

# 赋能美好生活 中国正品电商白皮书

2018年



海量行研报告免费读

## 中国网络购物市场进入品质升级新阶段，正品保障成各方关注焦点

1. 2017中国网络购物市场交易规模同比增长**29.6%**，网购市场基建愈发成熟，提升商品质量进行渠道升级将成为网络购物下一阶段的发展方向。
2. 中产阶级引领消费需求品质升级，消费者日益注重产品品质和体验。
3. 消费者网购时更关注商品的**正品保障**。调研数据显示**39.4%**的用户表明网购时最看重商品的正品保障。
4. 消费者愈发注重品质消费。根据调研数据，**54.09%**的用户会选择在更有正品保障的平台购买；近六成用户会为购买到正品会付出**10%-20%**以上的溢价。

## 电商自营更能增加消费者对平台正品力的信任度

1. 电商自营模式下，从源头选品开始实现供应链的全程把控，更能**保证商品的正品性**。
2. 消费者更愿意购买自营商品。调研数据显示，近**50%**的用户认为自营商品价格一定、质量标准、服务更有保障，更倾向于平台自营商品。

## 消费者对电商平台的品类丰富度最为满意，提高正品保障是赢得消费者的关键

1. 用户对电商平台正品保障的满意度与品类丰富的满意度有一定差距，提高正品保障是赢得消费者的关键。调研数据显示，用户对电商平台的品类丰富满意度评分为**8.1分**，对正品保障的评分为**7.7分**，用户对正品保障的满意度仍有较大提高空间。

## 中国网络购物市场进入品质升级时代

1

- 人到中年，中国网络购物行业进入提质升级新阶段
- 消费升级，消费者日益重视产品品质和体验
- 正品保障为目前各方发力重点

## 正品电商升级路径

2

- 正品电商的升级路径：自营+物流+供应链
- 电商巨头的自我优化

## 中国网络购物用户行为分析

3

# 网络购物市场规模持续增长

## 2017年中国网购市场增速回升

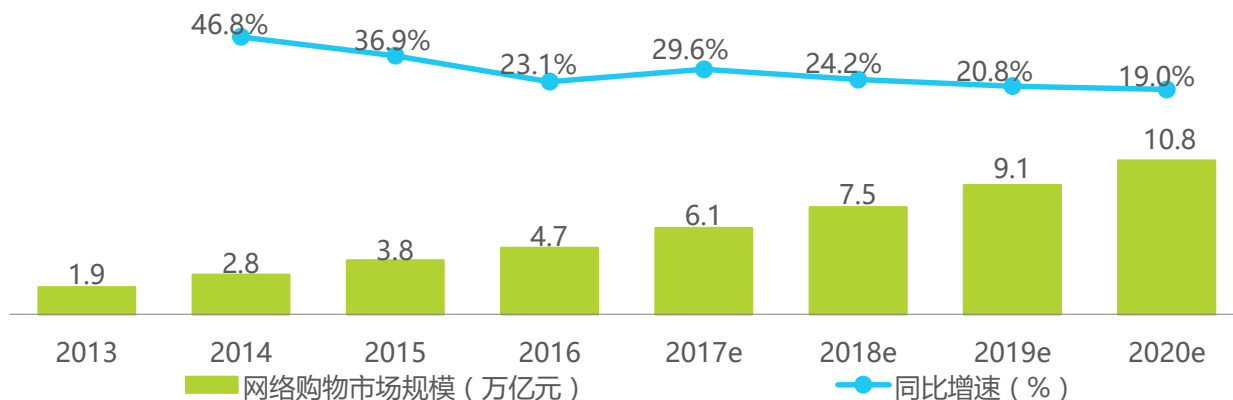
根据艾瑞咨询最新数据显示，2017中国网络购物市场交易规模预计约为6.1万亿元，同比增长29.6%，呈现出增速回升的态势。艾瑞分析，2017年网络购物市场的大幅增长主要得益于各种创新模式的涌现和落地，包括电商的线下零售店模式、品质电商模式以及人工智能等新技术对网购市场的赋能和升级。

