

中国移动电商行业研究报告

2017年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

核心观点

1



移动电商进入下半场

- 移动端流量红利消失，移动电商进入下半场角逐。

2



移动电商新势力崛起

- 老牌成熟企业成功转移至移动端，优势依旧，继续领跑；
- 垂直领域崛起移动电商新势力。

3



个性化服务是新竞争点

- 核心竞争点从基础服务提供转为个性化精准服务。

4



社交化和垂直经济是趋势

- 社交化、内容化、场景化是移动电商发展新趋势；
- 垂直领域、垂直用户经济以及新模式创新为新机会点。



电子商务

是指买卖双方基于互联网进行各种商贸活动，实现消费者网上购物、网上交易和在线支付以及各种金融活动和相关的综合服务活动的商业运营模式。

传统电子商务



以PC机为主要操作界面，即有线电子商务



移动电子商务

1. 利用手机、PDA及掌上电脑等无线终端进行的电子商务。
2. 它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，使人们可以实现随时随地、线上线下的购物与交易。



统计口径

1. 本报告中“移动电商”仅统计网络购物领域，不包含互联网金融等业务
2. 仅统计B2C、C2C，不包含B2B

中国移动电商行业发展背景

1

中国移动电商行业发展现状

2

移动电商时代典型企业案例

3

中国移动电商行业发展趋势

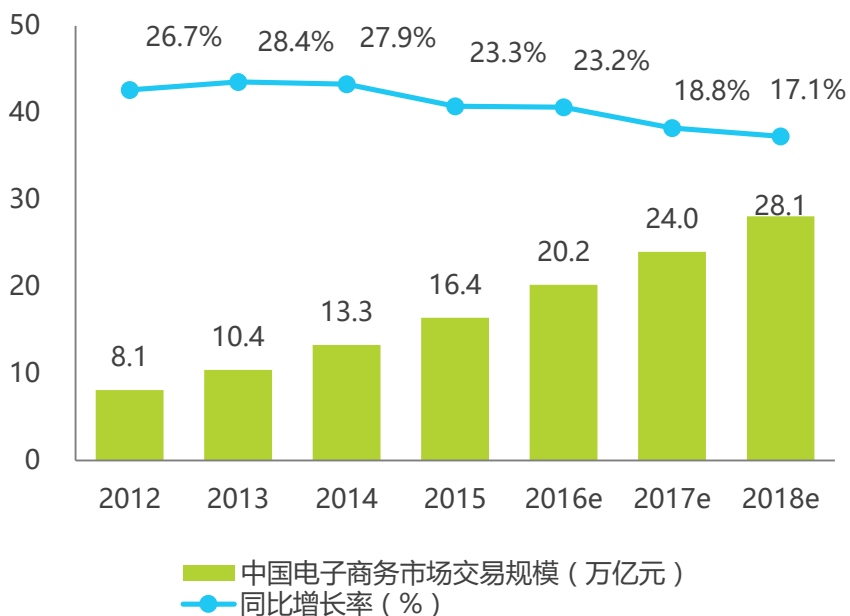
4

中国电子商务市场继续平稳发展

2016年中国电子商务市场交易规模超20万亿

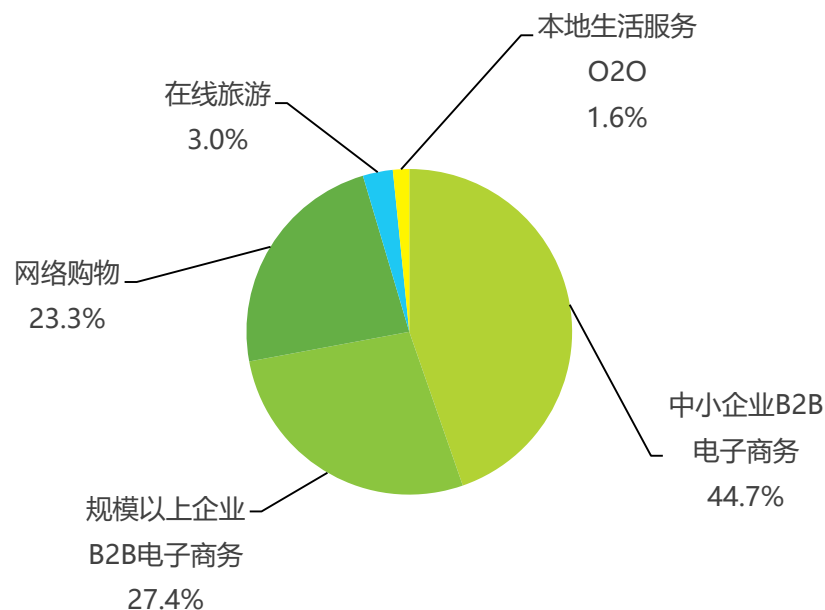
艾瑞咨询最新数据显示，2016年中国电子商务市场交易规模20.2万亿元，增长23.6%。中国电子商务市场继续稳步发展。其中，网络购物占比为23.3%，相比2015年占比升高，发展势头良好。

