

# 中国网络购物行业发展现状与投资前景策略分析报告2024-2030年

产品名称	中国网络购物行业发展现状与投资前景策略分析报告2024-2030年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国网络购物行业发展现状与投资前景策略分析报告2024-2030年【报告编号】：416907【出版时间】：2023年12月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元  
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

——综述篇——第1章：网络购物行业综述及数据来源说明1.1 网络购物行业界定1.1.1 网络购物的定义1.1.2 网络购物的性质与特征1.1.3 网络购物所处行业1.1.4 网络购物术语与辨析1、网络购物术语2、网络购物概念辨析1.2 网络购物行业分类1.3 本报告研究范围界定说明1.4 网络购物行业市场监管&标准体系1.4.1 网络购物行业监管体系及机构职能1、中国网络购物行业主管部门2、中国网络购物行业自律组织1.4.2 网络购物行业标准体系及建设进程1、网络购物行业标准体系框架2、网络购物行业现行&即将实施标准汇总1) 网络购物行业现行国家标准2) 网络购物行业现行行业标准3) 网络购物行业即将实施标准汇总3、网络购物行业重点标准及其影响解读1.5 本报告数据来源及统计标准说明1.5.1 本报告数据来源1.5.2 本报告研究方法 & 统计标准说明——现状篇——第2章：全球网络购物行业发展现状及趋势洞察2.1 全球网络购物行业发展历程2.2 全球网络购物行业发展现状2.2.1 全球网络购物行业用户规模2.2.2 全球网络购物行业普及率2.2.3 全球网络购物行业用户终端2.2.4 全球网络购物细分赛道平台访问量2.3 全球网络购物行业竞争格局2.3.1 全球网络购物行业头部企业排名2.3.2 全球网络购物行业市场集中度2.3.3 全球网络购物行业兼并收购1、全球网络购物行业兼并收购趋势2、全球网络购物行业兼并收购事件2.4 全球网络购物行业区域发展及经验借鉴2.4.1 全球网络购物区域发展格局1、按市场规模2、按市场增速3、按TOP企业2.4.2 全球网络购物重点区域市场1、美国网络购物市场（1）美国网购行业市场规模（2）美国网购用户规模（3）美国用户网购产品类型（4）美国主流网购平台2、东南亚网络购物市场（1）东南亚地区网购行业市场规模（2）东南亚地区分国家网购市场规模（3）东南亚地区网购产品类型（4）东南亚地区主流网购平台2.4.3 国外网络购物发展经验借鉴2.5 全球网络购物行业市场规模及趋势洞察2.5.1 全球网络购物行业市场规模体量2.5.2 全球网络购物行业市场前景预测2.5.3 全球网络购物行业发展趋势洞悉1、中东/非洲/拉美地区增长态势更好2、全球网购市场向品牌卖家倾斜3、人工智能技术加速渗透第3章

：中国网络购物行业发展现状及市场痛点3.1 中国网络购物行业发展历程3.2  
中国网络购物行业技术进展3.2.1  
网络购物行业研发投入1、网络购物行业企业研发力度2、网络购物行业企业研发强度3.2.2 网络购物行业  
科研创新1、中国网络购物行业专利申请2、中国网络购物行业专利公开3、中国网络购物行业热门申请人  
4、中国网络购物行业热门技术3.2.3 网络购物行业关键技术1、电子商务平台技术2、支付结算技术3、智  
能物流技术4、大数据和人工智能技术5、安全保障技术3.3 中国网络购物行业进出口分析3.3.1  
中国跨境电商进出口规模3.3.2 中国跨境电商进出口结构3.3.3 中国跨境电商增速情况3.4  
中国网络购物行业市场主体3.4.1 网络购物市场主体类型3.4.2 网络购物企业进场方式3.4.3  
网络购物市场主体数量3.5 中国网络购物行业市场规模体量3.5.1 网络购物用户规模3.5.2  
网络购物零售额3.6 中国网络购物行业市场发展痛点3.6.1 低价竞争文化3.6.2 售后服务不到位3.6.3  
商品品质问题3.6.4 税收漏洞第4章：中国网络购物行业市场竞争及投资并购4.1  
网络购物竞争者入场及战略布局4.1.1 网络购物竞争者入场进程4.1.2 网络购物竞争者区域分布热力图4.1.3  
网络购物竞争者战略布局状况4.2 网络购物行业市场竞争格局4.2.1 网络购物竞争集群分布4.2.2  
网络购物市场竞争格局1、网络购物行业竞争梯队2、网络购物行业市场份额4.2.3 网络购物市场集中度4.3  
网络购物全球市场竞争力&企业全球化布局4.4 网络购物行业波特五力模型分析4.4.1  
网络购物行业供应商的议价能力4.4.2 网络购物行业消费者的议价能力4.4.3  
网络购物行业新进入者威胁4.4.4 网络购物行业替代品威胁4.4.5 网络购物行业现有企业竞争4.4.6  
网络购物行业竞争状态总结4.5 网络购物行业投融资&并购重组&IPO动态4.5.1 网络购物行业投融资状况1  
、网络购物行业投融资概述2、网络购物行业投融资盘点3、网络购物行业投融资规模4、网络购物行业投  
融资分析5、网络购物行业投融资趋势4.5.2 网络购物企业并购重组动态1、网络购物企业并购重组动因2、  
网络购物企业并购重组事件汇总3、网络购物企业并购重组趋势分析4.5.3 网络购物行业IPO动态1、网  
络购物行业IPO盘点2、网络购物行业IPO事件数量第5章：网络购物行业支撑产业发展情况及趋势分析5.1  
互联网行业发展情况及趋势分析5.1.1 互联网行业发展概况1、中国互联网基础资源状况（1）IP地址（2）  
域名（3）移动电话基站数量（4）互联网宽带接入端口数量（5）光缆线路长度2、中国互联网资源应用  
状况（1）网站（2）网页（3）移动互联网接入流量3、中国互联网网民规模与结构特征（1）中国网民规  
模分析（2）中国网民接入分析（3）中国网民画像解析5.1.2 互联网行业市场规模5.1.3 互联网行业发展趋  
势1、中国互联网行业市场竞争趋势2、中国互联网行业技术创新趋势3、中国互联网行业细分人群发展趋  
势5.2 网络支付行业发展情况及趋势分析5.2.1 网络支付行业发展概况1、网络支付用户规模及使用率2、网  
络支付市场参与者分析（1）中国第三方支付50强企业（2）网络支付市场竞争格局5.2.1  
网络支付行业市场规模5.2.3 网络支付行业发展趋势5.3 物流行业发展情况及趋势分析5.3.1 物流行业发展概  
况1、物流总额走势分析2、物流总费用走势分析3、物流总收入走势分析4、物流固定资产投资分析5、物  
流业景气情况分析6、全国重点物流企业统计调查情况（1）物流行业50强企业门槛（2）物流行业50强企  
业名单5.3.2 物流行业市场规模5.3.3 物流行业发展趋势1、物流技术发展趋势分析2、物流子行业发展趋势  
分析（1）快递市场发展趋势分析（2）包装市场发展趋势分析第6章：中国网络购物行业细分消费市场发  
展状况6.1 网络购物行业消费关注因素及销售模式分析6.1.1 网络购物行业消费关注因素6.1.2  
网络购物行业销售模式分析1、B2B模式2、B2C模式3、C2C模式6.2 网络购物行业市场营销策略分析6.2.1  
网络购物行业产品营销策略6.2.2 网络购物行业营销渠道布局6.3  
网络购物行业代表性细分消费市场情况6.3.1 中国网络购物产品类型6.3.2 服装网购市场情况6.3.3  
家电网购市场情况6.3.4 化妆品网购市场情况6.4 网络购物行业消费者行为特征总结6.5  
中国网络购物行业细分消费市场战略地位分析第7章：全球及中国网络购物企业案例解析7.1  
全球及中国网络购物企业梳理与对比7.2 全球网络购物企业案例分析7.2.1 亚马逊（Amazon.com）1、企业  
基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构及网络购物业务布局4、企业区域市场及在华布局（1）区域  
市场（2）在华布局7.2.2 易趣（ebay.com）1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构及网络购  
物业务布局4、企业区域市场及在华布局（1）区域市场（2）在华布局7.2.3 沃尔玛（walmart.com）1、企  
业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构及网络购物业务布局（1）营收结构（2）网络购物业务布  
局4、企业区域市场及在华布局（1）区域市场（2）在华布局7.3 中国网络购物企业案例分析7.3.1 阿里巴  
巴集团控股有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物业务  
品牌&研发力度5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物业务布局7、企业网络购物业务布局  
战略&优劣势7.3.2 京东集团股份有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4  
、企业网络购物业务研发力度5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物业务布局动向7、企业  
