

2026-2031年全球网络购物行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

网络购物行业研究报告主要分析了网络购物行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、网络购物行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国网络购物行业的市场发展现状和未来发展趋势。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外网络购物行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国网络购物行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对网络购物行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握网络购物行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 网络购物相关概述

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、 网购常见交易方式

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、网络购物带来便利
- 二、网络购物带来经济利益
- 三、网络购物存在诸多顾虑

第二章 2021-2026年中国网络购物的发展环境分析

第一节 经济环境

- 一、国内生产总值
- 二、经济结构转型
- 三、消费品零售总额
- 四、居民消费水平
- 五、宏观经济趋势

第二节 政策环境

- 一、电子商务促进政策
- 二、“新消法”网购规定解读
- 三、跨境电商扶持政策
- 四、网络团购政策分析
- 五、网络购物支付政策

第三节 产业环境

一、技术层环境

二、商务层环境

三、社会层环境

第三章 2021-2026年全球网络购物市场发展分析

第一节 全球网络购物市场分析

一、全球电商市场规模

二、全球网购市场消费格局

三、全球网购消费者特征

第二节 美国

一、美国网购市场结构分析

二、美国移动电商发展规模

三、美国网购退换货服务

四、美国服装网购市场前景

第三节 英国

一、英国网购媒介分析

二、英国网购服务质量

三、英国网购安全措施

四、英国网购市场机遇

第四节 德国

一、德国网购发展环境

二、德国网购市场规模

三、德国网购安全保障

第五节 法国

- 一、 法国网购市场规模
- 二、 电商网站竞争格局
- 三、 法国网络购物市场问题

第六节 其他国家或地区

- 一、 拉美地区网购规模
- 二、 印度网购市场规模
- 三、 日本网购市场规模
- 四、 俄罗斯网购规模

第四章 2021-2026年中国网络购物市场发展分析

第一节 中国网络购物市场SWOT分析

- 一、 优势 (Strength)
- 二、 劣势 (Weakness)
- 三、 机会 (Opportunity)
- 四、 威胁 (Threats)

