

下沉市场消费者网购趋势洞察2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析





分析定义

- **下沉市场的定义：**市场人群主要面向在三线、四线、五线城市以及非线级的乡镇生活居民，也包括小部分生活在一二线城市中的低收入群体。



分析方法

- 问卷调查：2019年3月，对全国范围内1000份样本进行随机问卷调查。其中，一线二线城市434个样本，三线、四线及以下城市566个样本（不包括港澳台地区）。
- 问卷处理：分析内容中涉及指数部分的计算是采用消费者评分机制（对问题进行0-10分的打分），通过加权求平均的方式得出综合指数，指数越高代表消费者对该选项认可度越高，10代表认可度最高。







千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01  | 下沉市场用户的春天
- 02  | 下沉市场是你想象中的样子吗?
- 03  | 电商平台如何运营下沉市场?
- 04  | 电商下沉市场未来发展之道

PART 1



下沉市场用户的春天

© Analysys 易观

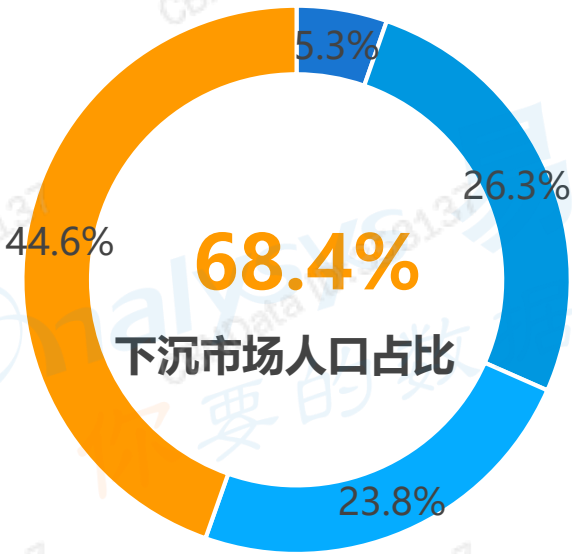
www.analysys.cn

下沉市场人口众多，增量空间亟待挖掘

- 据统计，2017年三线、四线城市以及非线级人口占比高达68.4%，庞大人口基数造就了难以想象的市场空间。而近年来更是出现了从一线城市向南部和中西部核心二线和三线城市人口回流现象，伴随着人口城镇化率的提高，下沉市场消费升级正在提速。

