

## 2024-2029年中国网络购物行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

## 报告简介

网络购物是借助网络实现商品或服务从商家/卖家转移到个人用户(消费者)的过程，在整个过程中的资金流，物流和信息流，其中任何一个环节有网络的参与，都称之为网络购物。它是电子商务的一个重要组成部分。

数据显示，截至2020年12月，我国网络购物用户规模达7.82亿，较2020年3月增长7215万，占网民整体的79.1%。其中，我国手机网络购物用户规模达7.81亿，较2020年3月增长7309万，占手机网民的79.2%。

目前中国商务正在走进线上线下深度融合的时代，2020年，全年全国网上零售额11.76万亿元，比上年增长10.9%。其中，实物商品网上零售额97590亿元，增长14.8%，占社会消费品零售总额的比重为24.9%，比上年提高4.2个百分点。近年来，随着信息消费市场的崛起，带动着网上零售额的增长。信息消费保持快速发展，正成为助力经济增长的重要引擎。中国网络购物市场未来3年增速将有所放缓，市场进入相对成熟期。

从行业格局来看，2018年上半年各家电商平台加速线下整合，推动零售业阵营化发展。阿里巴巴、腾讯、京东等利用自身资本、流量和技术优势，通过投资并购、战略合作等形式整合实体零售企业，逐渐形成“阿里系”、“京腾系”两大阵营。从行业趋势来看，电商与社交、内容融合趋势进一步加强。微信小程序、京东和淘宝推出社交电商应用“拼购”和“淘宝特价版”等都反映出社交正在成为电商业务拓展的重要方式。从用户角度来看，网络零售消费群体分层趋势日渐凸显，满足不同群体消费需求成为带动网络零售市场发展的重点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国电子商务协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国网络购物及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国网络购物行业发展状况和特点，以及中国网络购物行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的网络购物行业发展态势作了详细分析，并对网络购物行业进行了趋向研判，是网络购物开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前网络购物业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

## 第一部分 产业环境透视

## 第一章 中国网络购物行业发展综述

## 第一节 网络购物行业相关概述

## 一、网络购物概念及定义

## 二、网络购物运营模式简介

### 三、网络购物特点分析

### 四、网络购物操作流程简述

## 第二节 网络购物行业政策环境分析

### 一、网络购物行业相关政策及动向

- 1、《关于网上交易的指导意见(暂行)》
- 2、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 3、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
- 4、《关于加强银行卡安全管理预防和打击银行卡犯罪的通知》
- 5、《非金融机构支付服务管理办法》

