

年中大促提振网购市场，Q2 增速高达29.6%

2017Q2



海量行研报告免费读

2017Q2中国电子商务行业发展情况

1

- **电商B2B行业**
- 网络购物行业
- 移动网购

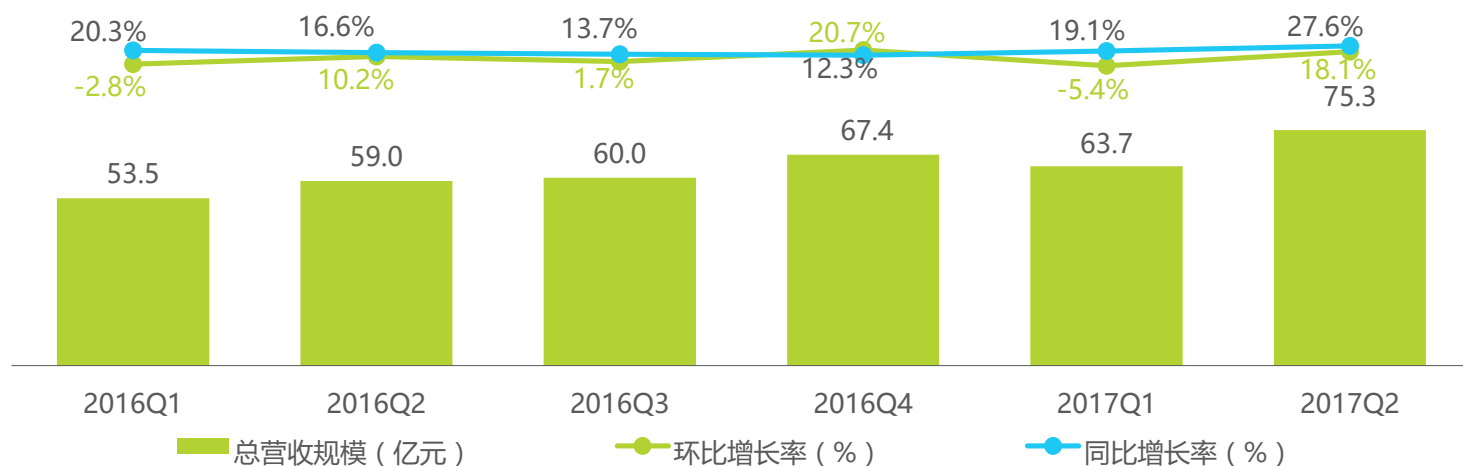
2017Q2中国中小企业B2B营收规模

中小企业B2B运营商平台营收规模75.3亿元，同比增长27.6%

根据艾瑞咨询最新统计数据，2017年Q2季度中国中小企业B2B运营商平台营收规模为75.3亿元，同比增长27.6%，环比增长18.1%，总体保持稳定的增长水平。

艾瑞分析认为，相比于B2C和C2C，B2B市场的增速虽然相对缓慢，但增长潜力巨大。随着国家“双创”战略以及供给侧政策推进，我国中小企业纷纷进行转型升级，一方面提升自身效率，另一方面利用互联网开展电子商务的需求不断扩大。B2B服务平台也逐步从信息服务向交易方向的转移，不断打造包括供应链金融、物流等在内的电商服务生态，中国中小企业B2B电子商务市场仍存在较大的增长空间。

2016Q1-2017Q2中国中小企业B2B运营商
平台营收规模



注释：1.2017Q1中国中小企业B2B电子商务市场平台营收规模为亿元，为预估值；2.艾瑞从2015Q1开始只核算中国中小企业B2B电子商务市场平台营收规模，涵盖平台的会员费、交易佣金、广告费等收入，不包括运营商自营营收；3.艾瑞从2015Q1开始将金泉网计入B2B运营商平台营收核算范围，从2017Q1开始将科通芯城与其他部分营收分开计算。

