

中国

年货

大数据报告



 **Alibaba Group** **CBNData**
阿里巴巴集团 第一财经商业数据中心

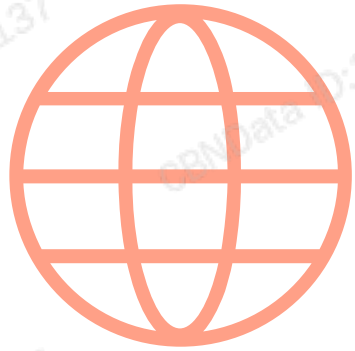
联合出品

阿里年货节 让春节更有味

- 春节是一年之中国人最重要的节日，而置办年货更是春节不可或缺的一环，年货饱含着人们对过去收获的喜悦，对未来的希望，对朋友的关心和对家人深深的爱.....
- 通过电子商务，无论身处农村还是城市，沿海还是内陆，国内还是国外，在家中还是在路上，消费者都能足不出户买到全球的优质品牌和大山里的土货特产，真正实现“洋货下乡，土货进城”。



1月17日-1月21日 阿里年货节 引爆春节消费市场



93个国家和地区的
650万种商品汇聚阿里年货节
216个国家和地区的消费者
在线置办年货



5天时间卖出
超过**21亿件**商品
相当于每个国人
购买**1.5件**年货



覆盖全国农村的12000多个
村淘点销量比平时增长**331%**
平均每笔订单为**262元**

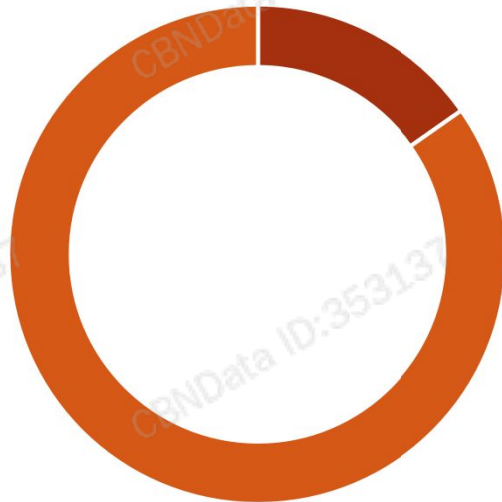
注：根据国家统计局数据，2015年末中国大陆（不包括港澳台和海外华侨）人口137462万人