网络购物业务布局战略&优劣势7.3.3 上海寻梦信息技术有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企

业业务架构/营收结构4、企业网络购物业务研发力度5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物产品应用&解决方案7、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.4 苏宁易购集团股份有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物产品研发&生产力5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.5 北京当当网信息技术有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物产品销售&竞争力5、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.6 北京微播视界科技有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业网络购物产品研发&生产力4、企业网络购物产品销售&竞争力5、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.7 北京三快科技有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物产品研发5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物业务布局规划7、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.8 上海汉涛信息咨询有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物业务竞争力5、企业网络购物业务布局优劣势7.3.9 广州唯品会信息科技有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物产品研发强度5、企业网络购物产品销售&竞争力6、企业网络购物业务布局战略&优劣势7.3.10 杭州网易再顾科技有限公司1、企业基本信息2、企业经营情况3、企业业务架构/营收结构4、企业网络购物产品销售模式——展望篇——第8章：中国网络购物行业发展环境洞察&SWOT分析8.1 中国网络购物行业经济（Economy）环境分析8.1.1 中国宏观经济发展现状1、中国GDP及增长情况2、中国三次产业结构3、中国居民消费价格（CPI）4、中国生产者价格指数（PPI）5、中国工业经济增长情况6、中国社会消费品零售情况8.1.2 中国宏观经济发展展望8.1.3 中国网络购物行业发展与宏观经济相关性分析8.2 中国网络购物行业社会（Society）环境分析8.2.1 中国网络购物行业社会环境分析1、中国人口规模及增速2、中国人口结构（1）年龄结构/中国人口老龄化程度（2）中国人口性别结构3、中国城镇化水平变化（1）中国城镇化现状（2）中国城镇化趋势展望4、中国居民人均可支配收入5、中国居民人均消费支出及结构（1）中国居民人均消费支出（2）中国居民消费结构变化6、中国居民消费习惯变化（1）线上渠道成为主要的购物渠道（2）体验式消费需求增加（3）对国产品牌的倾向性更高7、中国网民规模及互联网普及率8.2.2 社会环境对网络购物行业发展的影响总结8.3 中国网络购物行业政策（Policy）环境分析8.3.1 国家层面网络购物行业政策规划汇总及解读1、国家层面网络购物行业政策汇总及解读2、国家层面网络购物行业规划汇总及解读8.3.2 31省市网络购物行业政策规划汇总及解读1、31省市网络购物行业政策规划汇总2、31省市网络购物行业发展目标解读8.3.3 国家重点规划/政策对网络购物行业发展的影响1、国家“十四五”规划对网络购物行业发展的影响2、《质量强国建设纲要》对网络购物行业发展的影响8.3.4 政策环境对网络购物行业发展的影响总结8.4 中国网络购物行业SWOT分析第9章：中国网络购物行业市场前景及发展趋势分析9.1 中国网络购物行业发展潜力评估9.2 中国网络购物行业未来关键增长点分析9.2.1 跨境电商业务9.2.2 社交电商/下沉市场9.2.3 人工智能技术深入应用9.3 中国网络购物行业发展前景预测9.4 中国网络购物行业发展趋势预判9.4.1 市场规模扩大9.4.2 新兴业态多元发展9.4.3 产业环境不断优化第10章：中国网络购物行业投资战略规划策略及建议10.1 中国网络购物行业进入与退出壁垒10.1.1 