### 二、网络购物行业发展规划

## 第三节 网络购物行业经济环境分析

### 一、国际宏观经济环境分析

### 二、国内宏观经济环境分析

### 三、宏观经济对行业发展的影响分析

## 第四节 网络购物行业消费环境分析

### 一、居民收入支出水平分析

### 二、居民消费结构分析

### 三、居民销售方式分析

### 四、居民消费信心分析

## 第二章 中国网络购物行业支撑产业发展状况分析

### 第一节 互联网行业

#### 一、互联网行业发展现状

##### 1、网民规模

##### 2、网民结构特征

## 二、互联网基础资源

### 1、基础资源概述

### 2、IP地址

### 3、域名

### 4、网站

### 5、网页

### 6、网络速度

### 7、网络国际出口带宽

## 二、接入方式

### 1、上网设备

### 2、上网地点

### 3、上网时间

## 三、网民网络应用行为

### 1、信息获取

### 2、商务交易

### 3、交流沟通

### 4、网络娱乐

## 四、手机上网行为分析

### 1、手机上网应用行为

### 2、手机网民结构特征

## 第二节 物流行业

### 一、物流行业发展情况分析

#### 1、物流总额增幅及构成情况

#### 2、物流固定资产投资及增长情况

### 3、物流企业经营与效益情况分析

## 二、快递服务产业发展情况分析

### 1、中国快递服务业发展概况

### 2、中国快递服务业运行情况

## 三、网络购物物流网建设情况

### 1、网络购物快递企业规模

### 2、网络购物快递营收规模

## 四、物流配送能力对电子商务企业影响分析

## 五、网络购物行业物流配送体系发展分析

## 六、网络购物流配体系发展趋势分析

## 第三节 即时通讯与社交网络行业

### 一、即时通讯行业发展现状

#### 1、用户规模

#### 2、帐号规模

#### 3、竞争现状

#### 4、发展趋势

### 二、社交网络行业发展现状

#### 1、社交网站产业市场规模

#### 2、社交网站用户规模统计

#### 3、社交网站平台化特征

## 第四节 网上支付

### 一、网上支付行业发展概况

### 二、网上支付交易规模分析

### 三、网上支付平台支付模式

- 1、网关型支付模式
- 2、信用但保型支付模式
- 3、支付模式对比
- 4、第三方支付企业与银行的利益冲突

#### 四、网上支付主要认证体系发展分析

- 1、网上银行
- 2、支付宝
- 3、财付通
- 4、快钱
- 5、CHINAPAY

#### 五、网上支付行业发展趋势及前景预测

### 第二部分 行业深度分析

## 第三章 我国网络购物行业运行现状分析

### 第一节 我国网络购物行业发展状况分析

- 一、我国网络购物行业发展阶段
- 二、我国网络购物行业发展总体概况
- 三、我国网络购物行业发展特点分析
- 四、我国网络购物行业商业模式分析

### 第二节 2019-2023年网络购物行业发展现状

- 一、2019-2023年我国网络购物行业市场规模
- 二、2019-2023年我国网络购物行业发展分析
- 三、2019-2023年中国网络购物企业发展分析

### 第三节 2019-2023年网络购物市场情况分析

- 一、2019-2023年中国网络购物市场总体概况

## 二、2019-2023年中国网络购物产品市场发展分析

### 第四节 我国网络购物市场价格走势分析

#### 一、网络购物市场定价机制组成

#### 二、网络购物市场价格影响因素

#### 三、2019-2023年网络购物产品价格走势分析

#### 四、2024-2029年网络购物产品价格走势预测

## 第四章 我国网络购物行业整体运行指标分析

### 第一节 2019-2023年中国网络购物行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、人员规模状况分析

#### 三、行业资产规模分析

#### 四、行业市场规模分析

### 第二节 2019-2023年中国网络购物行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

##### 1、我国网络购物行业销售利润率

##### 2、我国网络购物行业成本费用利润率

##### 3、我国网络购物行业亏损面

#### 二、行业偿债能力分析

##### 1、我国网络购物行业资产负债比率

##### 2、我国网络购物行业利息保障倍数

#### 三、行业营运能力分析

##### 1、我国网络购物行业应收帐款周转率

##### 2、我国网络购物行业总资产周转率

##### 3、我国网络购物行业流动资产周转率

#### 四、行业发展能力分析

- 1、我国网络购物行业总资产增长率
- 2、我国网络购物行业利润总额增长率
- 3、我国网络购物行业主营业务收入增长率
- 4、我国网络购物行业资本保值增值率

#### 第三部分 市场全景调研

#### 第五章 中国网络购物行业产品市场分析

##### 第一节 服装服饰、鞋帽箱包产品网络购物市场分析

###### 一、我国服装服饰、鞋帽箱包行业市场规模分析

- 1、我国服装服饰、鞋帽箱包市场产销情况
- 2、我国服装服饰、鞋帽箱包市场品牌情况

###### 二、我国服装服饰、鞋帽箱包市场销售渠道分析

###### 三、我国服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场发展分析

- 1、服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场规模分析
- 2、服装服饰、鞋帽箱包网络购物市场品牌分析
- 3、服装服饰、鞋帽箱包网络购物发展趋势

##### 第二节 手机、数码及电器产品网络购物市场分析

###### 一、我国手机、数码及电器产品市场规模分析

- 1、我国手机、数码及电器产品市场产销情况
- 2、我国手机、数码及电器产品品牌分析

###### 二、我国手机、数码及电器产品市场销售渠道分析

###### 三、我国手机、数码及电器产品网络购物市场发展分析

- 1、手机、数码及电器产品网络购物市场规模分析
- 2、手机、数码及电器产品网络购物市场产品分析

3、手机、数码及电器产品网络购物市场品牌分析

4、手机、数码及电器产品网络购物发展趋势

第三节 书籍、音像制品网络购物市场分析

一、我国书籍、音像制品市场规模分析

1、我国书籍、音像制品市场产销情况

2、我国书籍、音像制品市场品牌分析

二、我国书籍、音像制品市场销售渠道分析

三、我国书籍、音像制品网络购物市场发展分析

1、书籍、音像制品网络购物市场规模分析

2、书籍、音像制品网络购物市场产品分析

3、书籍、音像制品网络购物市场品牌分析

4、书籍、音像制品网络购物发展趋势

第四节 化妆品网络购物市场分析

一、我国化妆品市场规模分析

1、我国化妆品市场产销情况

2、我国化妆品市场品牌分析

二、我国化妆品市场销售渠道分析

二、我国化妆品网络购物市场发展分析

1、化妆品网络购物市场规模分析

2、化妆品网络购物市场产品分析

3、化妆品网络购物市场品牌分析

4、化妆品网络购物发展趋势

第五节 家居日用品网络购物市场分析

一、我国家居日用品市场发展分析

- 1、我国家居日用品市场产销情况
- 2、我国家居日用品市场品牌分析
- 二、我国家居日用品市场销售渠道分析
- 三、我国家居日用品网络购物市场发展分析
- 1、家居日用品网络购物市场产品分析
- 2、家居日用品网络购物市场品牌分析
- 3、家居日用品网络购物发展趋势

