

2024-2030年中国网上购物 行业发展趋势与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国网上购物行业发展趋势与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202402/442048.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

网购增加部分用户生活消费支出，数据显示，47.2%的用户认为网购增加了其生活消费支出，较上年提高5.4个百分点。其中，认为明显增加（增加20%以上）的占11.7%，认为有所增加（增加20%以内）的占35.5%。

分析发现女性和高学历群体受网购影响更大。女性网购用户认为网购增加其生活消费支出的人数占比为50.0%，比男性高8.3个百分点；学历为硕士及以上的用户认为网购增加其生活消费支出的人数占比为53.7%，比学历为高中的用户高16.2个百分点。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网上购物行业发展趋势与投资战略报告》共十五章。首先介绍了中国网上购物行业市场发展环境、网上购物整体运行态势等，接着分析了中国网上购物行业市场运行的现状，然后介绍了网上购物市场竞争格局。随后，报告对网上购物做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网上购物行业发展趋势与投资预测。您若想对网上购物产业有个系统的了解或者想投资中国网上购物行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2022年中国网上购物行业发展概述

第一节 网上购物行业发展现状

一、网上购物行业概念

二、网上购物行业特性及在国民经济中的地位

第二节 网上购物行业供求情况

一、网上购物行业需求情况

二、网上购物行业市场规模

第三节 2024-2030年中国网上购物行业发展趋势分析

一、网上购物行业发展趋势

二、网上购物市场规模预测

三、网上购物行业应用趋势预测

四、网上购物细分市场发展趋势预测

第二章 2022年中国网上购物行业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、城乡居民收入增长分析
- 五、居民消费价格变化分析

第二节 网上购物行业政策环境分析

- 一、行业监管管理体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响

第三节 网上购物行业环境分析

- 一、行业发展概况
- 二、行业发展现状

第四节 网上购物行业社会环境发展分析

第三章 中国网上购物行业产业链分析

第一节 网上购物行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 网上购物上游行业分析

- 一、网上购物成本构成
- 二、2017-2022年上游行业发展现状
- 三、2024-2030年上游行业发展趋势
- 四、上游行业对网上购物行业的影响

第三节 网上购物下游行业分析

- 一、网上购物下游行业分布
- 二、2017-2022年下游行业发展现状
- 三、2024-2030年下游行业发展趋势
- 四、下游需求对网上购物行业的影响

第四章 网上购物市场分析

第一节 网上购物市场需求分析及预测

一、2022年网上购物市场需求分析

二、2024-2030年网上购物市场需求预测

第二节 网上购物行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五章 2022年中国网上购物行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对网上购物行业的影响

第三节 主要网上购物企业渠道策略研究

第六章 2022年中国网上购物行业发展分析

第一节 中国网上购物行业发展现状

第二节 网上购物行业特点分析

第三节 网上购物行业发展趋势分析

第七章 2022年中国网上购物所属行业供需情况及集中度分析

第一节 网上购物行业发展状况

2022年Q4中国网络购物市场移动端占比达85.9%，移动电商用户体量趋于饱和，中国网络购物市场移动端渗透已经基本完成，成为消费者进行网络购物最主要的渠道。相比于2018年第四季度，2022年第四季度的移动端下沉市场的用户比例有所上升，达到51.2%；且移动电商对24岁以下群体与40岁以上群体的渗透率有所提升，中间年龄段的用户群体渗透率有所下降。

一、网上购物行业市场供给分析

二、网上购物行业市场需求分析

三、网上购物行业市场规模分析

第二节 网上购物行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第八章 2022年中国网上购物所属行业运行状况分析

第一节 行业市场概况

第二节 行业现行情况分析

第三节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第九章 2022年中国网上购物所属行业主要数据监测分析

第一节 网上购物所属行业总体数据分析

第二节 网上购物所属行业不同规模企业数据分析

第三节 网上购物所属行业不同所有制企业数据分析

第十章 2022年中国网上购物行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、网上购物行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、网上购物行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、网上购物行业SWOT分析

- 1、网上购物行业优势分析
- 2、网上购物行业劣势分析
- 3、网上购物行业机会分析
- 4、网上购物行业分析

第二节 网上购物行业竞争格局综述

一、网上购物行业竞争概况

- 1、网上购物行业竞争格局
- 2、网上购物业未来竞争格局和特点
- 3、网上购物市场进入及竞争对手分析

二、网上购物行业竞争力分析

- 1、网上购物行业竞争力剖析
- 2、网上购物企业市场竞争的优势
- 3、国内网上购物企业竞争能力提升途径

三、网上购物（服务）竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第十一章中国网上购物主要企业发展概述

第一节 阿里巴巴集团控股有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、公司发展战略与规划

第二节 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第三节 苏宁易购集团股份有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第四节 广州唯品会信息科技有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第五节 国美控股集团有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第十二章 2024-2030年网上购物行业发展前景预测分析

第一节 网上购物行业未来发展预测分析

一、网上购物行业发展方向及投资机会分析

二、网上购物行业发展规模分析

三、网上购物行业发展趋势分析

四、网上购物行业整体规划及预测

第二节 网上购物行业供需预测

一、网上购物行业供给预测

二、网上购物行业需求预测

第十三章 2024-2030年中国网上购物行业投资风险预警

第一节 网上购物风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 网上购物行业发展中存在的问题

第三节 针对网上购物不同企业的投资建议

一、网上购物总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 网上购物投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十四章 2024-2030年中国网上购物行业发展策略分析

第一节 网上购物企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 网上购物企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 网上购物企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、竞争战略规划

第四节 网上购物企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 网上购物行业研究结论及建议

第二节 网上购物子行业研究结论及建议

第三节 网上购物行业发展建议

- 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：网上购物行业渠道格局分析

图表：网上购物所属行业生命周期判断

图表：网上购物行业销售渠道控制五力模型

图表：中国网上购物行业产业链

图表：中国网上购物行业市场结构分析

图表：中国网上购物行业竞争群组分析

图表：中国网上购物行业需求集中度分析

图表：中国网上购物行业区域市场分布情况

图表：2017-2022年网上购物行业市场供给

图表：2017-2022年网上购物行业市场需求

图表：2017-2022年网上购物行业市场规模

图表：2017-2022年中国网上购物行业供需平衡分析

图表：2017-2022年中国网上购物行业市场规模分析

图表：2017-2022年网上购物行业市场规模及增速

图表：2017-2022年中国网上购物所属行业全部企业数据分析

图表：2017-2022年中国网上购物所属行业不同规模企业数据分析

图表：2017-2022年中国网上购物所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2024-2030年中国网上购物行业供给预测

图表：2024-2030年中国网上购物行业需求预测

图表：2024-2030年中国网上购物行业供需平衡预测

图表：2024-2030年中国网上购物行业市场规模预测

图表：2024-2030年中国网上购物行业市场规模预测

图表：2024-2030年网上购物行业市场规模及增速预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/442048.html>