

电子商务Q1市场规模平稳增长

2017年Q1



2017年Q1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

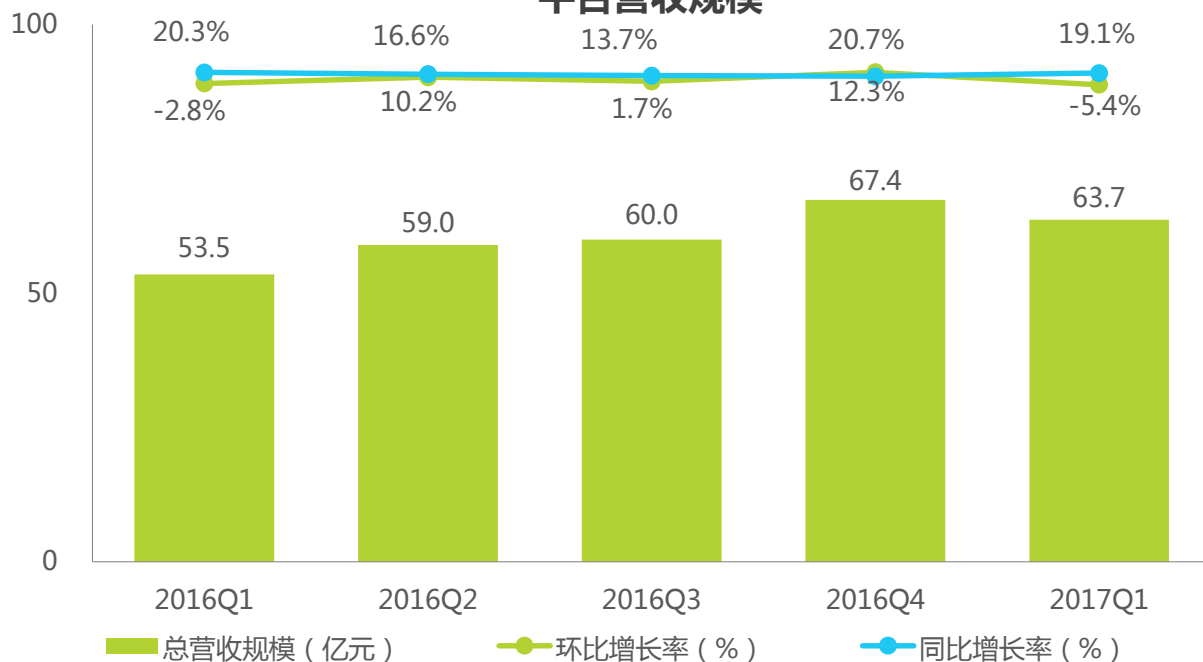
2017Q1中国中小企业B2B营收规模

中小企业B2B运营商平台营收规模63.7亿元，同比增长19.1%

艾瑞咨询最新数据显示，2017Q1中国中小企业B2B平台服务营收规模为63.7亿元，同比增长19.1%，环比下降5.4%。从整体角度来看，中小企业B2B平台服务营收规模仍处于较高水平，环比增速略有下降。