#### 第六节 食品网络购物市场分析

- 一、我国食品市场发展分析
- 1、我国食品市场产销情况
- 2、我国食品市场品牌分析
- 二、我国食品销售渠道分析
- 三、我国食品市场发展分析
- 1、食品网络购物市场产品分析
- 2、食品网络购物市场品牌分析
- 3、食品网络购物发展趋势

#### 第七节 其他产品网络购物市场分析

- 一、玩具网络购物市场发展分析
- 二、母婴用品网络购物市场发展分析
- 三、出游旅行网络购物市场发展分析
- 四、医疗保健用品网络购物市场发展分析

#### 第六章 中国网络购物行业平台构建分析

##### 第一节 中国网络购物平台构建潜力分析

- 一、中国传统营销渠道分析

1、中国传统营销渠道发展状况分析

2、中国传统营销渠道存在的问题

二、中国网络购物平台优势分析

1、领先的市场增长优势

2、广阔的网络覆盖优势

3、优越的营销渠道优势

第二节 中国网络购物用户群体研究

一、网络购物用户特征分析

1、性别结构

2、年龄结构

3、学历结构

4、职业结构

5、收入结构

6、城乡结构

二、网民网络购物行为研究

1、购物网站品牌认知渠道

2、商品浏览方式主要渠道

3、人均网购金额和次数

4、网购商品类别分析

5、用户网购行为差异分析

第三节 中国网络购物平台构建主要影响因素

一、网络购物行业物流配送体系

1、中国网购物流配送构建方式分析

2、网购物流配送经营案例分析

3、构建网购物流配送体系相关建议

二、网络购物行业信息安全分析

三、网络购物行业诚信体系分析

1、网络购物信用的重要性及模式含义

2、网络购物行业诚信危机原因分析

3、网络购物行业诚信危机应对策略

第四节 企业构建网络购物平台方式与建议分析

一、企业构建网络购物平台必要性分析

二、企业网络购物平台构建方式

1、借助第三方平台

2、建设独立的自有平台

三、企业构建网络购物平台主要建议

第四部分 竞争格局分析

第七章 网络购物产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国网络购物产业集群发展特色分析

一、长江三角洲网络购物产业发展特色分析

二、珠江三角洲网络购物产业发展特色分析

三、环渤海地区网络购物产业发展特色分析

四、闽南地区网络购物产业发展特色分析

第二节 网络购物重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、网络购物重点区域市场分析

1、江苏

2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第八章 中国网络购物行业领先网站发展分析

第一节 中国网络购物网站发展机会分析

第二节 中国网络购物网站发展威胁分析

第三节 中国网络购物行业领先网站经营情况分析

一、苏宁易购

1、网站简介

2、网站经营状况分析

二、中粮我买网

1、网站简介

2、网站经营状况分析

三、李宁网上商城

1、网站简介

2、网站经营状况分析

四、雄狮旅游网

1、网站简介

2、网站经营状况分析

五、海尔网上商城

1、网站简介

2、网站经营状况分析

六、银泰网

1、网站简介

2、网站经营状况分析

七、淘秀网

1、网站简介

2、网站经营状况分析

八、橡果国际

1、网站简介

2、网站经营状况分析

九、卓越亚马逊

1、网站简介

2、网站会员规模

3、网站主营业务分析

4、网络营销策略

5、网站盈利模式

6、网站经营状况分析

十、当当网

1、网站简介

2、网站会员规模

3、网站主营业务分析

4、网络营销策略

5、网站盈利模式

6、网站经营状况分析

第五部分 发展前景展望

第九章 2024-2029年网络购物行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年网络购物市场发展前景

一、2024-2029年网络购物市场发展潜力

二、2024-2029年网络购物市场发展前景展望

三、2024-2029年网络购物细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年网络购物市场发展趋势预测

一、2024-2029年网络购物行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2024-2029年网络购物市场规模预测

1、网络购物行业市场容量预测

2、网络购物行业销售收入预测

三、2024-2029年网络购物行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国网络购物行业供需预测