2012-2018年中国电子商务市场交易规模



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2016年中国电子商务市场细分行业构成



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

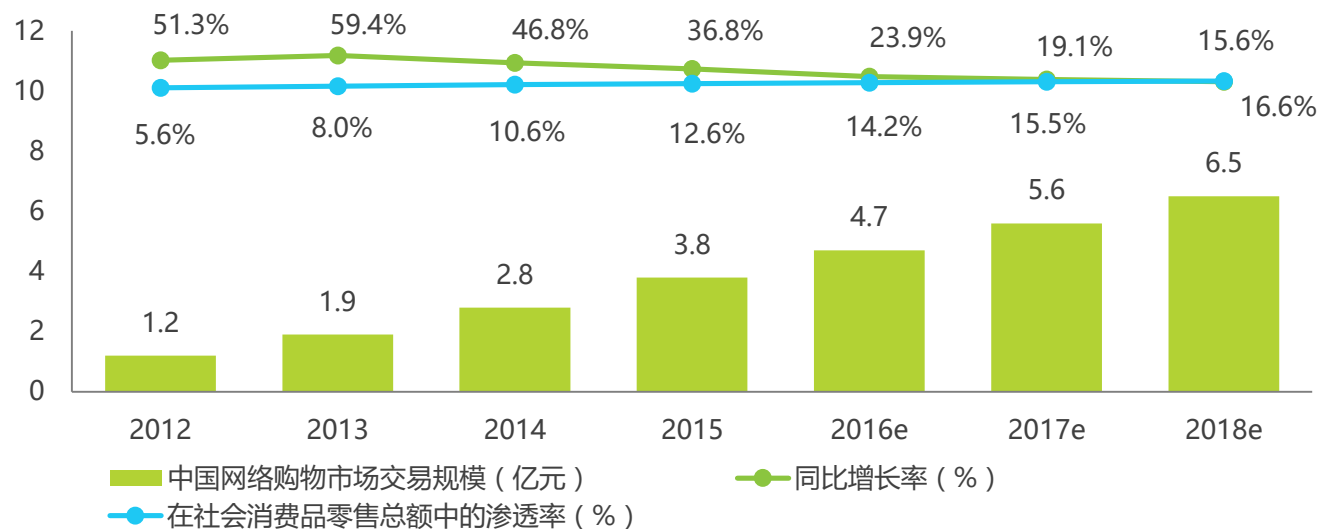
网络购物仍是零售主流渠道

平均每100元社零消费中有约14元来自线上

根据艾瑞咨询2016年中国网络购物市场数据，2016年中国网络购物市场交易规模为4.7万亿元，占社会消费品零售14.2%。网络购物对经济的贡献越来越大，仍是目前零售的主流渠道。

艾瑞分析认为，网络购物行业发展日益成熟，各家网络购物企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村网络购物。在综合网络购物格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直网络购物领域深耕，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。

2012-2018年中国网络购物市场交易规模



注释：网络购物市场规模为C2C交易规模和B2C交易规模之和。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

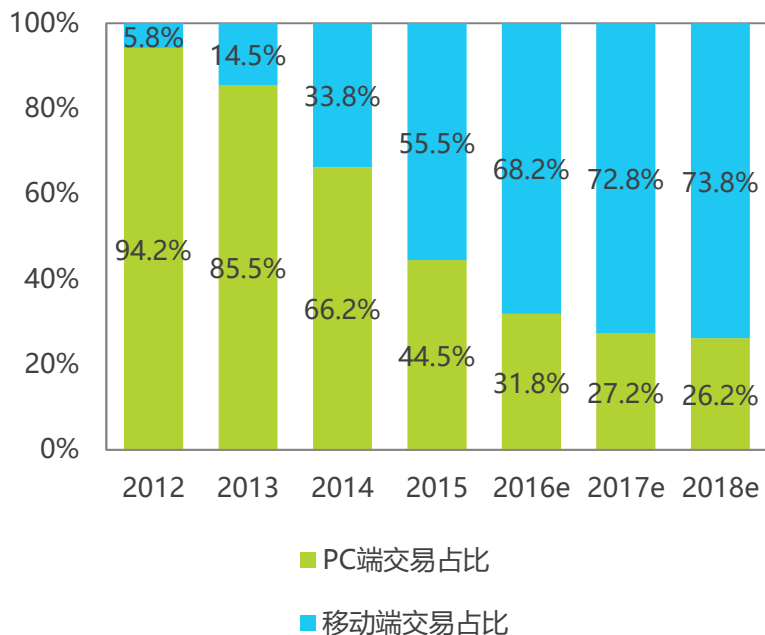
概念界定：艾瑞统计的网络购物市场规模指国内用户在国内购物网站的所有零售订单的总金额。零售指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团作为最终消费，而非生产、非经营用的商品的活动，包括售给居民个人和企事业单位的生活和公共消费（如办公用品），但不包括售给生产经营企业用于生产或经营的商品、售给商业单位用于转卖的商品。中国网络购物市场包含跨境进口、不包含跨境出口业务。