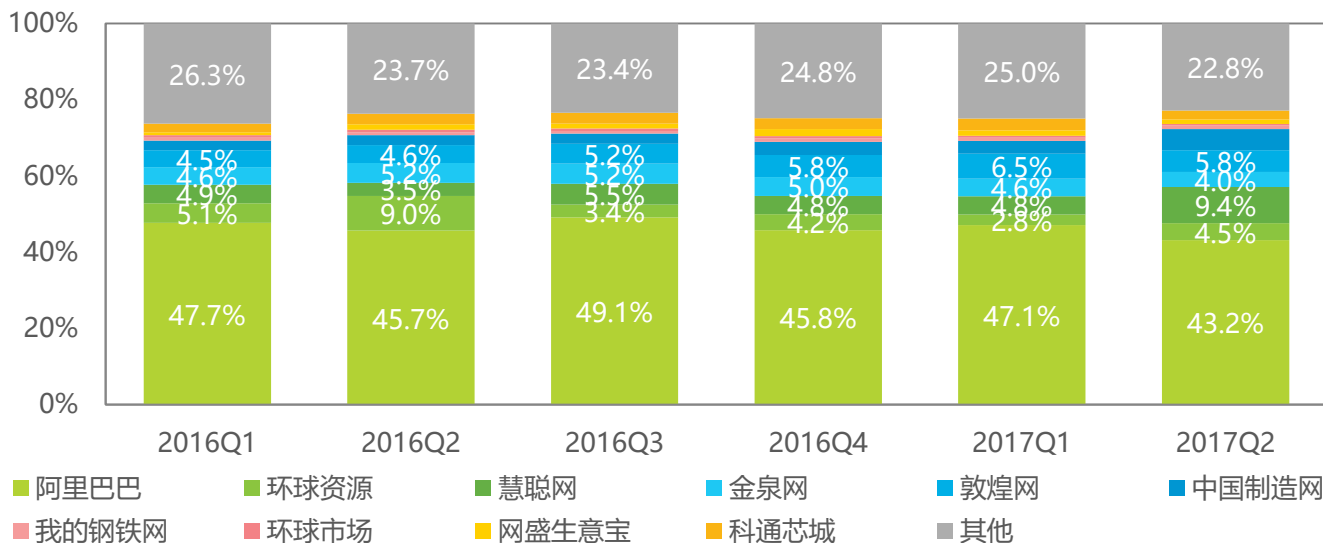
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017Q2中国中小企业B2B市场份额

2017Q2阿里占比略有下降

在2017Q2中国主要中小企业B2B电子商务运营商平台营收市场中，核心Top10企业营收份额达77.2%，其中阿里巴巴的市场份额为43.2%，占比下降；慧聪网位居第二，平台营收份额为9.4%，增长较高，这主要得益于2016年慧聪O2O项目的落地以及在垂直领域的投资布局，对营收起到了较大的贡献；敦煌网与环球资源紧跟其后，占比分别为5.8%和4.5%；其他B2B电子商务运营商平台营收市场份额变化较小。

2016Q1-2017Q2中国主要中小企业B2B电子商务运营商平台营收市场份额



注释：1.2017Q1中国中小企业B2B电子商务市场平台营收规模为亿元，为预估值；2.艾瑞从2015Q1开始只核算中国中小企业B2B电子商务市场平台营收规模，涵盖平台的会员费、交易佣金、广告费等收入，不包括运营商自营营收；3.艾瑞从2015Q1开始将金泉网计入B2B运营商平台营收核算范围，从2017Q1开始将科通芯城与其他部分营收分开计算。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017Q2中国电子商务行业发展情况

