

# 中国双11网络购物消费信任洞察 报告

2020年





疫情不改中国中长期消费上行的趋势，社零增速逐步回升，网络零售规模持续增长，消费整体呈上行态势。



**平台信任度成各方关注的焦点**，电商平台品质和体验提升促进消费者对电商平台信赖度提升，消费者对平台的信赖度提升能增强其对在该平台入驻品牌的信赖度。



消费者态度转变，电商平台的正品保障、知名度、信誉及信赖度愈发成为消费者网购时的重要考量。其中，**正品保障是网购决策的首要因素，平台信誉及信赖度影响力上升至第二位。**



双11消费者对电商平台形象感知：京东更值得信赖；淘宝更多元；天猫更国际化；拼多多更亲民。双11消费者对电商平台信赖度评价：京东的物流时效及售后、增值服务深受用户信赖。



消费者双11购物消费意愿强烈，日用百货和服装鞋帽是用户最想购买的品类；电商平台服务体验受重视，保价及家电免费上门安装是最受期待的增值服务。



## 研究背景：

网购规模稳定增长，平台信任度  
成各方关注的焦点

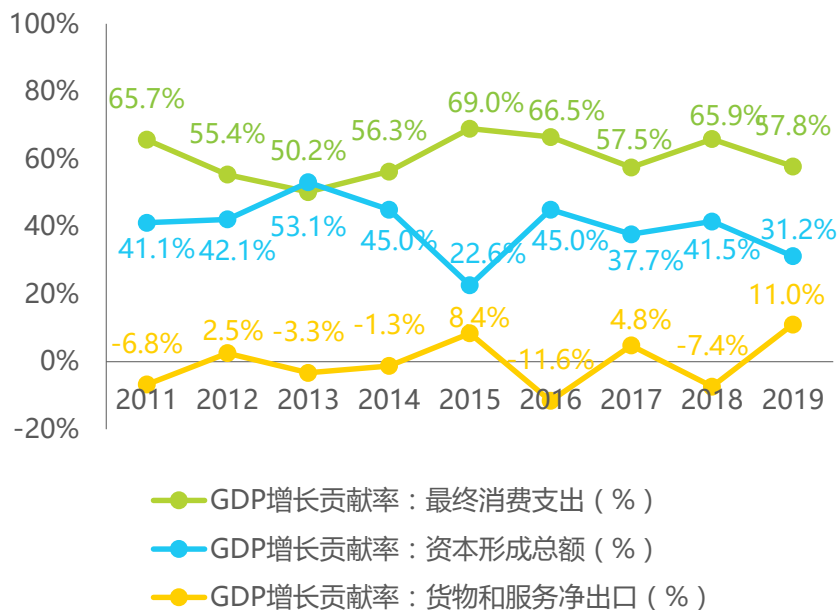
# 疫情不改中国中长期消费上行的趋势

## 消费复苏，社零增速逐步回升，消费整体呈上行态势

近年来，我国持续推进供给侧结构性改革，经济结构持续优化，消费对GDP贡献率连续6年超过投资，2019年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为57.8%，消费成为拉动经济增长最重要的动力。