2017年全国各等级城市人口占比

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及其他城市

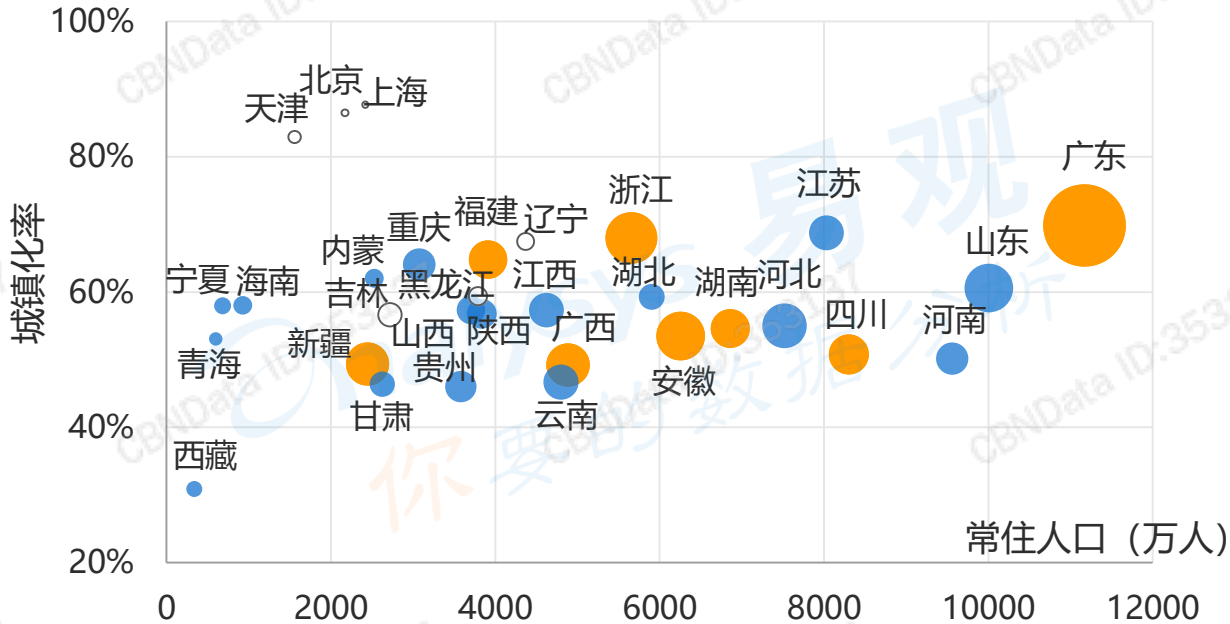


数据来源：城市统计公报，易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017年全国各省市人口数量、增量和城镇化率



注：气泡大小表示相对于2016年末的人口增量，空心气泡代表人口相对减少

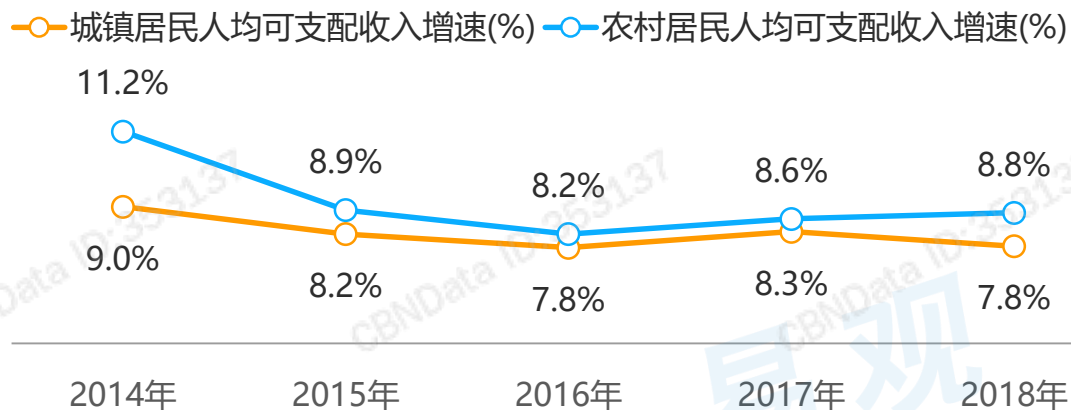
数据来源：城市统计公报，易观整理

© Analysys 易观

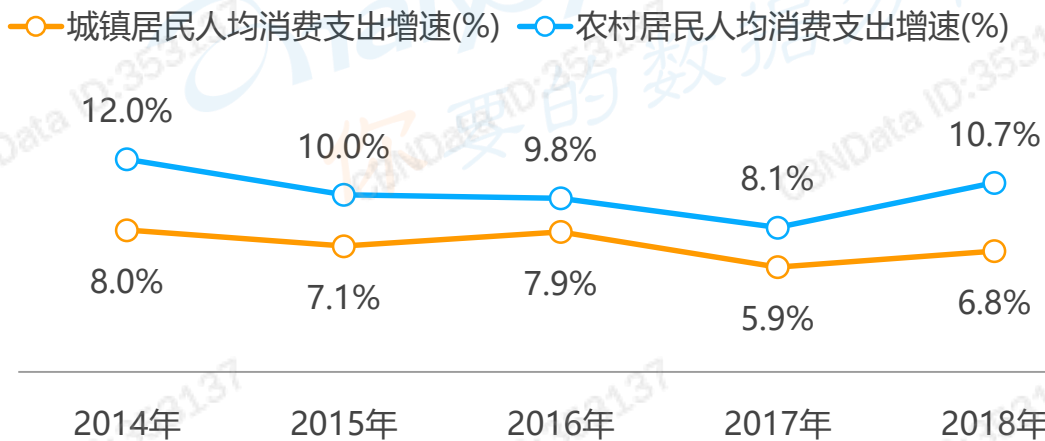
www.analysys.cn

下沉市场消费升级进程加速，消费信心增强，带来巨大发展机会

2014-2018年中国城乡居民人均可支配收入增速



2014-2018年中国城乡居民人均消费支出增速



数据来源：国家统计局，易观整理

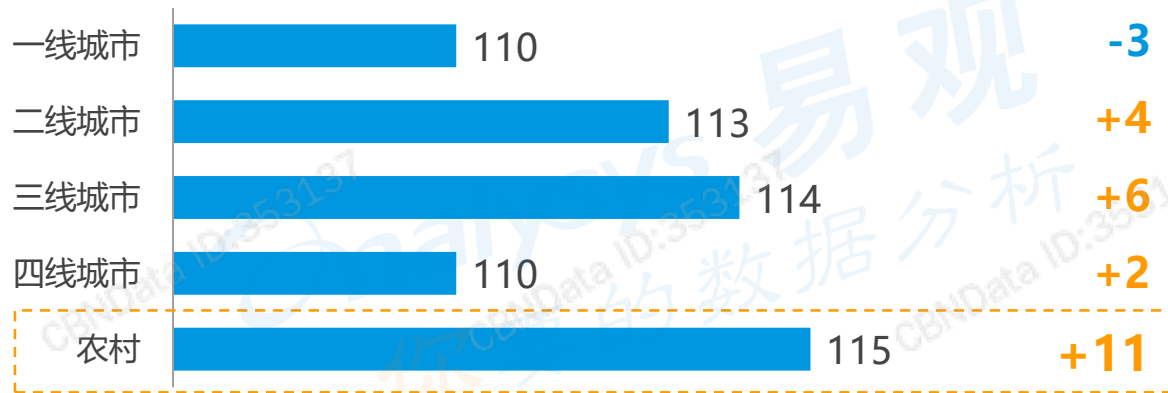
© Analysys 易观

www.analysys.cn

2019/4/2

数据驱动精益成长

2018年中国各城市级别消费信心指数 相较于2016年



数据来源：尼尔森《中国消费者信心指数报告》，易观整理

© Analysys 易观

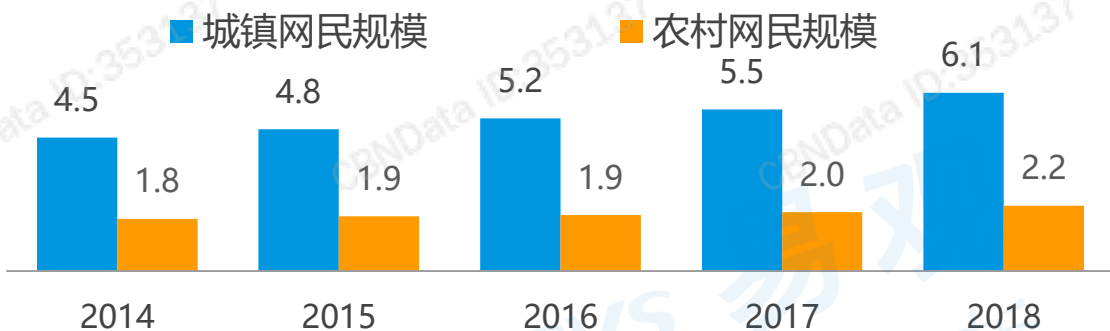
www.analysys.cn

- 虽然下沉市场人群的收入和消费绝对值不高，但增速优势明显。农村居民近两年的人均可支配收入增速均高于城镇居民，受此影响，农村居民消费支出增速也高于城镇居民。
- 三、四线城市慢节奏的生活环境和较低的生活压力，让他们往往拥有更为旺盛的消费意愿，甚至不输一、二线人群。从各城市级别消费信心指数看，二、三、四线城市消费信心指数均有提升，农村地区消费信心指数增长尤为突出。

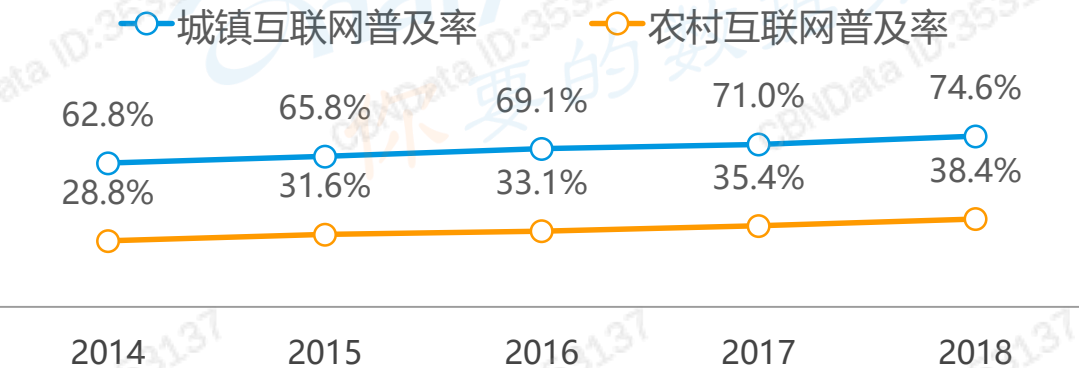
互联网普及奠定下沉市场网购基础，农村网络零售额不断攀升

- 伴随着城镇和农村市场互联网的快速普及，城镇和农村网民规模2018年分别达到6.07亿人和2.22亿人，同时随着网络扶贫、工业品下乡工作大力展开，农村市场的网络零售销售额也在不断攀升，2018年更是达到16233.2万亿。

2014-2018年城乡网民规模 (亿人)