1

- 电商B2B行业
- **网络购物行业**
- 移动网购

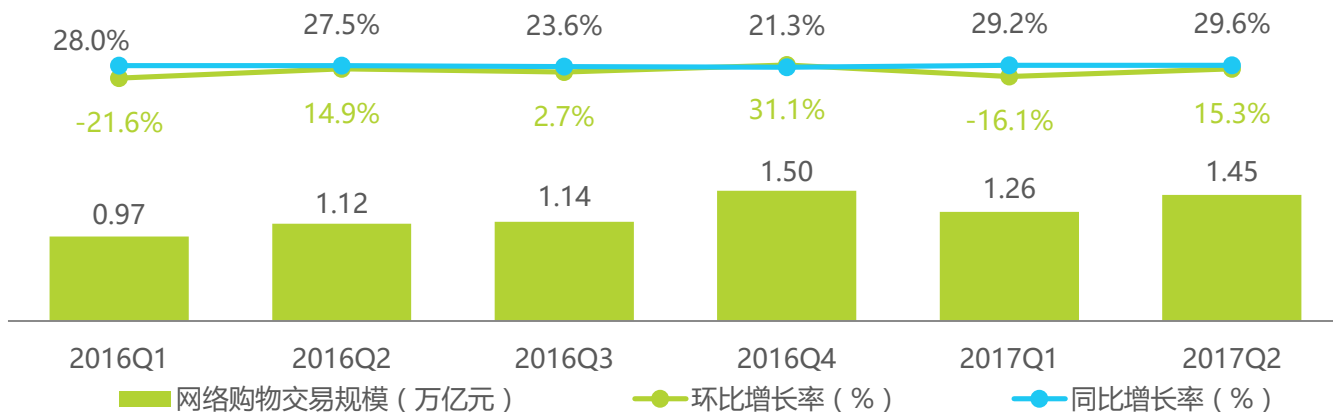
2017Q2中国网络购物市场交易规模

2017Q2中国网络购物市场交易规模达1.45万亿元

2017年Q2中国网络购物市场交易规模达1.45万亿元，相比去年，行业规模同比增长29.6%，环比增长15.3%，主要是受到Q2季度“6·18”等购物节的影响。今年大促期间，阿里对京东竞争的正面回应和对“6·18”的积极布局也为购物节带来更多的流量，促进了交易规模的增长。从总体趋势来看，相较于去年同期，本季度的电商增速有小幅回升。

艾瑞分析认为，网络购物行业持续增长主要得益于以下几个方面：（1）线上线下的进一步融合。例如线下场景与线上的连接，通过扫描二维码即可以在线下任何场景实现购买需求，这种便利的购买方式充分利用消费者的碎片时间，并将其转化为实际的购买行为，带动消费增长。（2）垂直领域蓬勃发展。例如跨境电商行业持续保持较高的增长，并为消费者不断开拓新的领域，成为网络购物新的增长点之一。（3）网购生态的深耕细作。物流、支付等配套设施逐步成熟之后，向纵深发展，寻求价值增值。例如处于开发中的智慧物流，不断缩短配送市场、开辟新的消费市场；互联网消费金融，分期付款、30天免息等支付产品，有效地刺激了中高端产品的消费。

2016Q1-2017Q2中国网络购物市场交易规模



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。

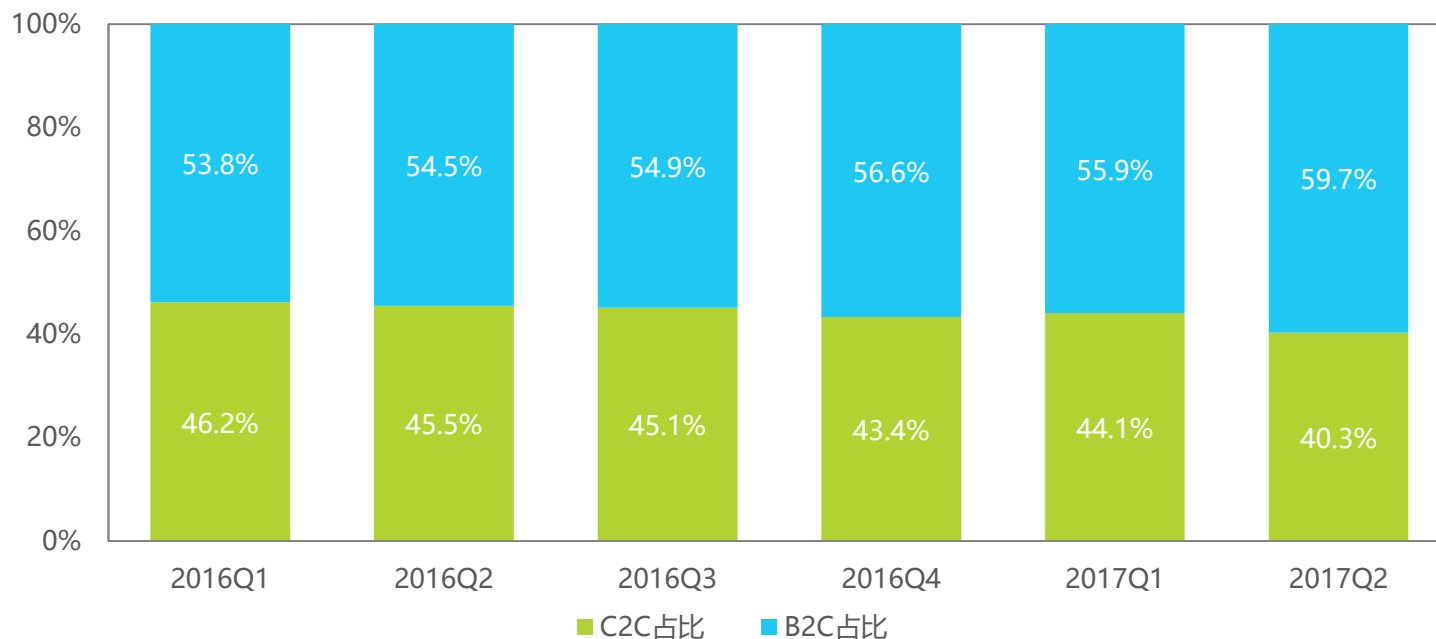
概念界定：艾瑞统计的网络购物市场规模指国内用户在国内购物网站的所有零售订单的总金额。零售指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团作为最终消费，而非生产、非经营用的商品的活动，包括售给居民个人和企业事业单位的生活和公共消费（如办公用品），但不包括售给生产经营企业用于生产或经营的商品、售给商业单位用于转卖的商品。中国网络购物市场包含跨境进口、不包含跨境出口业务。