网络购物行业进入壁垒分析1、资金/技术壁垒2、品牌壁垒3、监管壁垒10.1.2 网络购物行业退出壁垒分析10.2 中国网络购物行业投资风险预警10.2.1 市场竞争风险10.2.2 物流和服务质量风险10.2.3 政策风险10.3 中国网络购物行业投资机会分析10.3.1 产业链薄弱环节投资机会10.3.2 优势细分领域投资机会10.3.3 重点区域市场投资机会10.3.4 产业空白的投资机会10.4 中国网络购物行业投资价值评估10.5 中国网络购物行业投资策略与建议图表目录图表1：网络购物的性质与特征图表2：本报告研究领域所处行业图表3：网络购物术语图表4：网络购物概念辨析图表5：网络购物行业分类图表6：本报告研究范围界定图表7：中国网络购物行业监管体系结构图图表8：中国网络购物行业主管部门图表9：中国网络购物行业自律组织图表10：截至2023年中国网络购物行业标准体系建设（单位：项，%）图表11：截至2023年中国网络购物行业重点现行国家标准图表12：截至2023年中国网络购物行业重点现行行业标准图表13：截至2023年中国网络购物行业重点现行国家标准图表14：中国网络购物行业重点标准解读图表15：本报告数据资料来源汇总图表16：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明图表17：全球网络购物行业发展历程图表18：2020-2022年全球网购人数规模（单位：亿）图表19：2022年全球各区域网络购物普及率（单位：%）图表20：2022年全球各地区移动终端销售占比（单位：%）图表21：2022年全球细分品类网购平台月度访问量排名（单位：亿次）图表22：2023年全球网络购物行业头部企业排名（按市值）（单位：亿美元）图表23：2022年全球网络购物行业市场集中度（按企业销售额）（单位：%）图表24：2010-2022年全球网络购物行业兼并收购规模（单位：

件，亿元) 图表25：截至2023年全球网络购物行业重点兼并收购事件梳理(单位：%，亿美元) 图表26：2022年全球网络购物行业区域市场规模格局(单位：亿美元) 图表27：2022年全球网络购物行业市场增速TOP10国家(单位：%) 图表28：2022年全球网络购物行业TOP企业区域分布图 图表29：2014-2022年美国网络购物行业(零售电商)市场规模及增速(单位：十亿美元，%) 图表30：2018-2022年美国网络购物行业用户规模(单位：百万用户) 图表31：2022年美国用户网络购物产品类型(单位：%) 图表32：2022年美国网络购物行业头部企业市场占有率(单位：%) 图表33：2019-2022年东南亚地区网络购物行业(零售电商)市场规模及增速(单位：十亿美元，%) 图表34：2022-2025年东南亚地区分国家网购市场规模(单位：十亿美元) 图表35：2022年东南亚地区Z世代购买产品类型(分国家)(单位：%) 图表36：2023年东南亚地区主流网络购物平台月度用户访问量(单位：百万用户) 图表37：国外网络购物发展经验借鉴 图表38：2014-2022年全球网络购物行业(零售电商)市场规模及增速(单位：十亿美元，%) 图表39：2024-2030年全球网络购物行业(零售电商)市场前景预测(单位：十亿美元) 图表40：2022年全球分地区网购人数增长率(单位：%) 图表41：2023年跨境电商卖家运营策略调整方向(单位：%) 图表42：人工智能技术在网购行业主要应用 图表43：中国网络购物行业发展历程 图表44：2019-2023财年中国网络购物行业代表性企业研发投入规模(单位：亿元) 图表45：2019-2023财年中国网络购物行业代表性企业研发强度(单位：%) 图表46：2010-2022年中国网络购物行业专利申请(单位：项) 图表47：2010-2022年中国网络购物行业专利公开(单位：项) 图表48：截至2023年5月中国网络购物行业热门申请人(单位：项) 图表49：截至2022年12月中国网络购物行业热门技术(单位：项，%) 图表50：网络购物行业关键技术概括 图表51：支付结算技术在网购平台中的应用 图表52：智能物流主要技术 图表53：大数据和人工智能技术在网购行业中的应用 图表54：安全保障技术在网购行业中的应用 图表55：2019-2022年中国跨境电商进出口规模(单位：万亿元) 图表56：2022年中国跨境电商进出口结构(单位：万亿元，%) 图表57：2020-2022年中国跨境电商进口交易额同比增速(单位：%) 图表58：2020-2022年中国跨境电商出口交易额同比增速(单位：%) 图表59：2015-2022年中国网络购物用户规模及增速(单位：亿人，%) 图表60：2015-2023年中国网上零售额规模及市场增速(单位：万亿元，%) 