2014-2018年中国城乡互联网普及率

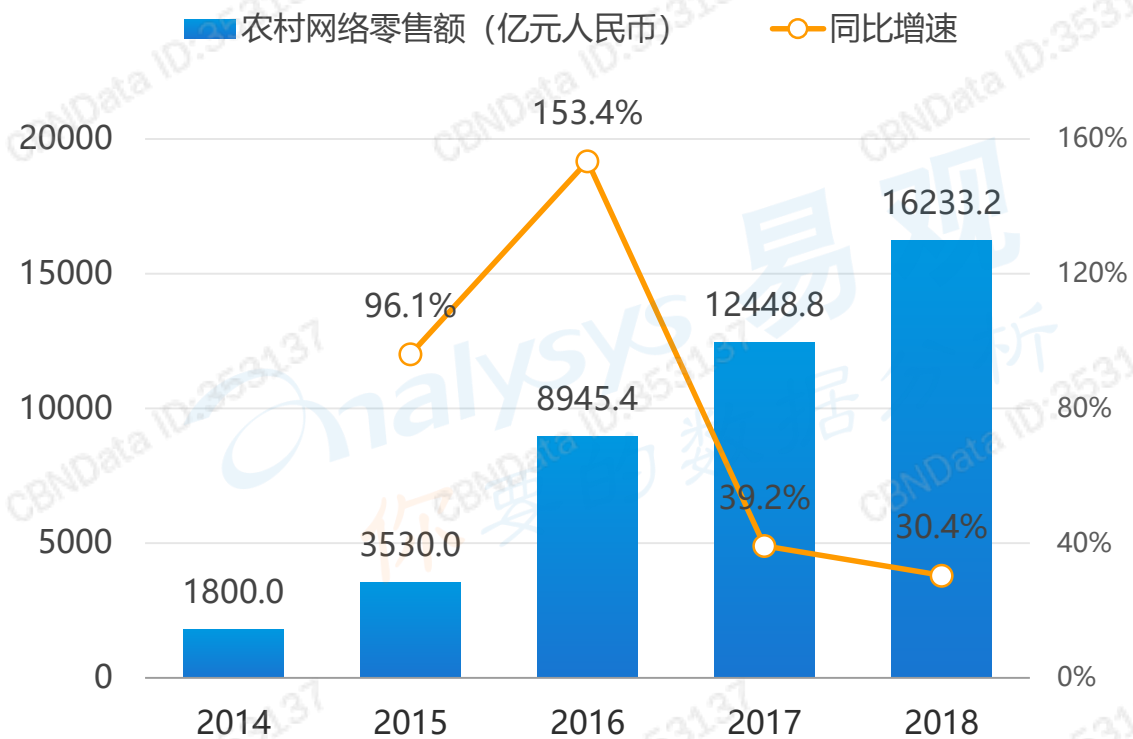


数据来源: CNNIC《中国互联网络发展状况统计报告》，易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2014-2018年农村网络零售额 (亿元人民币)



数据来源: 商务部, 易观整理

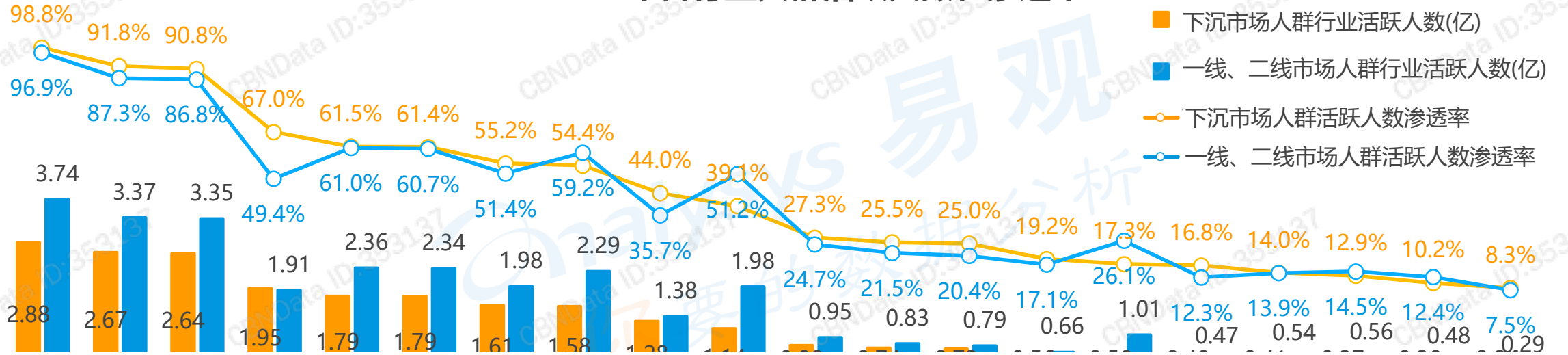
© Analysys 易观

www.analysys.cn

下沉市场移动活跃用户规模可观，娱乐资讯类渗透率高于一二线

- 在社交、资讯、视频、音乐、电商、支付、地图等领域下沉市场行业活跃用户规模与一、二线城市有一定差距。2019年下沉市场人群总量达到2.91亿人（安卓系统），其中，综合、特卖及社交电商领域的活跃人数总量为24364.1万，而其渗透率达分别为61.4%、14.0%、8.3%，下沉市场的消费潜力和移动购物能力稳步释放。

2019年各行业人群活跃人数和渗透率



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17061