网络购物市场进入移动消费时代

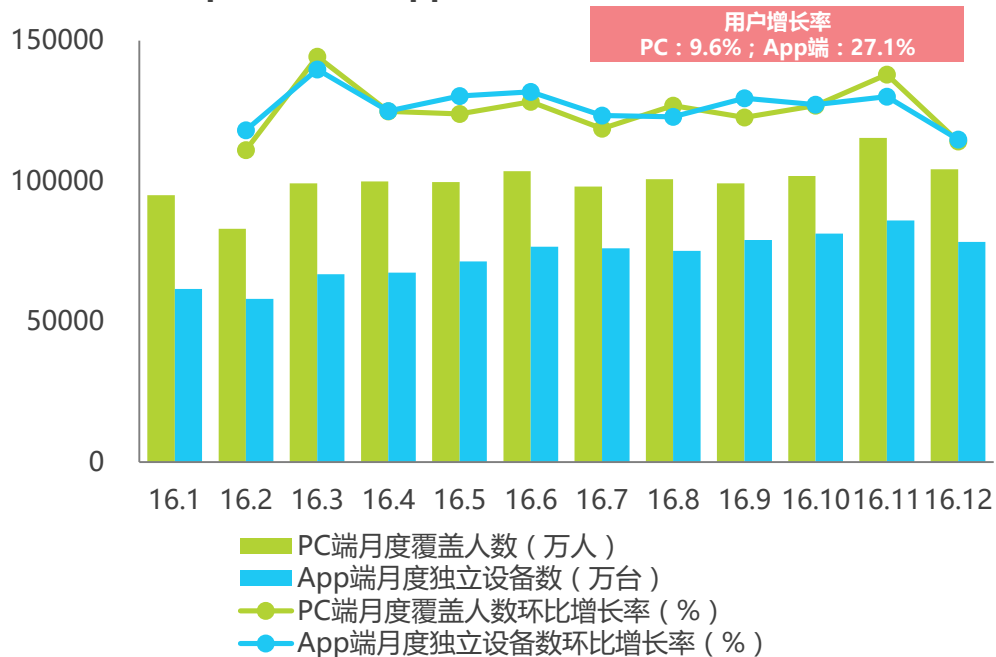
2016年移动端交易规模占比继续扩大；移动端成流量主要来源

艾瑞咨询数据显示，2016年中国移动网购在整体网络购物交易规模中占比达到68.2%，比去年增长22.8个百分点，移动端已超过PC端成为网购市场更主要的消费场景；与此同时，2016年，中国网络购物市场TOP10企业移动端用户增速远超PC端，App端用户增速达27.1%，PC端仅增长9.6%。艾瑞分析认为，用户消费习惯的转移、各企业持续发力移动端是移动端不断渗透的主要原因。

2012-2018中国网购交易额PC端和移动端占比



iUserTracker&mUserTracker-2016年中国网络购物市场Top10-PC端&App端月度覆盖人数及月独立设备数



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

来源：iUserTracker，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；mUserTracker基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

网民红利渐失，移动电商探索存量增值

2016年中国网民数量超7亿，其中手机网民规模达6.6亿人

移动购物最主要的优势是便利、随时随地，而智能手机的发展为这种便利提供了最直接的条件。但是随着互联网的发展和智能手机普及率的提高，网民规模及移动端网民规模增速均放缓。艾瑞咨询分析，2016年手机网民规模已达6.6亿人，市场增量空间减少，移动端流量红利消失。

2011-2015年中国网民规模与网络购物用户规模



2011-2015年中国手机网民规模与手机网购用户规模



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_21483