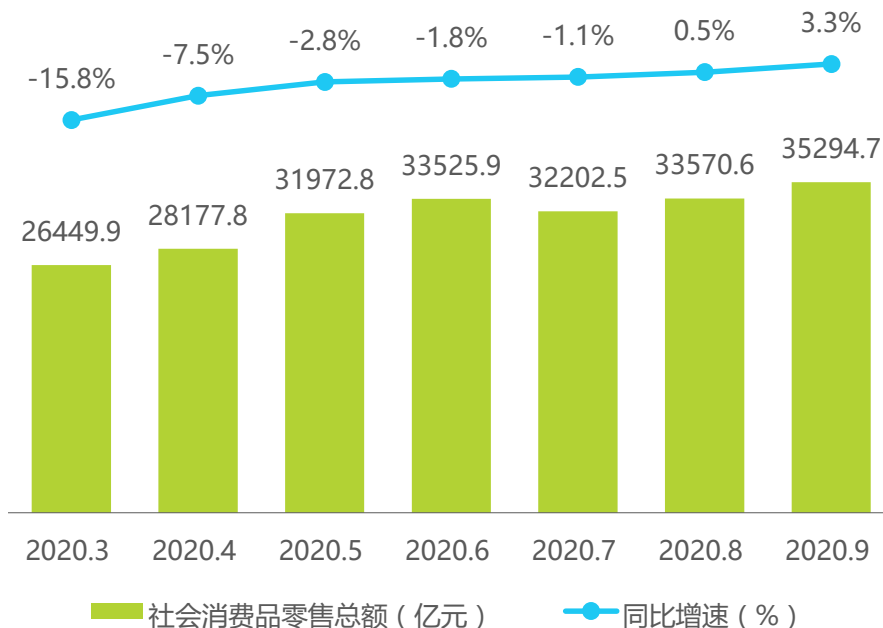
新冠肺炎疫情冲击下，消费等内需受到短期压抑，随着疫情影响淡化，消费复苏，社零增速逐步回升，8月份社零同比增速由负转正至0.5%，9月份社零同比增速达3.3%，我国消费市场持续回升向好。