### 中国网络购物行业发展阶段

稳定增长期（2013-2016）

线上线下融合实践期（2017-）

### 2013-2020年中国网络购物市场规模及增长率



注释：网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

概念界定：艾瑞统计的网络购物市场规模指国内用户在国内购物网站的所有零售订单的总金额。零售指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团作为最终消费，而非生产、非经营用的商品的活动，包括售给居民个人和企事业单位的生活和公共消费（如办公用品），但不包括售给生产经营企业用于生产或经营的商品、售给商业单位用于转卖的商品。中国网络购物市场包含跨境进口、不包含跨境出口业务。

# 网购市场基建成熟，进入提质升级阶段

## 围绕用户体验精细化运作

近年来，随着移动支付、消费金融、物流仓储等基础设施的发展，市场容量巨大但增速逐渐放缓、渠道建设迅速并快速成熟已成为当前网购市场的重要特征，提升商品质量进行渠道升级将成为网络购物下一阶段的发展方向。

### 2018年中国网络购物市场基础设施建设情况分析

#### 平台端：综合平台格局已定，垂直领域细分愈来愈深

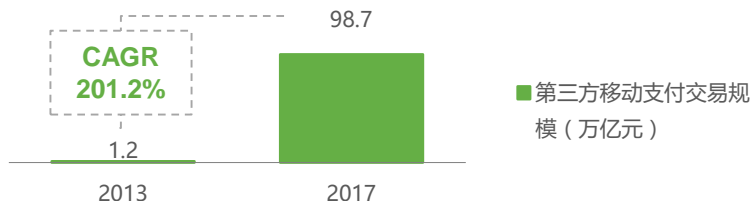


#### 物流仓储：覆盖面愈来愈广，配送时效和匹配度愈来愈高



#### 支付：移动支付规模不断扩大，支付产品愈来愈丰富

2013、2017年中国第三方移动支付交易规模



#### 大数据：数字化提升零售效率，助力产业升级

##### 云计算、大数据、人工智能在电商领域的渗透

商品识别

客群分析

全域营销

库存管理

收益管理

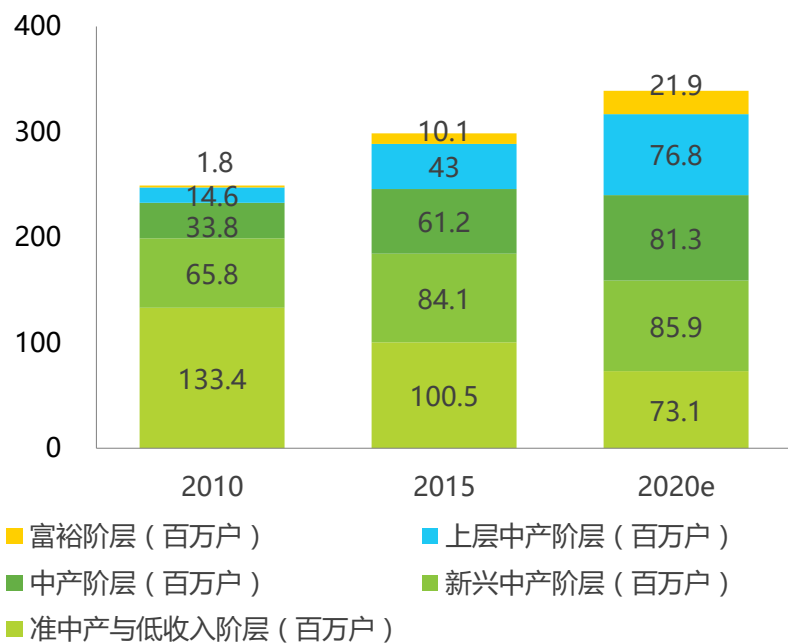
运输网络及路径规划

# 中产阶级消费需求释放

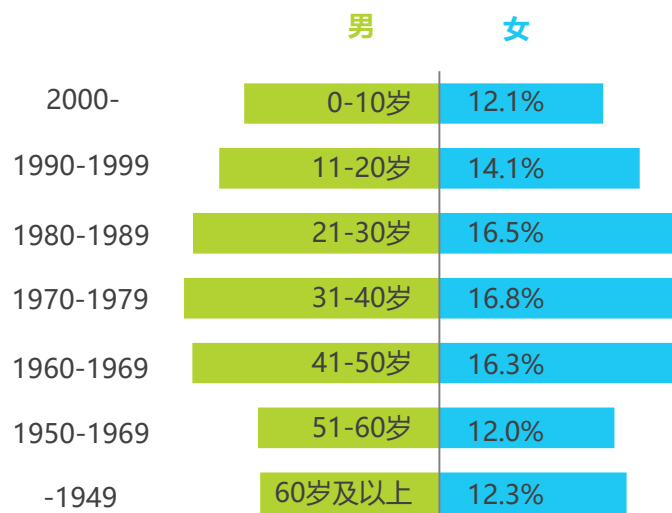
## 引领消费需求品质升级

中国人口结构的变化给电商带来结构性机会，中产阶级的消费需求被释放，品质化需求提升，引领消费需求品质升级。

### 2010、2015和2020年中国中等收入家庭规模



### 2010年中国不同年龄段人口占总人口的比重



**80、90后人口占比为30.6%**

2010年80、90后年龄分布：11-30岁；  
2017年80、90后年龄分布：18-37岁。

来源：准中产与低收入阶层家庭月均可支配收入5200元以下；新兴中产阶级家庭月均可支配收入5200-8300元；中产阶级家庭月均可支配收入8300-12500元；上层中产阶级家庭月均可支配收入12500-24000元；富裕阶层家庭月均可支配收入24000元以上，波士顿咨询，广发证券研究中心，并根据艾瑞统计模型预测。

