

# 2024-2030年中国移动购物 APP用户行业发展趋势与产业竞争格局报告

## 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年中国移动购物APP用户行业发展趋势与产业竞争格局报告》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/202402/442058.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

中国互联网(China Internet Directindustry)是第一大网。网民人数最多，联网区域最广。但中国互联网整体发展时间短，网速可靠性、科技性则需更上一层楼。

中国互联网(China Internet Directindustry)是第一大网。网民人数最多，联网区域最广。但中国互联网整体发展时间短，网速可靠性、科技性则需更上一层楼。数字经济蓬勃发展，成为经济发展的新增长点。

近年来随着互联网技术的不断发展以及居民可支配收入稳定增长，使得线上购物成为中国网民不可或缺的消费渠道之一，网购用户规模稳定增长。网络购物持续助力消费市场蓬勃发展。

从年龄分组看，30-49岁的用户网购金额占比超6成。29岁及以下、30-39岁、40-49岁和50岁及以上的网购用户占比分别为20.3%、37.3%、22.6%和19.8%，网购金额占比分别为19.8%、46.3%、20.1%和13.8%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国移动购物APP用户行业发展趋势与产业竞争格局报告》共十章。首先介绍了中国移动购物APP用户行业市场发展环境、移动购物APP用户整体运行态势等，接着分析了中国移动购物APP用户行业市场运行的现状，然后介绍了移动购物APP用户市场竞争格局。随后，报告对移动购物APP用户做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动购物APP用户行业发展趋势与投资预测。您若想对移动购物APP用户产业有个系统的了解或者想投资中国移动购物APP用户行业，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 中国移动购物App用户基本属性

#### 1.1 移动购物App用户性别和年龄分布

#### 1.2 移动购物App用户学历分布

#### 1.3 移动购物App用户收入分布

### 第二章 中国移动购物用户上网行为分析

#### 2.1 移动购物用户使用手机系统分布

- 2.2 移动购物用户使用手机品牌和价格分布
- 2.3 移动购物用户使用手机上网频次和场合情况
- 2.4 移动购物用户使用手机上网最先进行的活动情况
- 2.5 移动购物用户使用手机和平板电脑最常进行的活动情况

### 第三章中国移动购物用户购物行为分析

- 3.1 移动设备用户使用移动购物情况
- 3.2 移动购物用户累计购物次数分布
- 3.3 移动购物用户累计购物金额分布
- 3.4 移动购物用户通过移动设备购买过的商品类型分布
- 3.5 移动购物用户使用移动设备购买过商品与服务的App或网站分布
- 3.6 移动购物App月均覆盖人数

### 第四章 中国移动购物用户购物偏好分析

- 4.1 移动购物用户购物时段分布
- 4.2 移动购物用户访问移动购物网站方式情况
- 4.3 移动购物用户下载移动客户端的渠道分布
- 4.4 移动购物用户最喜欢的查找商品的方式
- 4.5 移动购物用户常用的购物导航网站或App分布
- 4.6 移动购物用户最经常使用的支付方式分布
- 4.7 移动购物用户选择货到付款的首要理由分布
- 4.8 移动购物用户获取订单和跟踪信息的途径分布
- 4.9 移动购物用户决定选择移动购物网站或App的重要因素分布
- 4.10 移动购物用户对购物App的评价
- 4.11 移动购物用户使用PC端和移动端的购物情况
- 4.12 移动购物用户在移动设备商查询过商品信息后的做法
- 4.13 移动购物用户没有在移动设备上下单的原因
- 4.14 移动网民不使用移动购物的原因

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/442058.html>