### 2011-2019年三大需求对GDP增长的贡献率



来源：中国国家统计局。

### 2020年3-9月中国社会消费品零售总额及同比增速



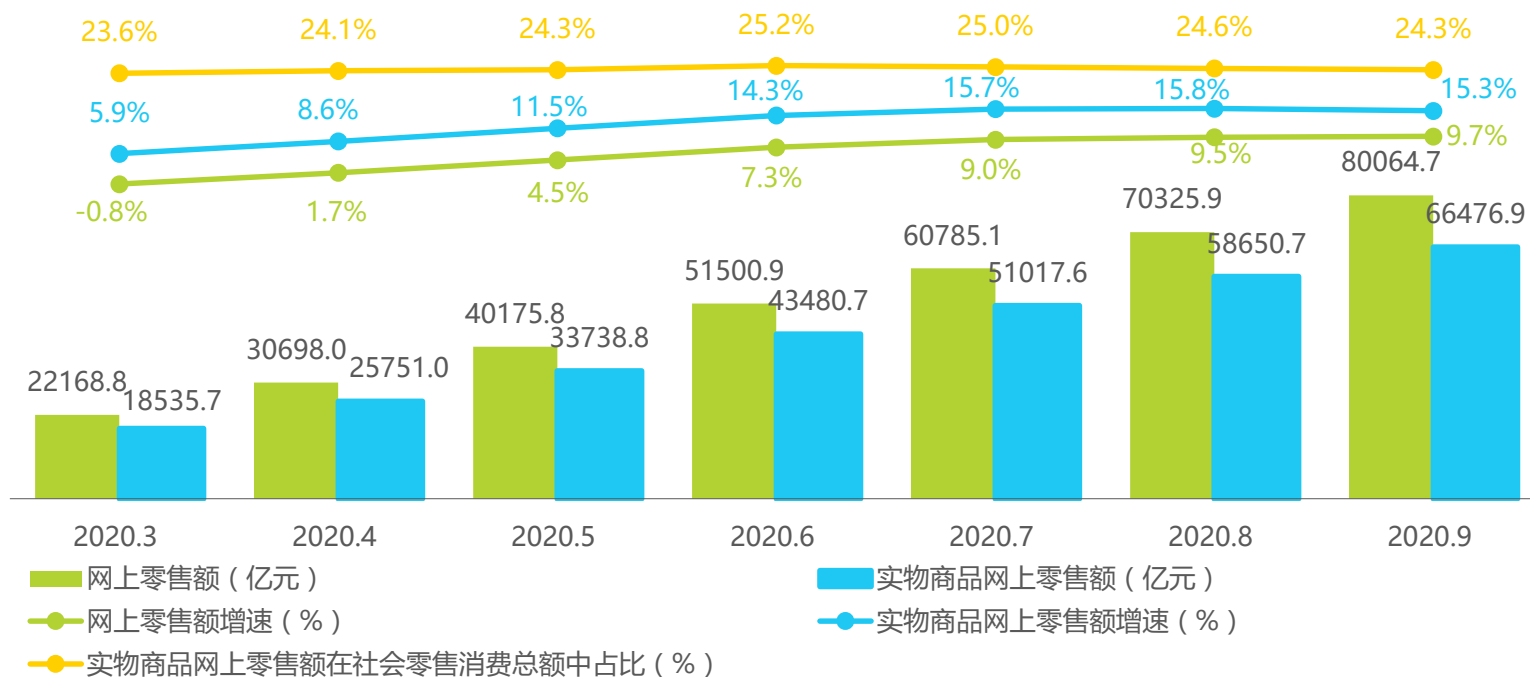
来源：中国国家统计局。

# 疫情促使消费加速向线上转移

## 网络零售规模持续增长

疫情促使消费加速向线上转移，网络零售规模持续增长。根据国家统计局数据，2020年1-9月份，全国网上零售额80064.7亿元，同比增长9.7%，比1-8月份加快0.2个百分点；其中，实物商品网上零售额增长15.3%，占社会消费品零售总额的比重为24.3%。

### 2020年3-9月中国网上零售额及实物商品网上零售额



注释：网上零售额及实物商品网上零售额为累计值。  
来源：国家统计局。

## 品牌商对电商平台信赖度提升，愈加重视线上渠道布局

随着线上市场发展迅速，商家的渠道体系由以往的单一走向多元化，线下线上全渠道发展已成为市场发展的基本趋势。当下线上销售渠道已成为非常成熟且重要的销售体系。随着《电子商务法》的出台，电商平台的服务及对数据利用更加规范，品牌商对电商平台的信赖度提升，加之年初疫情使品牌商线下销售渠道受阻，品牌商愈加重视线上渠道布局。

### 品牌商重视线上渠道布局原因分析

01

随着线上市场发展迅速，商家的渠道体系由以往的单一走向多元化，线下线上全渠道发展已成为市场发展的基本趋势，同时年初疫情使品牌商线下销售渠道受阻，品牌商愈加重视线上渠道布局。

02

当下线上销售渠道已成为非常成熟且重要的销售体系。随着《电子商务法》的出台，电商平台的服务及对数据利用更加规范，品牌商对电商平台的信赖度提升。

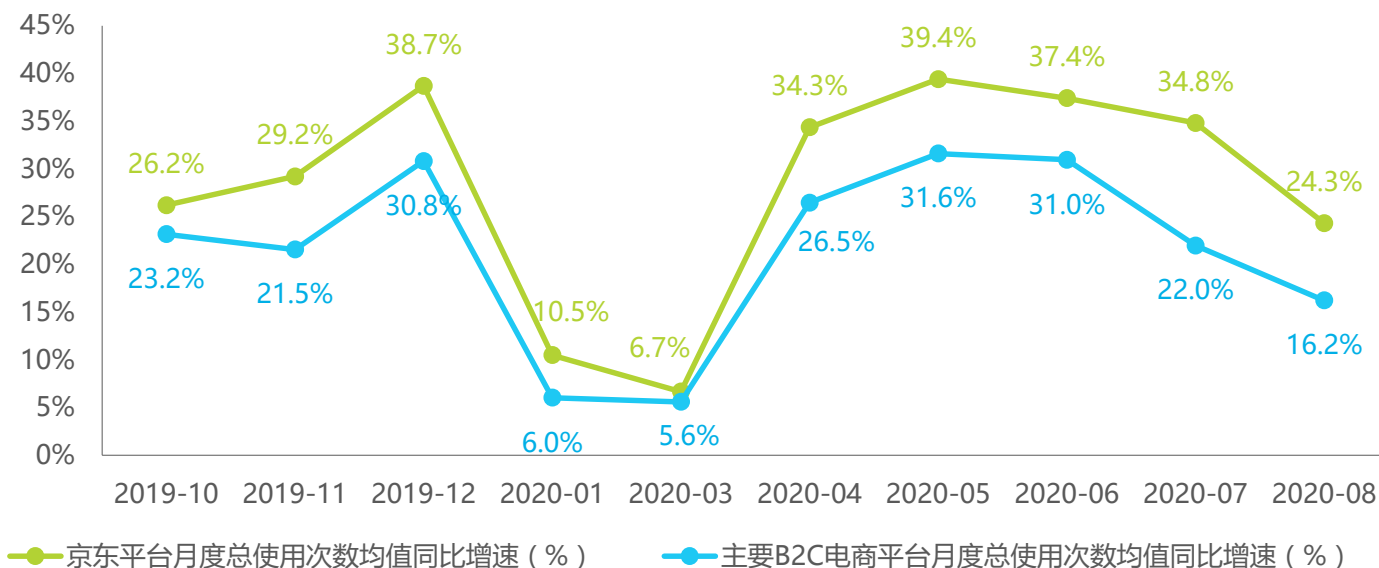
#### 以京东奢侈品合作品牌商为例:

2020年618购物节，京东与近千家奢侈品牌达成合作，6月18日京东全奢奢侈品成交额同比增长超100%，Prada、Miu Miu、Ferragamo等逾百个奢侈品品牌成交额同比增长10倍以上；高端护肤品牌SK-II、兰蔻、雅顿、whoo全天成交额同比增长分别达2.6倍、5.8倍、2.9倍、2.2倍；国际品牌服饰成交额同比超过50%；高端瑞士手表销售火爆，萧邦成交额较去年同期10倍，奢侈品销售表现亮眼。

## 电商平台品质和体验提升促进消费者对电商平台信赖度提升

随着电商平台的更加规范化发展，平台商品品质和服务的不断体验提升促进消费者对平台的信赖程度，使得平台使用次数提升。根据艾瑞 UserTracker 数据，2019年10月以来，B2C电商平台月度总使用次数均值呈正向增长，在2020年5月同比增速攀升至峰值31.6%。2019年10月-2020年8月，京东平台月度总使用次数同比增速高于主要B2C电商平台月度总使用次数均值同比增速，说明消费者对京东平台更信赖。

### 2019年10月-2020年8月京东平台月度总使用次数同比增速与主要B2C电商平台月度总使用次数均值同比增速对比



来源：UserTracker 多平台网民行为检测数据库（桌面及智能终端），艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 消费者对品牌认知和平台认知的关联性

艾 瑞 咨 询

## 消费者对平台的信赖度提升能增强其对在该平台入驻品牌的信赖度

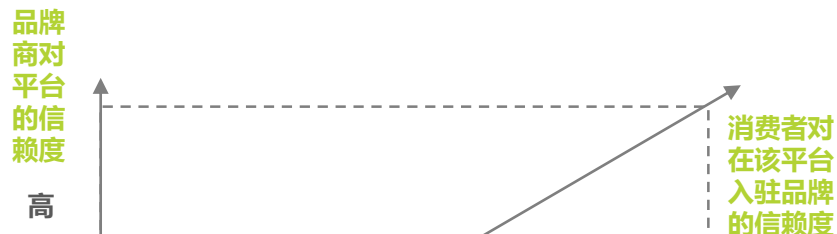
电商平台通过提供正品商品、多样化品类、可靠的售后服务、提供送货上门/免费安装/延保服务等多项增值服务能够提升消费者对平台的信赖度，源源不断地吸引更多的消费者；随着消费者对电商平台的信赖，能够吸引更多的品牌入驻该平台，为平台不断带来更丰富的货品供给，进而形成供需两端的正向循环。

与此同时，品牌通过入驻消费者信赖度高的电商平台，即借助平台已在消费者中建立的信赖度，能够提升消费者对品牌的信赖度，降低消费者的决策成本。因此，电商平台应不断提升消费者对平台的信赖度，这既可吸引到更多的消费者，也能不断吸引到更多的品牌商。

### 平台信赖度提升促进平台供需两端的正向增长



### 消费者对平台的信赖度提升能增强消费者对在该平台入驻品牌的信赖度



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\\_20834](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20834)