图表61：受访者对网购存在问题的评价(单位：%) 图表62：2022年中国用户网购到假货情况(单位：%) 图表63：中国网络购物行业竞争者入场进程(单位：万元) 图表64：2022年网络购物行业竞争者区域分布热力图 图表65：中国网络购物行业主要企业发展战略强度判定 图表66：网络购物企业战略集群状况-按品类划分 图表67：2022年网络购物企业竞争梯队-按总资产(单位：亿元) 图表68：2022年中国网络购物行业市场份额情况-按营业收入(单位：%) 图表69：2022年中国网络购物市场集中度-按营业收入(单位：%) 图表70：2022年网络购物行业全球市场参与状况(单位：亿元，%) 图表71：中国网络购物行业供应商的议价能力 图表72：网络购物行业消费者的议价能力 图表73：网络购物行业新进入者威胁 图表74：中国网络购物行业现有竞争者分析 图表75：中国网络购物行业五力竞争综合分析 图表76：中国网络购物行业资金来源汇总 图表77：网络购物行业投融资主体构成 图表78：2023年中国网络购物行业部分投融资事件汇总(单位：万元，万欧元，万美元) 图表79：2018-2023年中国网络购物行业投融资数量及金额(单位：起，亿元) 图表80：2018-2023年中国网络购物融资轮次分布-按事件数量(单位：%) 图表81：2018-2023年中国网络购物融资行业分布-按事件数量(单位：%) 图表82：中国网络购物行业兼并与重组的动因 图表83：2023年中国网络购物行业部分兼并重组事件汇总(单位：万元，亿元) 图表84：2023年中国网络购物行业IPO事件汇总(单位：亿港元，亿元，万美元) 图表85：2018-2023年中国网络购物行业IPO事件数量(单位：起) 图表86：2021.12-2022.12中国互联网基础资源对比(单位：个，块/32，亿，万个，亿个，万公里) 图表87：2017-2022年中国IPv6地址数量及同比增速(单位：块/32，%) 图表88：2019-2022年中国IPv6活跃用户数(单位：亿) 图表89：2017-2022年中国IPv4地址数量及同比增速(单位：万个，%) 图表90：截至2022年12月中国分类域名数(单位：个，%) 图表91：截至2022年12月中国分类CN域名数(单位：个，%) 图表92：2017-2022年中国移动电话基站数量及同比增速(单位：万个，%) 图表93：2017-2022年中国互联网宽带接入端口数量及同比增速(单位：亿个，%) 图表94：2017-2022年中国光缆线路总长度及同比增速(单位：万公里，%) 图表95：2017-2022年中国网站数量及同比增速(单位：万个) 图表96：2017-2022年中国“.CN”下网站数量及同比增速(单位：万公里，%) 图表97：2017-2022年中国网页数量及同比增速(单位：亿个，%) 图表98：2021.12-2022.12中国网页数量、分类及长度(单位：个，%，KB) 图表99：2017-2022年中国移动互联网接入流量及同比增速(单位：亿GB，%) 图表100：2017-2022年中国网民规模及互联网普及率(单位：万人，%) 图表101：2017-2022年中国手机网民规模及其占整体网民比例(单位：万人，%) 图表102：2021-2022年中国网民城乡结构(单位：%) 图表103：2017-2022年中国城乡地区互联网普及率(单位：%) 图表104：2022年中国非网民城乡结构(单位：%) 图表105：2022年中国非网民年龄结构(单位：%) 图表106：2022年中国非网民不上网带来的生活不便(单位：%) 图表107：2021-2022年

中国互联网接入设备使用情况（单位：%）图表108：2017-2022年中国网民人均每周上网时长（单位：小时）图表109：2017-2022年中国固定互联网宽带接入用户数及同比增速（单位：亿户，%）图表110：2017-2022年中国100Mbps及以上固定互联网宽带接入用户占比（单位：%）图表111：2020-2022年中国1000Mbps及以上固定互联网宽带接入用户数（单位：万户）图表112：2019-2022年中国蜂窝物联网终端用户数（单位：亿户）图表113：截至2022年12月中国网民性别结构（单位：%）图表114：截至2022年12月中国网民年龄结构（单位：%）图表115：2013-2022年中国规模以上互联网和相关服务企业业务收入及同比增速（单位：亿元，%）图表116：中国互联网行业市场竞争趋势分析图表117：中国互联网行业技术创新趋势分析图表118：中国互联网行业细分人群发展趋势分析图表119：2017-2022年中国网络支付用户规模及使用率（单位：万人，%）图表120：2022年中国第三方支付TOP30品牌名单