



2016 中国网络零售市场发展研究报告

目录

报告摘要	1
第一章 中国零售市场概况	2
1. 国际及国内网络零售市场发展状况	2
2. 网络零售市场机遇	10
第二章 消费者需求呈现新形态	17
1. 渠道数字化，网购社交化	17
2. 购买品质化，消费体验化	18
3. 消费个性化，支付移动化	20
第三章 零售业发展应对之道	22
1. 交互营销设计环节：线上线下一体化	22
2. 采购环节：深度协同内外供应链	25
3. 售后环节：积极开发完善最后一公里	28
第四章 资本融合助推企业发展	31
1. VC /PE 投资助力创新业务发展	31
2. 并购助力全产业链布局	35

报告摘要

消费者主导的营销时代来临

在互联网时代，中国零售市场也正由卖方市场向买方市场演变，消费者主导的营销时代已经来临。当前消费者行为和需求呈现出新的趋势和特点：1、渠道数字化，网购社交化。2、渠道购买品质化、消费体验化。3、行为个性化，支付移动化。

大型零售企业积极跨界构建消费者生态圈

大型零售巨头在巩固零售业务的同时，也在积极尝试多元化发展，并通过消费者的多角度覆盖来提高消费者渗透率。这种跨界也使得竞争从零售竞争扩展到了多场景消费者资源的抢占，金融、娱乐、本地服务、社交、物流等都成为消费者的入口，多元化竞争的格局正逐渐显现。

数字化是零售企业全渠道转型的核心

全渠道零售并非对零售业的渐进式调整，而是打通各渠道进行战略重组，通过数字化改造驱动购物场景、品类配置、物流仓储、服务体验等的革命性变革，需要战略、运营、具体执行等层面的协同配合。

供应链管理成为零售企业竞争力的关键

在当前的竞争形势下，为了更好地服务消费者和降低企业成本，行业巨头纷纷投入大量资本和人力提升供应链管理能力和不断加强物流、仓储、货源管理体系。对于跨境电商而言，海外物流效率也成为提高消费者满意度的关键。

资本依然维持对电子商务的投资热情

资本助力对于网络零售发展不可小觑。电子商务融资依然保持着大幅度增长，农村电商、生鲜电商和跨境电商成为了新一轮投资热点。同时在并购市场，各电商巨头受制于利润和增长空间的限制，开始积极通过并购完成全产业链布局，行业整体效率得以提升，中小型电商也可通过合并的方式提高整体估值。

第一章 中国零售市场概况

1. 国际及国内网络零售市场发展状况

2015 年全球经济发展充满了不确定性，但全球零售市场依旧表现出较强的增长韧性，在中国、印度等新兴市场的驱动下，全球零售市场依然保持相对稳健的增长。凭借多年的高增长和巨大的消费市场体量，中国已占据全球网络零售市场最大的份额。相对而言，北美和西欧两大发达市场的网络零售发展缓慢，因此到 2019 年中国网络零售占全球网络零售市场的比重有望突破 50%，将成为全球网络零售市场最主要的增长动力。