2017Q2中国网络购物市场规模结构

2017Q2中国网购B2C占比持续扩大，达59.7%

2017年Q2中国网络购物市场中B2C市场交易规模为0.9万亿元，在中国整体网络购物市场交易规模中的占比达到59.7%，较去年同期提高5.2个百分点；从增速来看，2017Q2期间B2C网络购物市场同比增长42.0%，远超过C2C市场14.8%的增速。艾瑞分析认为B2C市场在Q2的扩大主要是来自于天猫和京东业务增长的贡献。

2016Q1-2017Q2中国网络购物市场交易规模结构



注释：本图为口径1（详见后页）下的数据。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

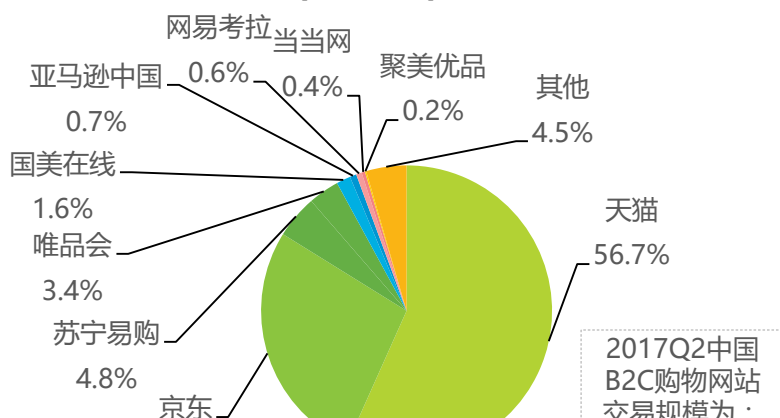
2017Q2中国网络购物市场份额

B2C市场天猫、京东优势叠加，其他典型企业竞争激烈

从市场份额来看，2017Q2中国B2C市场中，天猫的市场份额仍为第一，京东位于第二，两家占比超过80%，同比增长平均达到47%，高基数叠加高增长拉动B2C市场的持续扩大。其他企业竞争激烈；苏宁易购、国美等增速均高于B2C行业的整体增速；网易考拉海购作为跨境电商领域的代表性独立平台，其业务也保持了高速的增长。

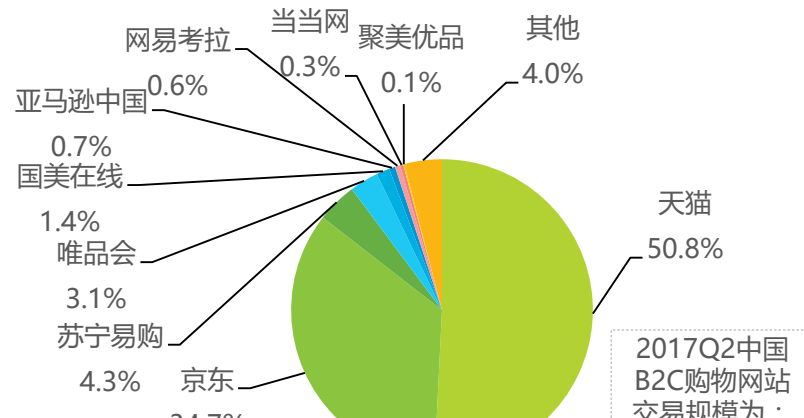
2017Q2中国B2C购物网站交易规模市场份额

(口径1)



2017Q2中国B2C购物网站交易规模市场份额

(口径2)



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_21383

