展战略分析
　　第二节 当当网
　　　　一、网站介绍
　　　　二、网站竞争优劣势分析
　　　　三、网站发展战略分析

第十一章 2019-2024年中国网络购物行业著名购物网站竞争力分析——C2C类购物网站
　　第一节 淘宝
　　　　一、网站介绍
　　　　二、网站竞争优劣势分析
　　　　三、网站发展战略分析
　　第二节 ebay易趣
　　　　一、网站介绍
　　　　二、网站竞争优劣势分析
　　　　三、网站发展战略分析
　　第三节 拍拍网
　　　　一、网站介绍
　　　　二、网站竞争优劣势分析
　　　　三、网站发展战略分析

第十二章 2024-2030年中国网络购物市场的前景趋势分析
　　第一节 2024-2030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、2024-2030年中国网络购物市场规模预测
　　　　四、2024年左右中国网络购物将到达成熟期
　　第二节 2024-2030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
　　第三节 2024-2030年中国网络购物产业市场盈利预测分析

第十三章 2024-2030年中国网络购物产业投资潜力分析
　　第一节 2024-2030年中国网络购物产业投资环境分析
　　　　一、宏观经济预测分析
　　　　二、金融环境影响分析
　　第二节 2024-2030年中国网络购物产业投资机会分析
　　第三节 2024-2030年中国网络购物产业投资风险分析
　　　　一、市场运营风险
　　　　二、技术风险
　　　　三、政策风险
　　　　四、进入退出风险
　　第四节 中:智:林 专家投资建议

图表目录
　　图表 2019-2024年我国国内生产总值及增长速度分析
　　图表 2019-2024年全部工业增加值及其增长速度
　　图表 2024年主要工业产品产量及其增长速度
　　图表 2024年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
　　图表 2019-2024年建筑业增加值及其增长速度
　　图表 2019-2024年粮食产量及其增长速度
　　图表 2019-2024年全社会固定资产投资及增长速度
　　图表 2024年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
　　图表 2019-2024年社会消费品零售总额及其实际增长速度
　　图表 2024年货物进出口总额及其增长速度
　　图表 2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度
　　图表 2019-2024年全国货物进出口总额
　　图表 2023年末人口数及其构成
　　图表 2019-2024年我国人口数量变化图
　　图表 2019-2024年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
　　图表 2019-2024年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
　　图表 2019-2024年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
　　图表 2019-2024年中国城镇化率走势图
　　图表 印度、美国、俄罗斯、中国网民增长率情况
　　图表 世界网络购物商品比例情况
　　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 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 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 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《[2024年中国网络购物行业现状研究分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html)》，报告编号：1813177，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_JiXieJiDian/77/WangLuoGouWuShiChangXingQingFenXiYuQuShiYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！