2016Q1-2017Q1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。

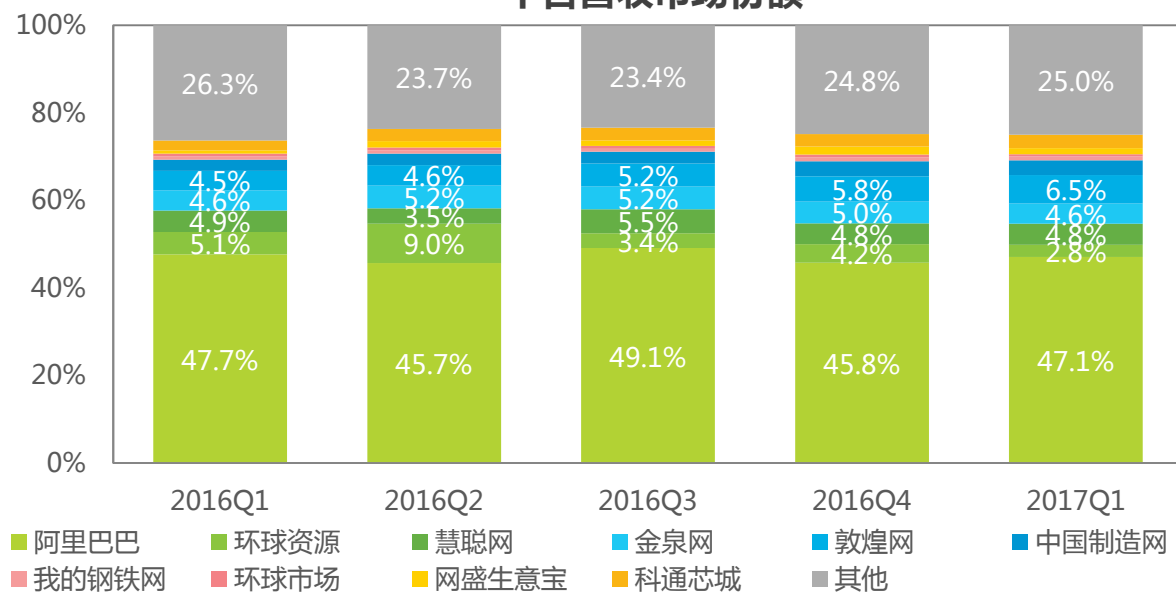
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2017Q1中国中小企业B2B市场份额

2017Q1阿里巴巴独占鳌头

在2017Q1中国中小企业B2B电子商务运营商平台营收市场份额中，阿里巴巴占B2B电子商务运营商平台营收的比例为47.1%，在中小企业B2B电子商务市场占据绝对领先优势；敦煌网跃居第二，平台营收占比为6.5%，市场份额较2016年有了一定程度的增长；慧聪网与金泉网紧跟其后，占比分别为4.8%和4.6%，较2016Q4季度变化不大；其他B2B电子商务运营商平台营收市场份额变化较小，未有明显突破。