一、2024-2029年中国网络购物行业供给预测

二、2024-2029年中国网络购物市场销量预测

三、2024-2029年中国网络购物行业需求预测

四、2024-2029年中国网络购物行业供需平衡预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

#### 第十章 中国网络购物行业投融资分析

##### 第一节 网络购物行业投资特性分析

- 一、网络购物行业进入壁垒分析
- 二、网络购物行业盈利模式分析
- 三、网络购物行业盈利因素分析

##### 第二节 网络购物行业投融资现状

###### 一、网络购物行业投资现状分析

- 1、网络购物行业投资分析
- 2、网络购物行业并购分析
- 3、网络购物行业投资存在的问题
- 4、网络购物行业主要投资建议

###### 二、网络购物行业融资现状分析

- 1、网络购物行业融资渠道分析
- 2、网络购物行业融资规模分析
- 3、网络购物行业融资存在的问题
- 4、网络购物行业主要融资建议

##### 第三节 网络购物行业投融资前景预测

###### 一、网络购物行业投资前景预测

## 二、网络购物行业融资前景预测

### 第十一章 2024-2029年网络购物行业投资机会与风险防范

#### 第一节 网络购物行业投融资情况

##### 一、行业资金渠道分析

##### 二、固定资产投资分析

##### 三、兼并重组情况分析

##### 四、网络购物行业投资现状分析

###### 1、网络购物产业投资经历的阶段

###### 2、2019-2023年网络购物行业投资状况回顾

###### 3、2019-2023年中国网络购物行业风险投资状况

###### 4、2024-2029年我国网络购物行业的投资态势

#### 第二节 2024-2029年网络购物行业投资机会

##### 一、产业链投资机会

##### 二、细分市场投资机会

##### 三、重点区域投资机会

##### 四、网络购物行业投资机遇

#### 第三节 2024-2029年网络购物行业投资风险及防范

##### 一、政策风险及防范

##### 二、技术风险及防范

##### 三、供求风险及防范

##### 四、宏观经济波动风险及防范

##### 五、关联产业风险及防范

##### 六、产品结构风险及防范

##### 七、其他风险及防范

#### 第四节 中国网络购物行业投资建议

##### 一、网络购物行业未来发展方向

##### 二、网络购物行业主要投资建议

##### 三、中国网络购物企业融资分析

###### 1、中国网络购物企业IPO融资分析

###### 2、中国网络购物企业再融资分析

#### 第六部分 发展战略研究

#### 第十二章 2024-2029年网络购物行业面临的困境及对策

##### 第一节 2019-2023年网络购物行业面临的困境

##### 第二节 网络购物企业面临的困境及对策

###### 一、重点网络购物企业面临的困境及对策

###### 1、重点网络购物企业面临的困境

###### 2、重点网络购物企业对策探讨

###### 二、中小网络购物企业发展困境及策略分析

###### 1、中小网络购物企业面临的困境

###### 2、中小网络购物企业对策探讨

###### 三、国内网络购物企业的出路分析

##### 第三节 中国网络购物行业存在的问题及对策

###### 一、中国网络购物行业存在的问题

###### 二、网络购物行业发展的建议对策

###### 1、把握国家投资的契机

###### 2、竞争性战略联盟的实施

###### 3、企业自身应对策略

###### 三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

#### 第四节 中国网络购物市场发展面临的挑战与对策

### 第十三章 网络购物行业发展战略研究

#### 第一节 网络购物行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国网络购物品牌的战略思考

- 一、网络购物品牌的重要性
- 二、网络购物实施品牌战略的意义
- 三、网络购物企业品牌的现状分析
- 四、我国网络购物企业的品牌战略
- 五、网络购物品牌战略管理的策略

#### 第三节 网络购物经营策略分析

- 一、网络购物市场细分策略
- 二、网络购物市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划

#### 四、网络购物新产品差异化战略

##### 第四节 网络购物行业投资战略研究

###### 一、2019-2023年网络购物行业投资战略

###### 二、2024-2029年网络购物行业投资战略

###### 三、2024-2029年细分行业投资战略

#### 第十四章 研究结论及投资建议

##### 第一节 网络购物行业研究结论及建议

##### 第二节 网络购物子行业研究结论及建议

##### 第三节 中道泰和网络购物行业投资建议

###### 一、行业发展策略建议

###### 二、行业投资方向建议

###### 三、行业投资方式建议

#### 图表目录

图表：网络购物行业生命周期

图表：网络购物行业产业链结构

图表：2019-2023年全球网络购物行业市场规模

图表：2019-2023年中国网络购物行业市场规模

图表：2019-2023年网络购物行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国网络购物市场占全球份额比较

图表：2019-2023年网络购物行业销售收入

图表：2019-2023年网络购物行业利润总额

图表：2019-2023年网络购物行业资产总计

图表：2019-2023年网络购物行业负债总计

图表：2019-2023年网络购物行业竞争力分析

图表：2019-2023年网络购物市场价格走势

图表：2019-2023年网络购物行业主营业务收入

图表：2019-2023年网络购物行业主营业务成本

图表：2019-2023年网络购物行业销售费用分析

图表：2019-2023年网络购物行业管理费用分析

图表：2019-2023年网络购物行业财务费用分析

图表：2019-2023年网络购物行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年网络购物行业销售利润率分析

图表：2019-2023年网络购物行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年网络购物行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年网络购物行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/33360.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)