报告概要

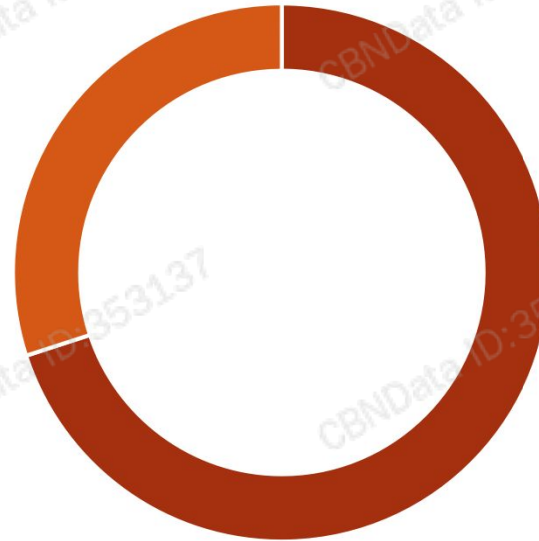


农村成交占比15%



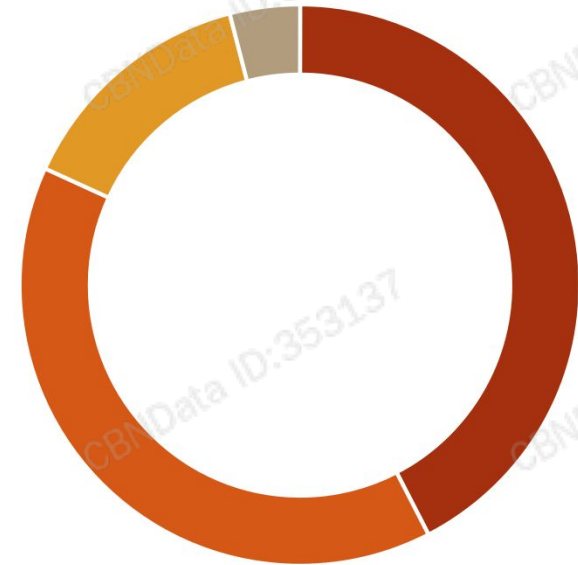
■ 农村 ■ 城市

移动端成交占比70%



■ 移动端 ■ PC端

年轻消费者为年货消费主力



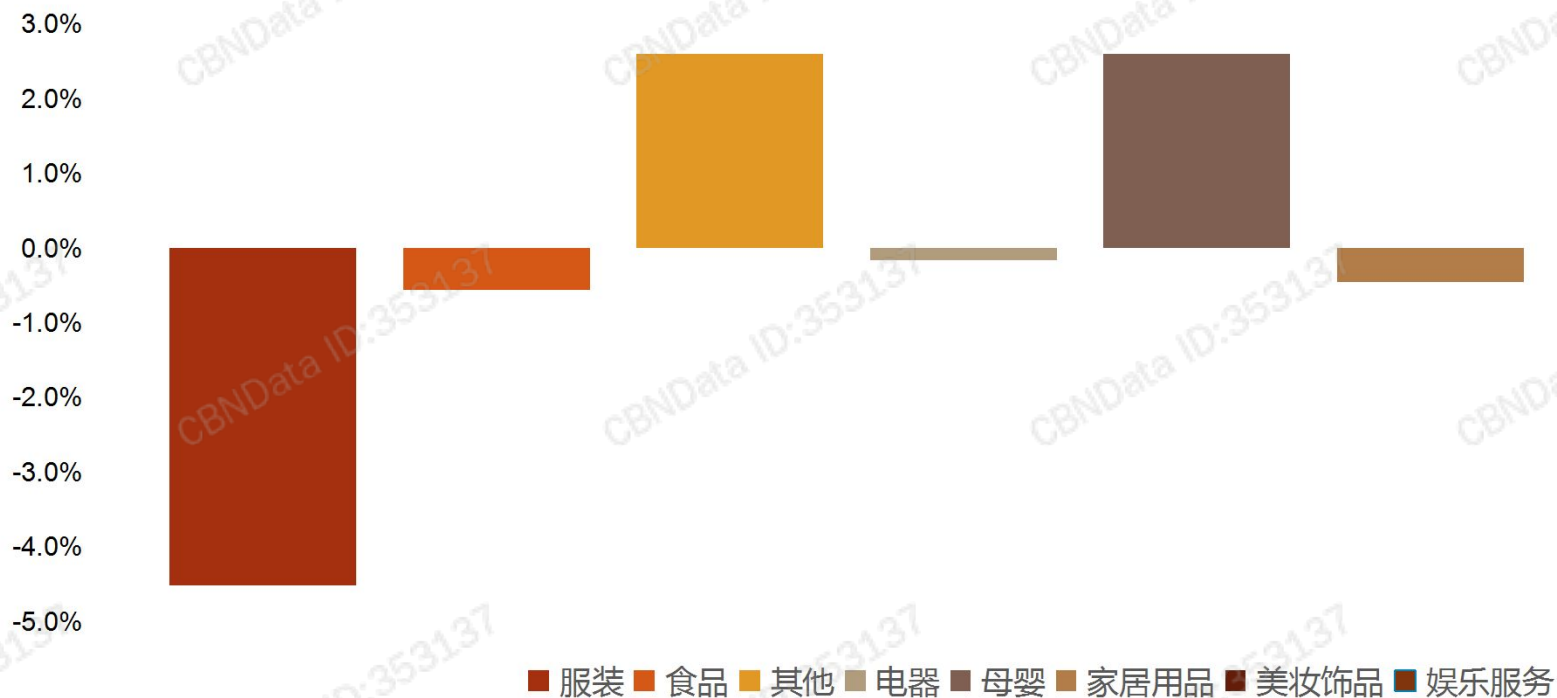
■ 90后 ■ 80后 ■ 70后 ■ 其他



服装和食品是重头 品类正在更丰富多元

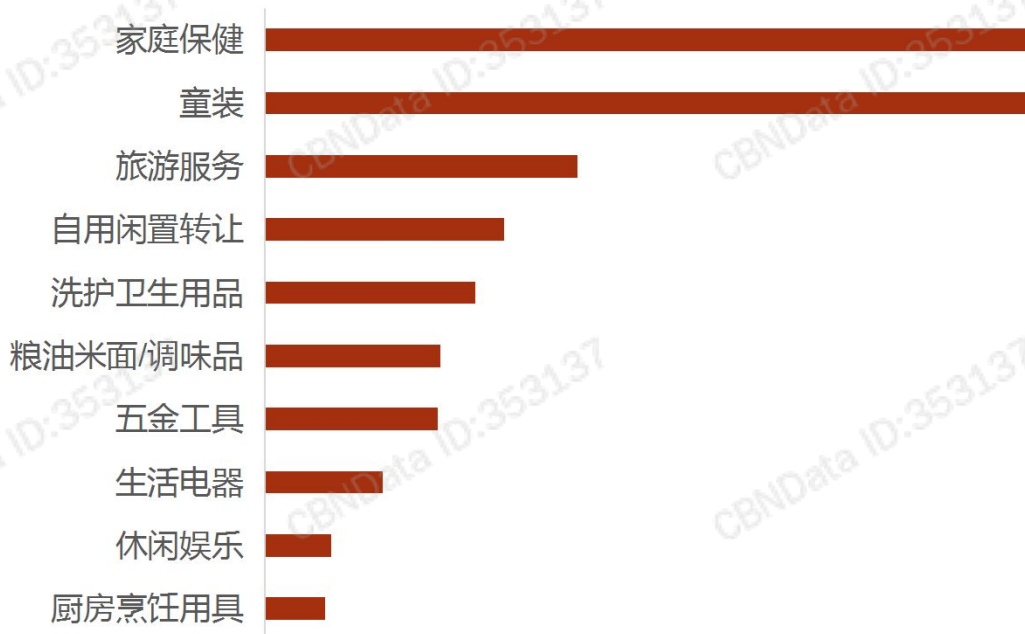
- 作为年货中规模最大的两个品类，食品和服装的占比逐年下滑，而一些新年货如母婴、娱乐服务的份额快速提升，反映出消费升级带来了年货消费理念的变化。

2016年货消费结构变化情况



家庭保健品增长快 休闲娱乐开始兴起

份额增长最快的年货品类