2016Q1-2017Q1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。

2017年Q1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

2017Q1中国网络购物市场交易规模

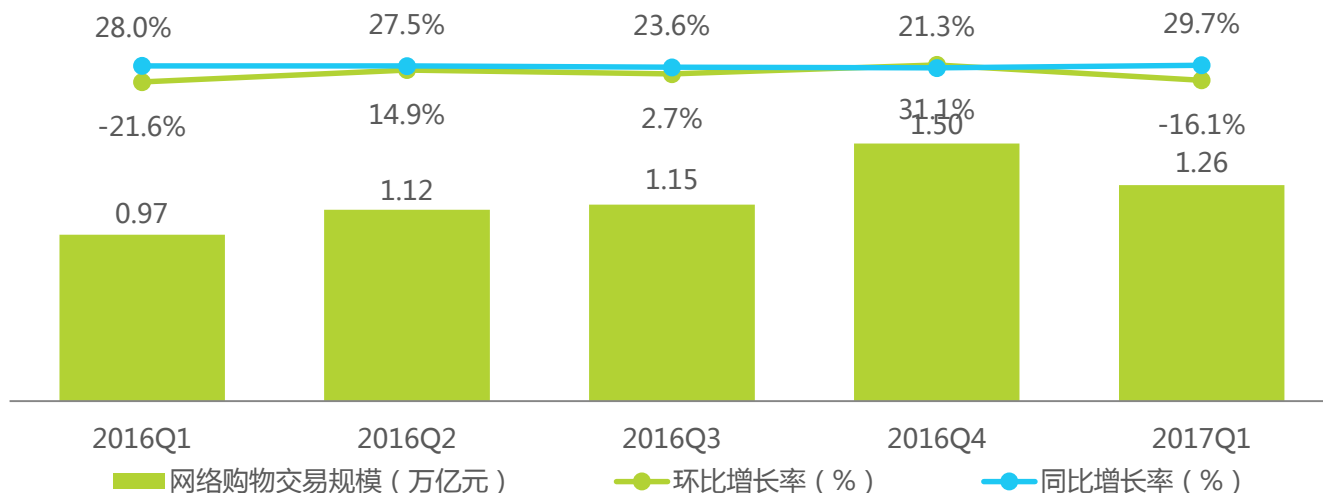
2017Q1中国网络购物市场交易规模达1.26万亿元

根据艾瑞咨询中国网络购物市场数据，2017年Q1中国网络购物市场交易规模达1.26万亿元，相比去年，行业规模同比增长29.7%，环比下降16.1%。Q4季度受“双十一”、“黑五”等购物节的影响，交易规模较高，造成17年Q1网购交易规模环比的下降。总体趋势来看，网络购物仍然保持着稳定的增长水平。

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）网购平台不断扩充品类，将线下品类或场景搬至线上，满足消费着多元化和个性化的需求。（2）垂直领域蓬勃发展，例如跨境电商、生鲜电商、家装电商、农村电商等，垂直领域成为网络购物新的增长点之一。（3）营销方式的多元化，例如网红、直播等内容营销方式的成功引流。

（4）配套设施的深耕细作，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，推出分期付款、30天免息等支付产品，有效地刺激了中高端产品的消费。

2016Q1-2017Q1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境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。