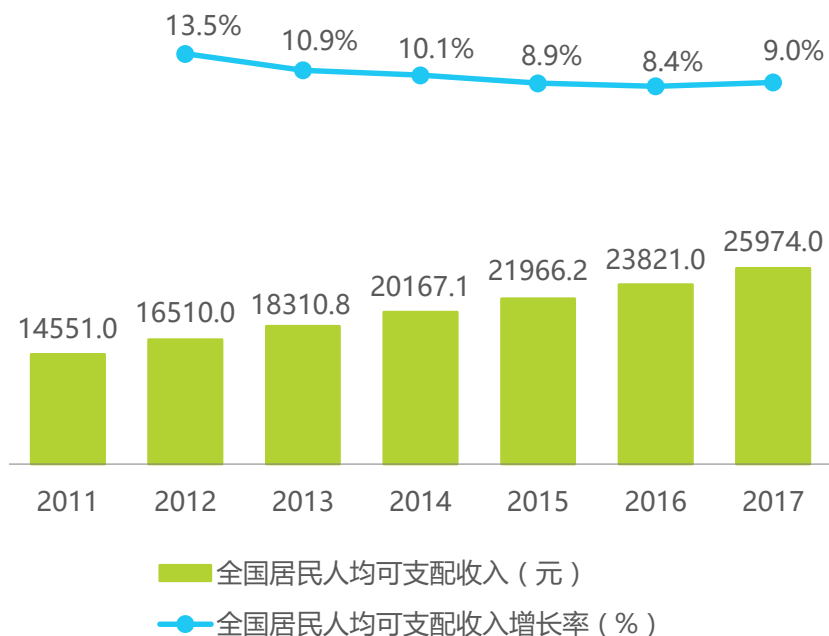
来源：第六次人口普查，艾瑞整理绘制。

# 消费者收入增长促使高端消费增加

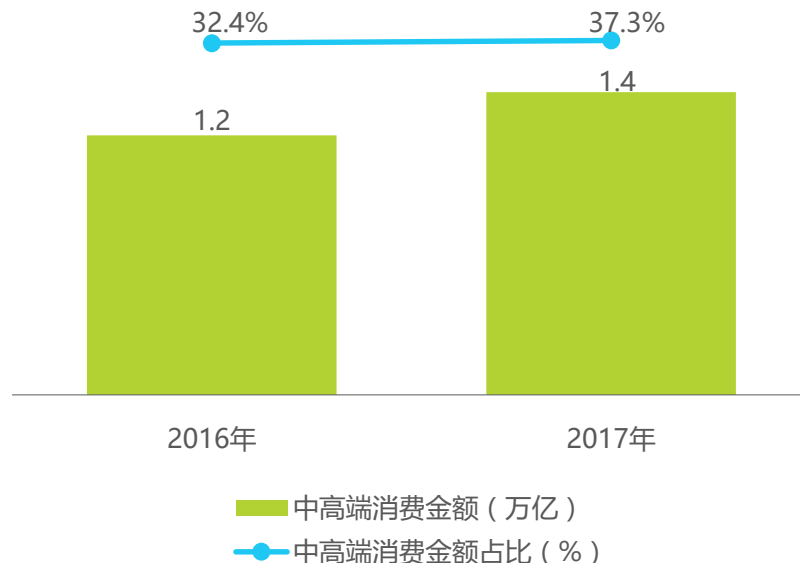
## 正品保障不再独属奢侈品，逐渐变成大众需求

随着居民收入水平的提高和生活水平的改善，消费者越来越重视生活品质和健康，也更愿意选择中高端产品。而中高端商品由于价值比较高，在买卖过程中正品保证是一个关键要素。而随着中高端商品的普遍化，正品保证逐渐变成大众消费者的普遍需求。

### 2011-2017年中国居民人均可支配收入



### 2016-2017年阿里巴巴零售平台中高端商品消费规模



来源：历年国家统计局年鉴及统计公报。

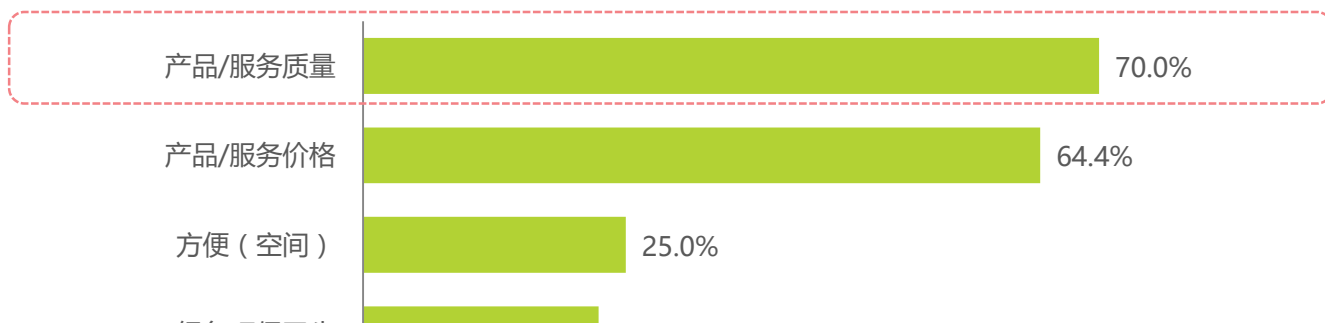
来源：2016年数据来源于阿里巴巴网站，2017年数据根据艾瑞统计模型核算

# 消费者日益重视产品品质和体验

## 价格敏感之外，品质需求提升

从消费者购物时的参考决策来看，中国消费者的品质需求提升，产品/服务的质量为第一参考因素，70.0%的用户看重产品/服务的质量，64.4%的用户表示看重商品的价格。价格不再是用户购物重点关注的唯一因素，消费者对产品的品质和安全提出了更高的要求。

### 2017中国消费者在消费/购物时考虑的因素



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\\_21256](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21256)

