

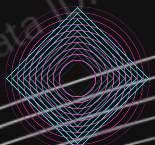


2017 中国互联网消费生态 大数据报告

CBNData

第一财经商业数据中心

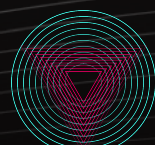
CONTENTS



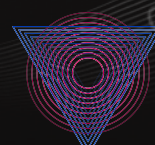
第一章：2017中国互联网消费生态发展概述



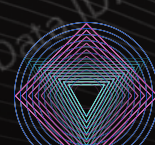
第二章：消费观升级



第三章：商业模式升级



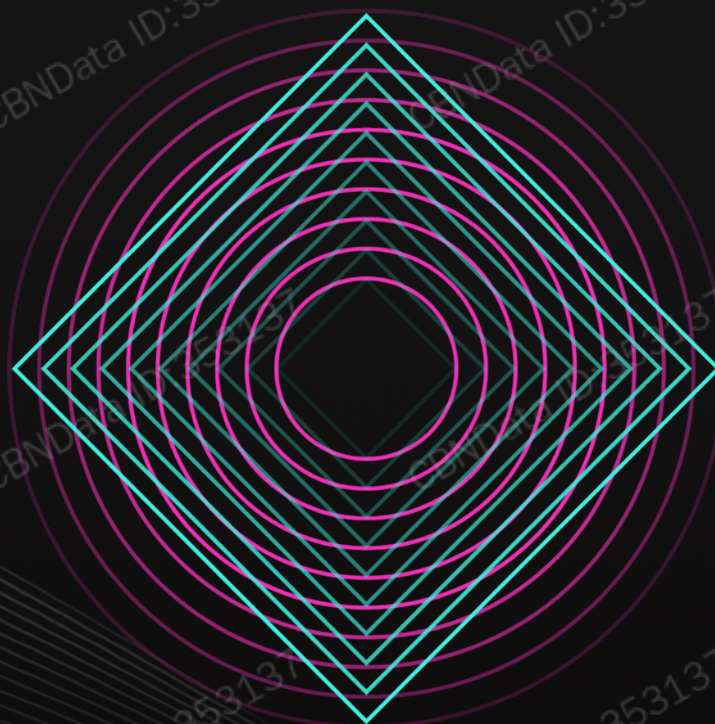
第四章：消费业态升级



第五章：总结与展望

报告综述

- **《2016 中国互联网消费生态大数据报告》**首次聚焦“互联网消费”，总结出2016年互联网消费生态的关键词——“便捷”与“品质”。一批创新型互联网企业通过降低门槛、整合资源、碎片化等形式为消费者提供了便捷化的服务，消费者对品质的追求，促使了定制化、专业化、体验化、高端化等方向的产品及服务升级。
- **《2017 中国互联网消费生态大数据报告》**围绕消费观念升级、商业模式变化、消费业态发展三个方面，对互联网消费生态重要现象与趋势做梳理与分析。
- **消费观念方面：**消费者需求进一步变化，从“买便宜的”到“买优质的”、从买“大众的”到买“小众的”、从买“商品”到买“服务”、从“拥有”物品到“共享”物品，从满足生活基本需求到生活方方面面的精致化升级，消费者的消费能力和消费理念都在发生着变化，“消费”的个性化复杂度不断提升；
- **商业模式方面：**三种模式不再有效：1) 单纯的商品推荐模式不再有效。随着供应商品的日益丰富，用户注意力正在变成稀缺资源，“内容+商品”组合模式成为吸引用户的“标配”方式；2) 单一渠道模式不再有效。随着线上流量红利的减弱，零售渠道销售模式开始变革，以“用户”为中心的全渠道模式逐渐成为零售的“标配”方向；3) 商家主导的商品生产不再有效。随着消费数据的不断沉淀，按需定制的“C2M”模式成为商品研发与商品新市场的“标配”模式；
- **行业发展方面：**人工智能等新技术在各领域的探索性应用大范围展开，尤其是医疗、金融、教育等传统行业，待解决的行业痛点多，智能化改造潜力巨大，智能产品的效果也开始得到用户认可，随着数据的积累以及使用场景的匹配磨合，新技术有望极大地提升这些行业的效率，甚至产生颠覆式的影响。



第一章 2017中国互联网消费生态发展概述

2017中国互联网消费生态发展七大趋势

一

消费结构进一步调整——服务型消费快速发展

二

线上线下消费渠道愈发融合，形成以“消费者”为核心的零售新生态

三

内容成为商品和消费者之间不可或缺的深度连接

四

共享模式继续发酵，不同领域发展阶段各异

五

“信用服务”成为消费生态的一个重要支撑

六

人工智能加速产业应用，切实进入到消费层面

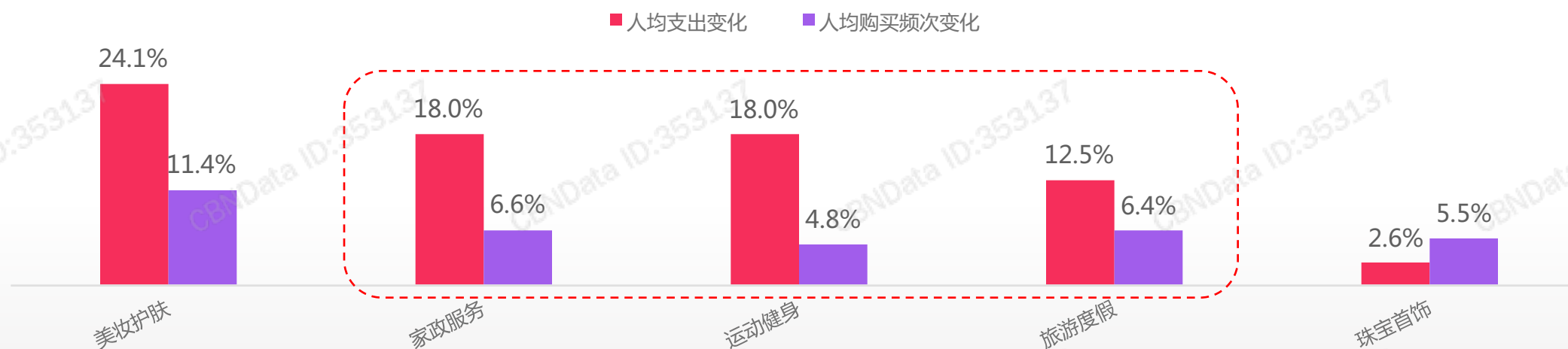
七

大数据优化消费体验——整合资源配置模式应用到更多消费领域

互联网消费生态发展特点一： 消费结构进一步调整——服务型消费快速发展

- 在人均收入水平提升、人口年龄结构变化、消费心理和习惯改变等多因素作用下，整体消费不断往“服务型消费”为主的结构调整；2017年，家政服务、运动健身、旅游等服务型消费均表现了较高的增速。其中，运动健身和旅游反映了消费者对于乐活型服务需求的增加，家政服务反映了消费者对于生活基本服务的专业外包趋势。

2015.10-2017.09
人均支出同比增速TOP5品类



数据来源：挖财

互联网消费生态发展特点二：

线上线下消费渠道边界愈发融合，形成以“消费者”为核心的零售新生态

- 传统场景下，线下商超、百货与线上消费完全割离，消费者消费受场所限制；
- 在科技支撑下，传统企业与线上企业各取所长、融合形成新的消费系统——以“消费者”为核心的全渠道服务模式，线上与线下数据打通，全方位还原用户画像以及消费行为，全面精准地满足消费需求。

传统零售

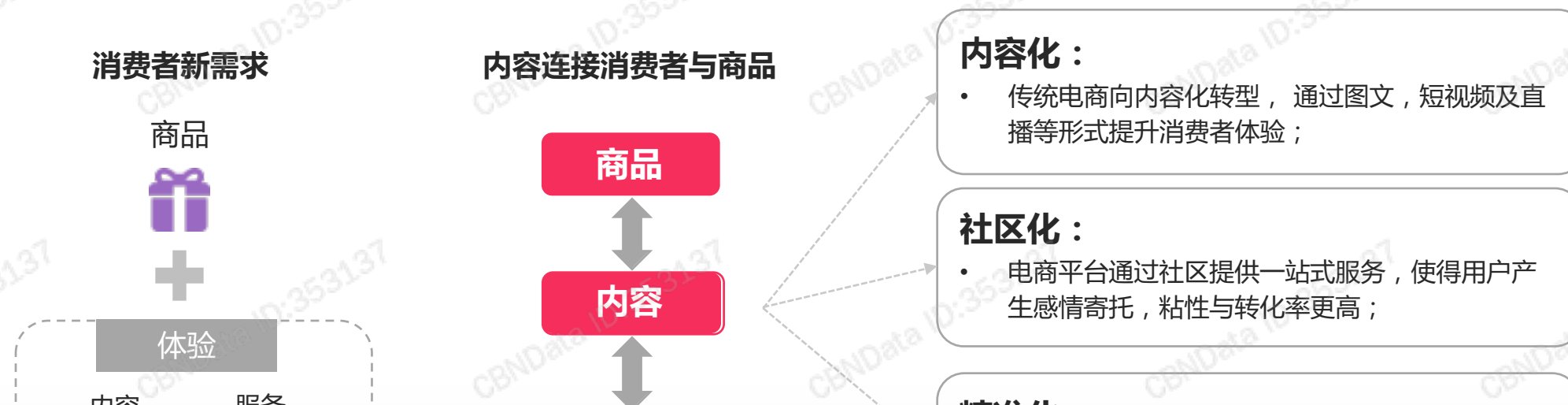
新零售：数据驱动、全渠道融合



数据来源：盒马鲜生

互联网消费生态发展特点三： 内容成为商品和消费者之间不可或缺的深度连接

- 由于消费者对“商品+服务+内容”模式一体化的消费新需求，内容与商品逐渐融合；
- 内容电商通过内容连接消费者和用户，实现转化率提升、电商导流和精准营销。



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_17247