第二节 2021-2026年中国网络购物市场发展规模

- 一、 网络购物用户规模
- 二、 网络购物交易规模
- 三、 网购市场品牌渗透率
- 四、 网络购物竞争形势
- 五、 网购市场影响因素

第三节 2021-2026年B2C网络购物市场发展态势

一、B2C网购交易规模

二、B2C网购市场份额

三、B2C网购竞争格局

第四节 2021-2026年C2C网络购物市场发展分析

一、C2C网购交易规模

二、C2C海淘模式分析

三、C2C电商税收问题

第五节 2021-2026年海外网络购物市场发展状况

一、海外网购用户规模

二、海外网购品类分布

三、海外网购区域分布

四、海外网购消费行为

五、海外网购存在问题

第六节 2021-2026年社交化网络购物市场发展分析

一、社交网购用户规模

二、社交网购意愿分析

三、社交网购消费行为

第五章 2021-2026年移动网络购物市场发展分析

第一节 移动网络购物发展概况

一、移动网购生命周期

二、移动网购发展优势

三、移动网购发展问题

第二节 2021-2026年移动网络购物市场发展态势

一、移动网购规模分析

二、移动网购竞争格局

三、移动网购需求分析

第三节 移动网络购物APP使用分析

一、移动网购APP覆盖率

二、移动网购APP活跃用户数

三、移动网购APP首选率

第四节 移动网络购物用户结构分析

一、性别结构

二、年龄结构

三、地域结构

四、学历结构

五、职业结构

六、收入结构

第六章 2021-2026年网购市场重点品类发展分析

第一节 服装网购市场分析

一、服装网购发展历程

二、服装电商发展模式

三、服装网购市场规模

四、“互联网+服装”发展潜力

第二节 家电网购市场分析

一、家电网购市场规模

二、家电网购竞争格局

三、家电网购发展走势

第三节 美妆网购市场分析

一、美妆网购市场规模

二、化妆品线上入驻要求

三、移动美妆运营模式

四、移动美妆未来趋势

第四节 母婴网购市场分析

一、母婴电商生态圈

二、母婴网购市场规模

三、母婴电商发展趋势

第五节 图书网购市场分析

一、图书网购市场规模

二、图书网购市场份额

三、图书网络购物发展前景

第六节 食品网购市场分析

一、食品网购交易规模

二、食品网购用户分析

三、生鲜电商发展态势

第七章 2021-2026年中国网上外卖市场发展分析

第一节 中国网上外卖市场发展综述

一、行业发展阶段

二、行业发展特征

三、典型企业分析

第二节 2021-2026年中国网上外卖市场发展规模

一、网上外卖用户规模

二、网上外卖交易规模

三、网上外卖市格局

第三节 中国网上外卖市场前景预测

一、行业市场规模预测

二、网上外卖市场趋势

三、市场影响因素预测

第八章 2021-2026年中国网络购物用户分析

第一节 网络购物用户结构特征

一、性别结构

二、年龄结构

三、学历结构

四、职业结构

五、收入结构

第二节 网络购物用户行为特征

一、网购场景

二、网购决策

三、网购行为

四、网购花费

第三节 网购用户购物偏好分析

一、优惠方式偏好

二、品类偏好分布

三、网购手机偏好

第四节 网购用户满意度分析

一、网购满意度影响因素

二、网购零售满意度分析

三、退换货服务满意度

四、网购商品评论分析

第五节 网络购物用户培育分析

一、抓取新用户

二、提高重复购买率

三、减少用户流失

第九章 2021-2026年综合类网络购物平台发展分析

第一节 淘宝

一、淘宝商业模式分析

二、无线淘宝发展现状

三、无线淘宝盈利模式

四、淘宝村的发展模式

五、淘宝发展新动向

第二节 天猫

一、 天猫商业模式分析

二、 天猫准入政策调整

三、 天猫超市发展情况

四、 天猫国际发展现状

第三节 京东

一、 京东商业模式分析

二、 京东业务发展态势

三、 京东金融发展动态

四、 京东未来发展规划

第四节 苏宁易购

一、 苏宁商业模式创新

二、 苏宁易购入驻天猫

三、 苏宁易购万达合作

四、 苏宁易购云店布局

第五节 亚马逊中国

一、 企业经济效益

二、 布局智慧物流

三、 亚马逊中国战略

第六节 其他网站

一、 国美发展战略分析

二、 京东沃尔玛战略合作

三、 当当战略合作步步高

第十章 2021-2026年垂直类网络购物平台发展分析

第一节 唯品会

- 一、 唯品会商业模式
- 二、 唯品会发展规模
- 三、 唯品会业务分拆
- 四、 唯品会存在的问题

第二节 聚美优品

- 一、 聚美优品商业模式分析
- 二、 聚美优品竞争环境分析
- 三、 聚美优品收购深圳街电

第三节 我买网

- 一、 我买网的商业模式
- 二、 我买网竞争力分析
- 三、 我买网全球食品布局

第四节 酒仙网

- 一、 酒仙网的商业模式
- 二、 酒仙网开放平台上线
- 三、 酒仙网的经营状况

第十一章 网络购物市场前景趋势分析

第一节 网络购物市场前景展望

- 一、 全球网购市场前景分析
- 二、 中国网购市场前景广阔

三、跨境B2C电商规模预测

四、2026-2031年中国网络购物市场预测分析

第二节 中国网络购物市场发展趋势

一、网络购物行业发展趋势

二、移动网络购物发展走向

三、用户做主的网购新趋势

四、移动网络购物新趋势

附录

附录一：网络购物服务规范

附录二：网络交易管理办法

附录三：网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）

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

报告编号：1551091

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1551091.shtml>

在线订购：[点击这里](#)