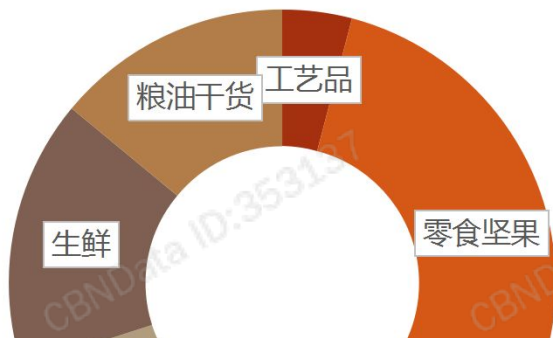
- 年货节期间，增长最快的品类中，家用保健品、五金工具、生活电器、厨房用具、洗护卫生用品均为居家日用品，说明家庭生活已经成为人们置办年货的核心场景
- 旅游服务和休闲娱乐等服务类年货兴起，反映出越来越多的中国人采取外出游玩和休闲娱乐等非传统的方式过年



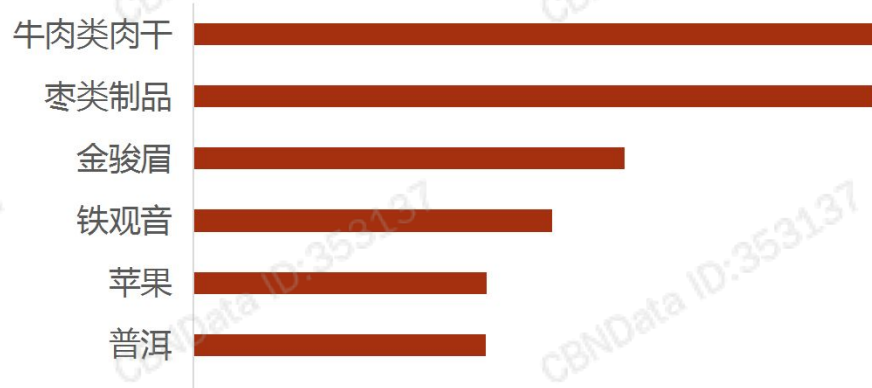
土货进城给城市消费者更多选择

- 电子商务在农村和城市消费者之间建立了一条快速通道，网购土特产年货成为城市消费者的新选择
- 特色土货中，食品占绝大部分份额，零食坚果和茶饮酒类是最受欢迎的土年货，土货的大量进城让城市消费者吃到更正宗的土货年味

土特产年货的销售额占比



热销土货排行



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_17328

