

# 2024-2030年中国网络购物 平台市场深度评估与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国网络购物平台市场深度评估与市场供需预测报告》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/202402/442035.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

2020年中国网购用户数量将达6.59亿人，网购渗透率将达79.5%，交易金额将达6.82万亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网络购物平台市场深度评估与市场供需预测报告》共十一章。首先介绍了中国网络购物平台行业市场发展环境、网络购物平台整体运行态势等，接着分析了中国网络购物平台行业市场运行的现状，然后介绍了网络购物平台市场竞争格局。随后，报告对网络购物平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络购物平台行业发展趋势与投资预测。您若想对网络购物平台产业有个系统的了解或者想投资中国网络购物平台行业，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：

### 第一部分 网络购物平台行业特性研究

#### 第一章 网络购物平台行业概述

##### 第一节 网络购物平台行业概述

###### 一、网络购物平台行业定义

###### 二、网络购物平台行业产品分类

###### 三、网络购物平台行业产品特性

##### 第二节 网络购物平台行业属性及国民经济地位分析

###### 一、国民经济依赖性

###### 二、经济类型属性

###### 三、行业周期属性

###### 四、网络购物平台行业国民经济地位分析

##### 第三节 网络购物平台行业产业链模型分析

###### 一、产业链模型介绍

###### 二、网络购物平台行业产业链模型分析

### 第二章 2017-2022年中国网络购物平台产业运行环境分析

#### 第一节 2017-2022年中国网络购物平台产业经济发展环境分析

## 第二节 2017-2022年中国网络购物平台产业政策发展环境分析

### 一、网络购物平台产业相关政策及网络购物平台状况分析

### 二、网络购物平台进出口关税分析

### 三、产业生产标准分析

## 第三节 2017-2022年中国网络购物平台产业社会环境发展分析

### 一、人口环境分析

### 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、生态环境分析

### 五、中国城镇化率

### 六、居民的各种消费观念和习惯

## 第四节 2018-2022年中国网络购物平台产业技术环境发展分析

## 第二部分 网络购物平台行业发展现状研究

## 第三章 2022年中国网络购物行业运行新态势分析

### 第一节 2022年中国网络购物发展总况

2018年中国电商导购用户规模已达3.03亿人，预计2022年的用户规模将达到3.45亿人。随着导购电商平台的不断成熟以及消费升级，消费者对于导购电商平台的需求会更加多元化，更精细化的运营以及打造属于平台特色的核心竞争力将会是导购电商平台未来发展的方向。

#### 一、网络购物在发展回顾

#### 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 2022年中国网络购物市场发展规模

#### 一、中国网络购物用户规模

#### 二、中国网络购物交易规模

#### 三、c2c仍是中国用户首选网购站点

#### 四、b2c成为电子商务最主要投资行业

### 第三节 2022年中国网络购物市场分布

#### 一、地域分布

#### 二、年龄分布

### 第四节 2022年中国网络购物市场存在的问题

- 一、中国网络购物消费者权益问题
  - 二、中国网络购物安全问题
  - 三、中国网络购物的支付结算问题
  - 四、中国网络购物商家信誉的问题
  - 五、中国网络购物立法问题
- 第三部分 网络购物平台行业企业竞争力分析