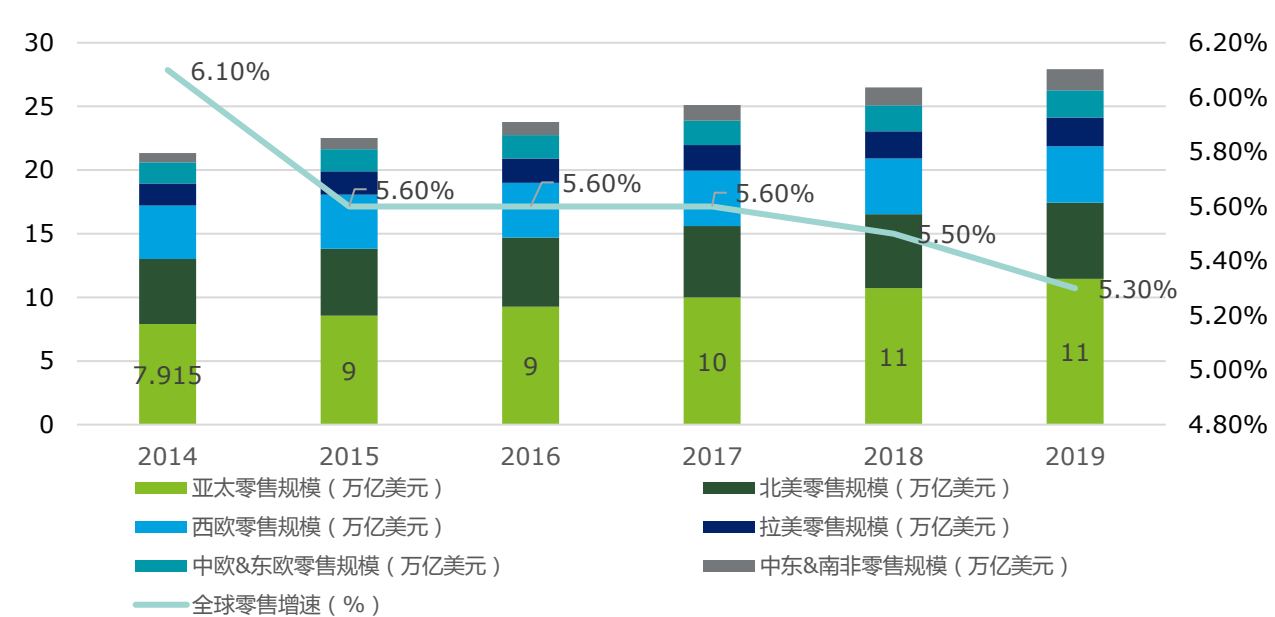
1.1 国际和国内零售市场发展情况

以中国为首的新兴市场正成为全球零售市场的增长引擎

据 eMarketer¹统计，2015 年全球零售市场销售总额约 22.5 万亿美元，同比增长 5.6%，虽然现阶段全球经济增长的不确定性有所增强，但是在成熟市场相对稳健的零售增长和新兴市场高速发展的零售增长趋势下，全球零售市场仍表现出较强的增长韧性。2014-2019 年，全球零售市场的年复合增长率有望维持在 5.5% 左右，并在 2019 年达到约 28 万亿美元。

2015 年，以中国、日本为代表的亚太地区零售额约为 8.57 万亿美元，约占全球零售市场的 38% 以上，成为全球零售市场中占比最大的地区。伴随中国、印度等国家新兴消费力量的崛起以及可支配收入的增加，亚太地区零售增长仍将保持在相对较高的水平。而在北美和欧洲两大发达地区的相对低增速下，到 2019 年亚太地区零售额在全球零售市场中的比重有望超过 40%。2015 年亚太区贡献了 50% 以上的全球零售增长，成为名副其实的全球零售市场引擎。

图 1：全球零售市场交易规模

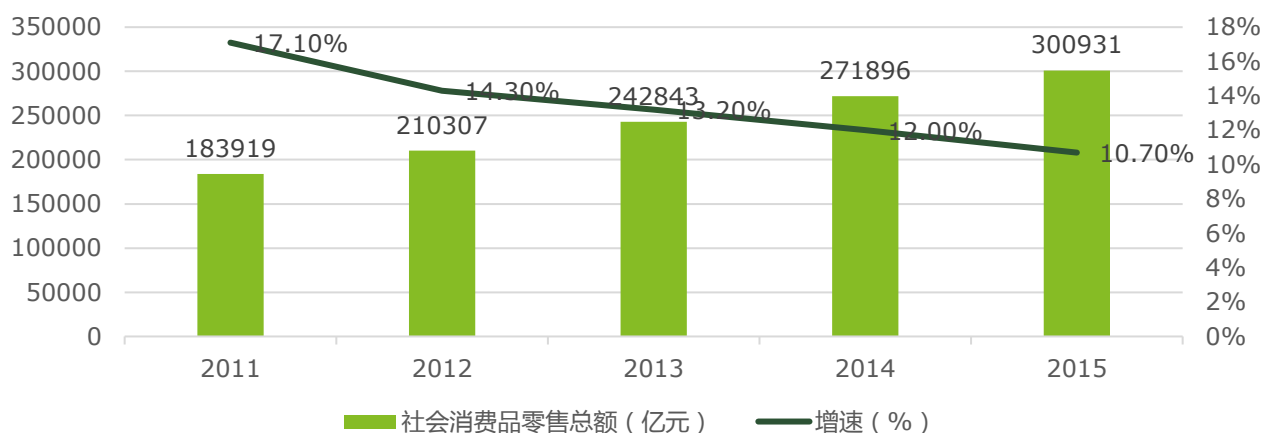


来源：eMarketer，德勤研究

¹ eMarketer (全球知名市场研究机构)

2015 年，中国社会消费品零售总额达到 30.1 万亿元（约合 4.61 万亿美元，以 2016 年 5 月平均汇率 6.5315 计），增速进一步放缓至 10.7%，但仍远高于全球零售市场整体增速。据 eMarketer 统计，2015 年中国零售市场占全球零售市场的比重约为 20%，对全球零售市场增长的贡献达到了 37%。相比北美和西欧两个经济发达地区不足 5% 的增长，中国零售市场同时具有相对更强的活力和增长潜力，并有望在 2019 年成功超越美国成为全球最大的消费市场。