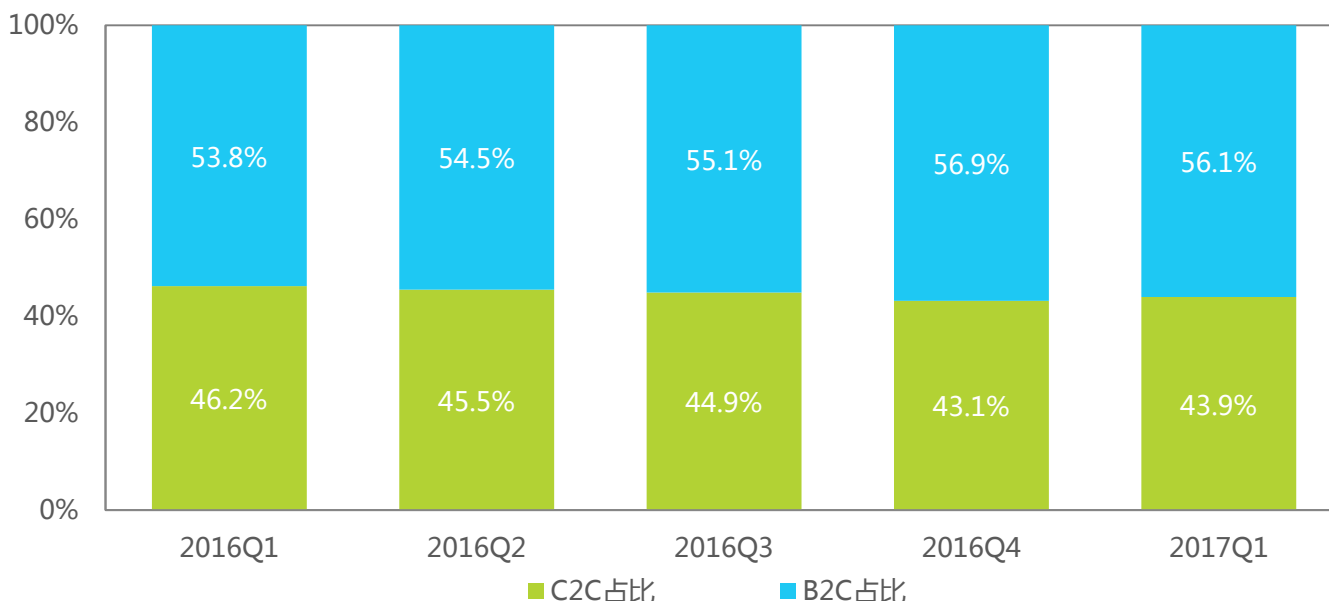
2017Q1中国网络购物市场规模结构

2017Q1中国网络购物市场B2C占比持续平稳增长

艾瑞咨询的研究数据显示，2017年Q1中国网络购物市场中B2C市场交易规模为0.7万亿元，在中国整体网络购物市场交易规模中的占比达到56.1%，环比下降17.3%，较去年同期-22.5%提高5.2个百分点；从增速来看，2017Q1期间B2C网络购物市场同比增长35.2%，超过C2C市场23.3%的增速。

艾瑞分析认为：（1）本季度过后，B2C市场占比仍将持续增加。随着网购市场的成熟，产品品质及服务水平逐渐成为影响用户网购决策的重要原因，未来这一诉求将推动B2C市场继续高速发展，成为网购行业的主要推动力。（2）长尾市场崛起带动C2C发展。C2C市场满足消费者个性化需求，随着新一代消费者的崛起，长尾市场逐渐发展且空间较大，未来C2C市场也将保持一定的增长。

2016Q1-2017Q1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。

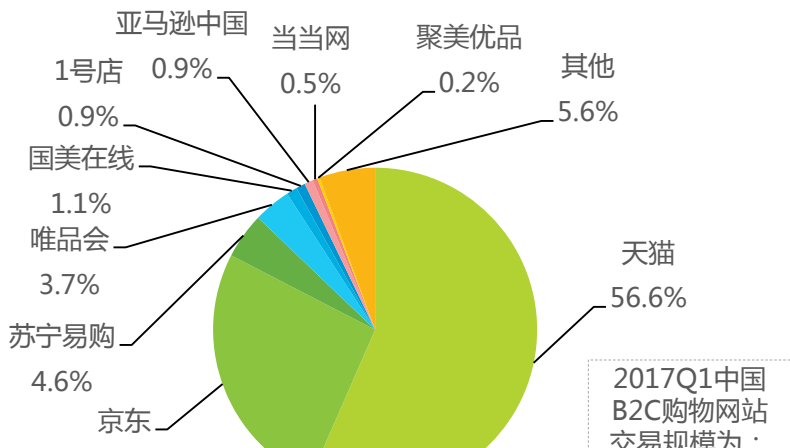
2017Q1中国网络购物市场份额

2017Q1天猫、京东位居前两位，其他企业排名稳定

2017Q1，中国B2C市场中，天猫的市场份额仍为第一，京东位于第二。从同比增速来看，天猫、京东、苏宁易购增速高于B2C行业的整体增速。

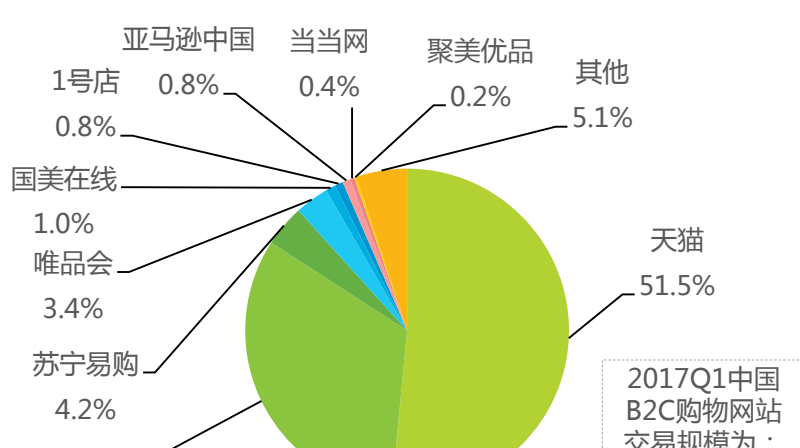
2017Q1中国B2C购物网站交易规模市场份额

(口径1)



2017Q1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_21440

