

2025-2030年中国网络购物行业发展调研与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——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、网络购物专业术语
 - 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 本报告权威数据来源
- 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 网络购物行业科研投入
 - 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: 网络购物专业术语
- 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2024年中国网络购物行业标准体系建设 (单位: 项, %)
- 图表11: 截至2024年中国网络购物行业重点现行国家标准
- 图表12: 截至2024年中国网络购物行业重点现行行业标准
- 图表13: 截至2024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: 本报告权威数据资料来源汇总
- 图表16: 本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表17: 全球网络购物行业发展历程
- 图表18: 2020-2024年全球网购人数规模 (单位: 亿)
- 图表19: 2024年全球各区域网络购物普及率 (单位: %)
- 图表20: 2024年全球各地区移动终端销售占比 (单位: %)
- 图表21: 2024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: 2024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: 2024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: 2012-2024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2024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: 2024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: 2024年全球网络购物行业市场增速TOP10国家 (单位: %)
- 图表28: 2024年全球网络购物行业TOP企业区域分布
- 图表29: 2016-2024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: 2020-2024年美国网络购物行业用户规模 (单位: 百万用户)
- 图表31: 2024年美国用户网络购物产品类型 (单位: %)
- 图表32: 2024年美国网络购物行业头部企业市场占有率 (单位: %)
- 图表33: 2020-2024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: 2025-2030年东南亚地区分国家网购市场规模 (单位: 十亿美元)
- 图表35: 2024年东南亚地区Z世代购买产品类型 (分国家) (单位: %)
- 图表36: 2024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: 2016-2024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: 2025-2030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: 2024年全球分地区网购人数增长率(单位: %)
- 图表41: 2024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: 2020-2024年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: 2020-2024年财年中国网络购物行业代表性企业研发强度(单位: %)
- 图表46: 2012-2024年中国网络购物行业专利申请(单位: 项)
- 图表47: 2012-2024年中国网络购物行业专利公开(单位: 项)
- 图表48: 截至2024年中国网络购物行业热门申请人(单位: 项)
- 图表49: 截至2024年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: 2020-2024年中国跨境电商进出口规模(单位: 万亿元)
- 图表56: 2024年中国跨境电商进出口结构(单位: 万亿元, %)
- 图表57: 2020-2024年中国跨境电商进口交易额同比增速(单位: %)
- 图表58: 2020-2024年中国跨境电商出口交易额同比增速(单位: %)
- 图表59: 2017-2024年中国网络购物用户规模及增速(单位: 亿人, %)
- 图表60: 2016-2024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: 2024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: 2024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: 2024年网络购物企业竞争梯队-按总资产(单位: 亿元)
- 图表68: 2024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: 2024年中国网络购物市场集中度-按营业收入(单位: %)
- 图表70: 2024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: 2024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: 2019-2024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: 2019-2024年中国网络购物融资轮次分布-按事件数量(单位: %)
- 图表81: 2019-2024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: 2024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: 2024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: 2019-2024年中国网络购物行业IPO事件数量(单位: 起)
- 图表86: 2021-2024年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: 2019-2024年中国IPv6地址数量及同比增速(单位: 块/32, %)
- 图表88: 2020-2024年中国IPv6活跃用户数(单位: 亿)
- 图表89: 2019-2024年中国IPv4地址数量及同比增速(单位: 万个, %)
- 图表90: 截至2024年中国分类域名数(单位: 个, %)
- 图表91: 截至2024年中国分类CN域名数(单位: 个, %)
- 图表92: 2019-2024年中国移动电话基站数量及同比增速(单位: 万个, %)
- 图表93: 2019-2024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: 2019-2024年中国光缆线路总长度及同比增速(单位: 万公里, %)
- 图表95: 2019-2024年中国网站数量及同比增速(单位: 万个)
- 图表96: 2019-2024年中国“.CN”下网站数量及同比增速(单位: 万公里, %)
- 图表97: 2019-2024年中国网页数量及同比增速(单位: 亿个, %)
- 图表98: 2021-2024年中国网页数量、分类及长度(单位: 个, %, KB)

- 图表99: 2019-2024年中国移动互联网接入流量及同比增速 (单位: 亿GB, %)
- 图表100: 2019-2024年中国网民规模及互联网普及率 (单位: 万人, %)
- 图表101: 2019-2024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: 2021-2024年中国网民城乡结构 (单位: %)
- 图表103: 2019-2024年中国城乡地区互联网普及率 (单位: %)
- 图表104: 2024年中国非网民城乡结构 (单位: %)
- 图表105: 2024年中国非网民年龄结构 (单位: %)
- 图表106: 2024年中国非网民不上网带来的生活不便 (单位: %)
- 图表107: 2021-2024年中国互联网接入设备使用情况 (单位: %)
- 图表108: 2019-2024年中国网民人均每周上网时长 (单位: 小时)
- 图表109: 2019-2024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: 2019-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年中国蜂窝物联网终端用户数 (单位: 亿户)
- 图表113: 截至2024年中国网民性别结构 (单位: %)
- 图表114: 截至2024年中国网民年龄结构 (单位: %)
- 图表115: 2015-2024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: 2019-2024年中国网络支付用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表120: 2024年中国第三方支付TOP30品牌名单
- 略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!