#### 第四章 2022年中国c2c类购物网站运行透析

##### 第一节 淘宝

- 一、网站介绍
- 二、淘宝商城介绍
- 三、经营情况分析
- 四、优劣势分析
- 五、淘宝战略

##### 第二节 易趣

- 一、网站介绍
- 二、易趣免费牌奏效关键指标月内涨三成
- 三、竞争优势分析

##### 第三节 拍拍网

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、网站竞争优劣势分析

##### 第四节 百度“有啊”

- 一、网站介绍
- 二、网站竞争优劣势分析

#### 第五章 2022年中国综合类b2c购物网站运行分析

##### 第一节 当当网

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、竞争力分析

##### 第二节 卓越亚马逊

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、发展战略

### 第三节 红孩子

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、竞争力分析

## 第六章 2022年中国服装纺织类b2c购物网站运行分析

### 第一节 2022年中国服装类b2c网购市场概况

- 一、经济低迷难改服装电子商务强劲势头
- 二、影响网络购物用户购买服装商品的首要因素
- 三、中国服装网络购物增长速度
- 四、中国服装网络购物市场交易规模

### 第二节 vancl (凡客诚品)

- 一、网站介绍
- 二、物流状况分析
- 三、经营状况分析
- 四、发展战略

### 第三节 麦网

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、发展战略

### 第四节 梦露时尚网

- 一、网站介绍
- 二、网站运营模式
- 三、网站经营特色

### 第五节 masa maso (玛萨玛索)

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、竞争力分析

### 第六节 时尚起义

- 一、网站介绍
- 二、竞争力分析

## 第七章 2022年中国数码家电类b2c购物网站运营状况分析

### 第一节 2022年中国数码家电类b2c网购市场概况

- 一、家电网购成数码新品首发渠道
- 二、八成网民认可网购家电
- 三、用户网购过数码家电类产品占比

### 第二节 京东商城

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、竞争力分析
- 四、发展战略

### 第三节 新蛋网

- 一、网站介绍
- 二、竞争力分析
- 三、发展战略

### 第四节 世纪电器网

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、竞争力分析

### 第五节 易讯网

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析
- 三、最新动向

### 第六节 苏宁易购

- 一、网站介绍
- 二、经营状况分析

## 第八章 2022年中国其它类型b2c购物网站运行分析

### 第一节 99网上书城

- 一、网站介绍

二、经营状况分析

三、发展战略

四、竞争力分析

第二节 钻石小鸟

一、网站介绍

二、经营状况分析

三、竞争力分析

第四部分 网络购物平台未来市场前景展望、投资策略、商业模式研究

第九章 2024-2030年中国网络购物平台投资风险预测分析

第一节 2024-2030年网络购物平台政策和体制风险预测分析

第二节 2024-2030年网络购物平台市场竞争风险预测分析

第三节 2024-2030年网络购物平台技术发展风险预测分析

第四节 2024-2030年网络购物平台经营管理风险预测分析

第五节 2024-2030年网络购物平台投资风险分析预测

第六节 网络购物平台其它风险预测分析

第十章 2024-2030年中国网络购物市场的前景趋势预测

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分析

四、2022年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预测

一、中国网络购物的发展趋势预测分析

二、中国网络购物模式发展的融合趋势预测分析

三、中国网络购物行为未来发展七大趋势预测分析

四、b2c将成为未来网络购物市场的主趋势预测分析

五、网上百货商城还有很大的发展空间

六、b2c电子商务市场竞争将更加分散

七、购物搜索将成为网络购物的重要角色

八、b2c企业的物流渠道建设将逐步好转



## 第十一章 2024-2030年网络购物平台投资价值分析

### 第一节 网络购物平台发展的有利因素与不利因素分析

### 第二节 网络购物平台发展的空白点分析

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素

### 第五节 营销分析与营销模式推荐

### 第六节 观点

### 图表目录

图表 2017-2022年中国gdp总量及增长趋势图

图表 2022年中国月度cpi、ppi指数走势图

图表 2017-2022年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2017-2022年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2017-2022年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2017-2022年年我国工业增加值增速统计

图表 2017-2022年我国全社会固定资产投资额走势图

图表 2017-2022年我国财政收入支出走势图&emsp;单位：亿元

图表 2017-2022年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2017-2022年我国货物进出口总额走势图

图表 2017-2022年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2017-2022年我国人口及其自然增长率变化状况分析

图表 各年龄段人口比重变化状况分析

图表 2017-2022年中国网民规模增长趋势图

图表 中国网络购物用户职业分布情况分析

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 中国网络购物用户网购网站类型

图表 中国网络购物买家交易考虑因素

图表 2022年度购物用户在各购物网站上的分布

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状况分析

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市场竞争情况分析

图表 中国c2c电子商务运营商交易额比重变化状况分析

图表 2022年中国两类网络购物平台用户访问频率分布图

图表 2022年中国两类网络购物平台用户月度总有效浏览时间 单位：万小时

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 中国网络购物买家再两类购物网站购买商品种类

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状况分析

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

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/442035.html>