图 2：中国零售市场交易规模



来源：中国电子商务研究中心²、国家统计局

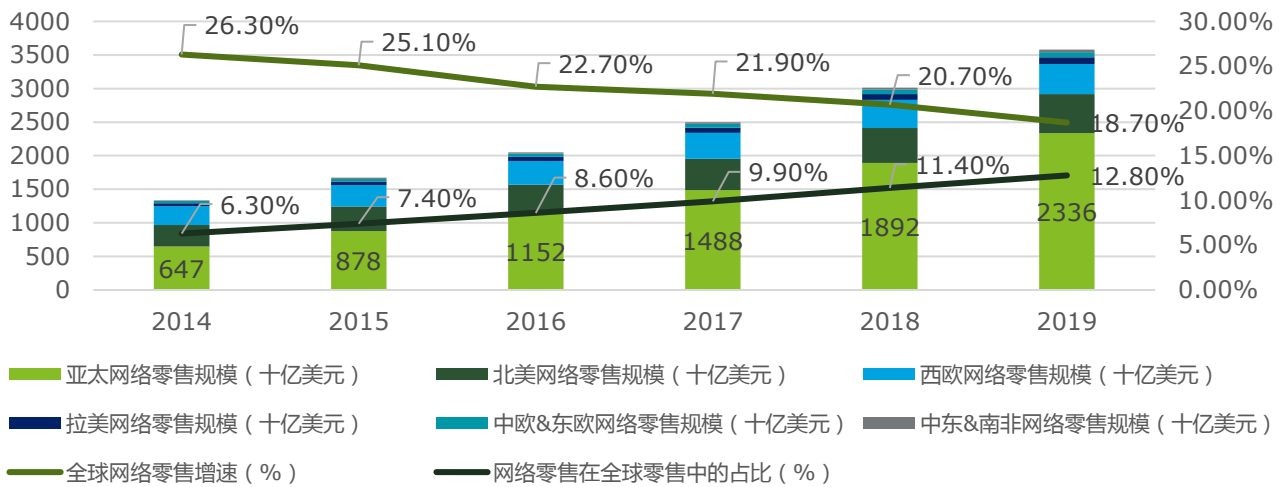
高速增长下中国稳居全球网络零售市场首位

据 eMarketer 统计，2015 年全球网络零售规模约为 1.67 万亿美元，较 2014 年增长 25.1%。高速增长表明零售网络化已经成为全球零售市场的主要趋势之一，但是网络零售在全球零售中的占比仍旧较低，2015 年仅为 7.4%。业内预计，全球网络零售的高增长在未来一段时间内仍将持续，并且到 2019 年将达到 3.58 万亿美元规模，其占全球零售比例将逐步攀升到 12.8%。

亚太地区不仅是全球零售市场最具活力的地区，同样也是网络零售市场增长最快的地区。据统计，2015 年北美和欧洲两大发达市场的网络零售增长明显低于全球其他地区，而亚太地区网络零售同比增长接近 30%，在全球网络零售市场中占比首次突破 50%。持续上升的网购用户数量以及购买力的提升已成为该地区网络零售持续增长的主要推动力。

²中国电子商务研究中心(CECRC, 专业研究电子商务的开放性网络平台)

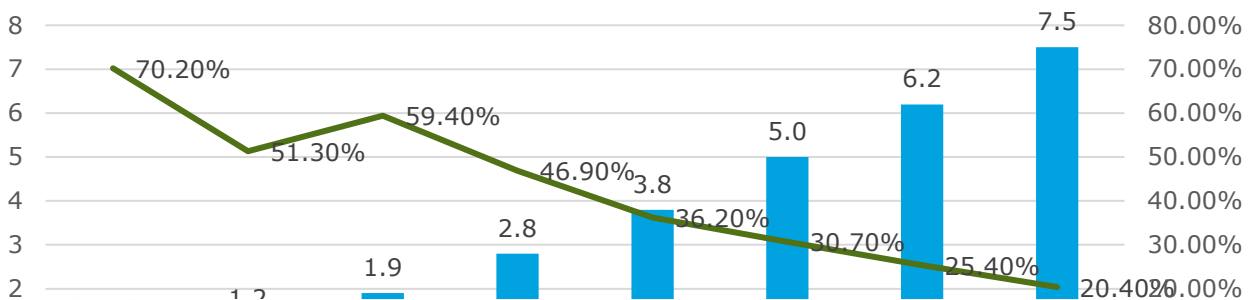
图 3：全球网络零售市场发展情况及趋势



来源：eMarketer, 德勤研究

2015 年中国网络零售市场交易规模达到 3.8 万亿人民币（约合 5818 亿美金，以 2016 年 5 月平均汇率 6.5315 计），同比增长 36.2%，增速较上年明显趋缓。eMarketer 数据显示，2015 年中国网络零售市场在全球网络零售市场的占比约为 35%，其贡献了全球网络零售市场增长的约 46%，成为推动全球网络零售市场的绝对主力。以目前趋势看，2019 年中国网络零售在全球网络零售中的占比有望超过 50%。

图 4：中国网络零售市场交易规模



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_38480



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn