

《2016中国互联网消费生态大数据报告》

CBNDData

第一财经商业数据中心

2016
万有引力

第一财经数据盛典

CBNDData FIESTA

目录

中国互联网消费生态 消费者需求推动互联网消费发展

- 互联网消费需求的便捷与品质
 - 互联网消费的融合趋势
 - 趋势背后的消费人群画像

趋势背后-数据连接的价值

- 数据连接提升效率
- 数据连接还原完整价值

总结

中国互联网消费生态

现状：中国互联网消费市场已领先全球

预计2016年中国零售电子商务市场总额 **5.2万亿元**

预计中国零售电子商务市场占2016年全球市场份额的**47%**

已成为全球第一大零售电子商务市场，市场规模是排名第二的北美市场**2**倍多。

预计2016年中国零售电子商务市场占社会零售品总额**15.9%**，成为世界主要国家中电子商务渗透率最高国家。

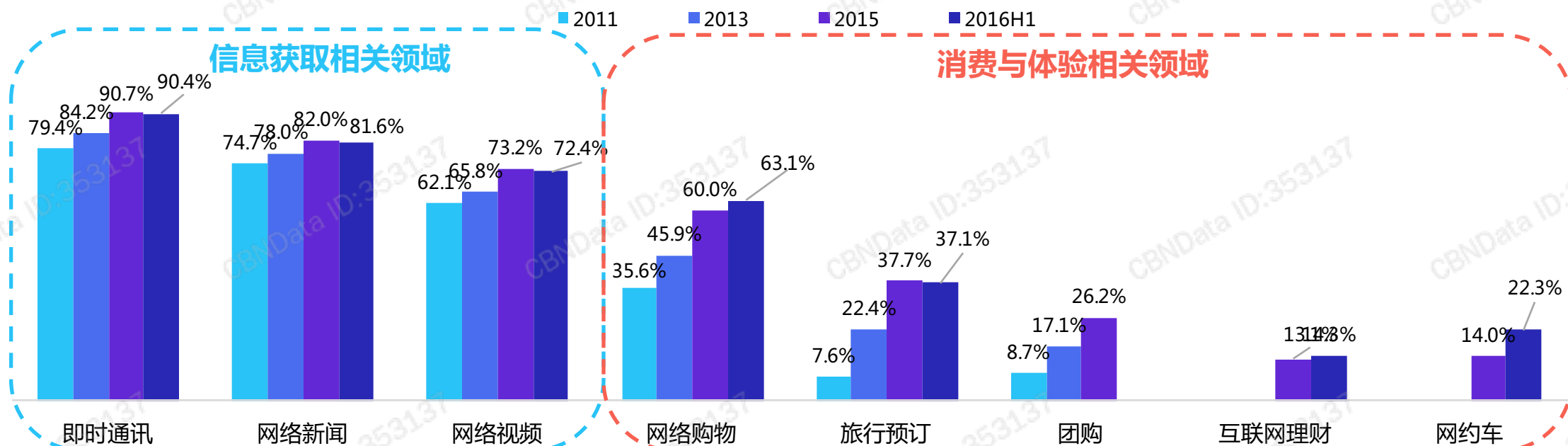
数据来源：中国电子商务研究中心, PwC

注：根据PwC报告《中国内地及香港零售及消费品行业的颠覆性变化》预测，2016年中国社会零售总额32.9万亿元，推算出中国零售电子商务市场的渗透率

互联网消费渗透路径：由信息获取转向消费与体验

- 随着互联网的渗透，网民对于互联网的应用从获取信息转向消费与体验领域，因此信息获取的互联网应用在5年内保持相对稳定的高人群渗透率，部分线下的消费部分转移到线上；
- 另一些因互联网而诞生的新消费领域在过去的5年间迅速积累大量新用户，成为新的应用增长点。

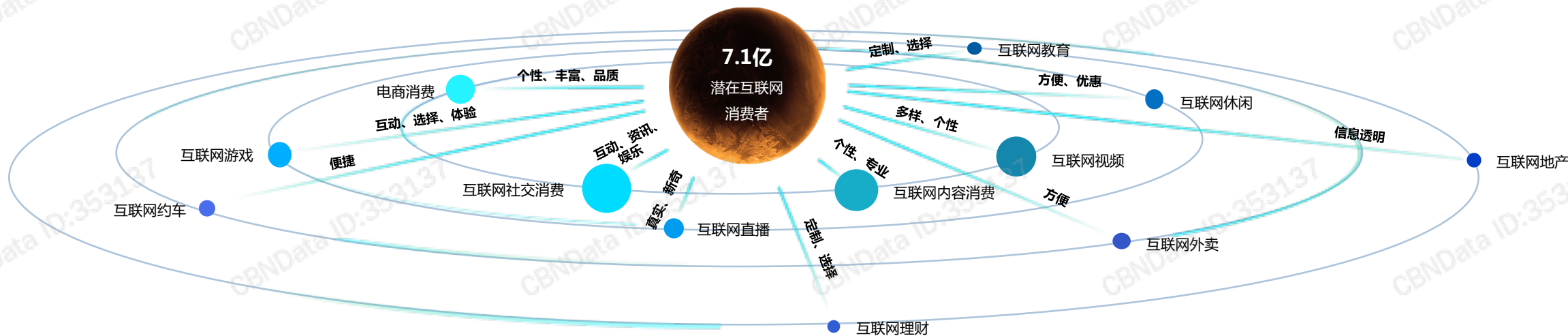
2011-2016H1 部分消费相关互联网应用的网民渗透率变化



数据来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计调查》

注：团购2015年后不作统计

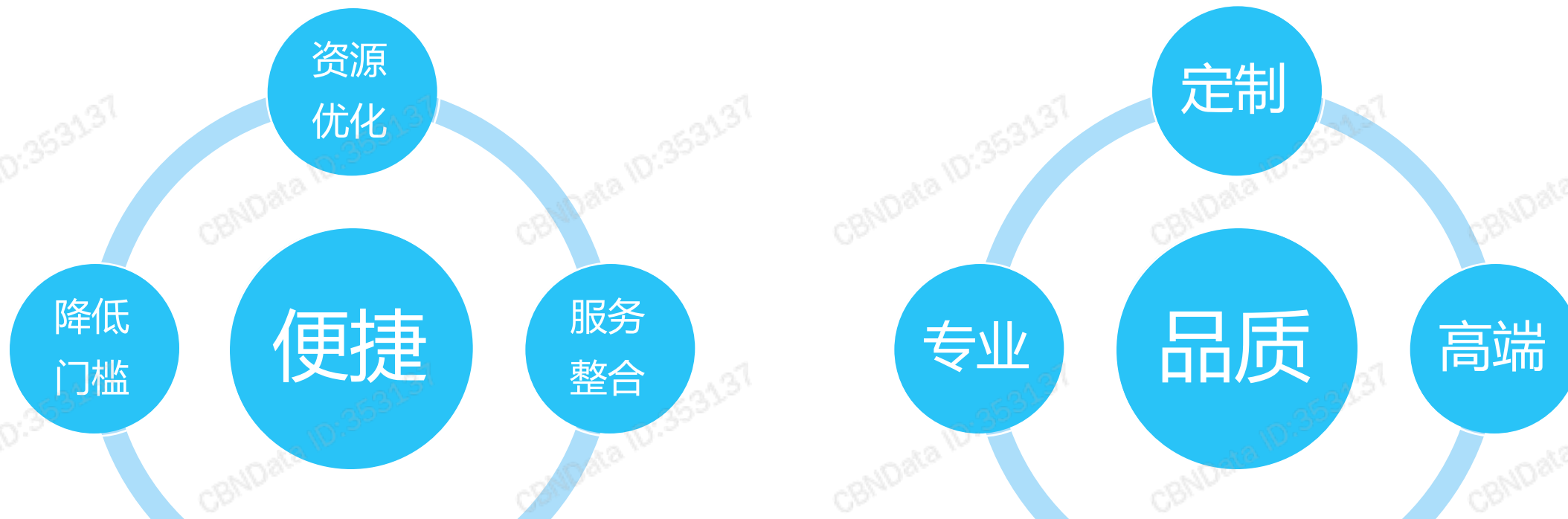
互联网消费生态：消费者需求成为互联网各消费领域运行的万有引力



资料来源：CNNIC，统计时间截止2016年6月，团购消费人数截止2015年12月。

消费者需求推动互联网消费发展

互联网消费围绕便捷与品质两大消费者需求发展



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_17277

