

中国银行业电子商务产业链趋势报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

➤ **2014年中国电子商务市场整体交易规模达12.3万亿元，同比增长21.3%，未来仍将保持稳定增长。**

- 2014年中国整体网民规模达到6.49亿，已成为世界第一大网民国家。其中，移动网民数量达到5.57亿，同比增长11.4%，占整体网民比例为85.8%。
- 从市场渗透来看，2014年中国互联网普及率为47.9%，与美国的87%相比未来仍将有很大的发展空间。

➤ **在网络购物的大力推动下，艾瑞预计到2018年中国电子商务市场整体交易规模较2014年将实现翻番，达到24.2万亿元。**

- 2014年中国网络购物市场交易规模达到2.8万亿，同比增长48.7%，占社会消费品零售总额的比例达10.7%。
- 2014年中国移动购物市场交易规模为9297.1亿元，增长率高达239.3%，预计到2018年将扩大至45039.7亿元，将近5倍于2014年；
- 随着网民及移动网民规模的持续增长，移动网购市场的飞速发展，典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持较快增长。

➤ 面对中国快速发展的电子商务市场，中国银行业已开始积极布局。

- 截止2014年底，个人网银用户达3.82亿人，占整体网民规模比例达到58.9%；手机银行用户规模达到3.01亿人，占移动网民整体比例为54.1%。
- 2014年中国手机银行用户人均月均17.5次的高频次访问率，为中国银行业通过手机银行开展移动电商业务奠定了坚实的基础。
- 当前中国银行业在电商领域的战略定位主要体现为：1.持续发挥支付领域高度的社会信任和风险管理能力；2.通过对用户线上、线下消费数据分析帮助商户进行精准营销；3.将电子商务整合到网上银行和手机银行产品端，为客户提供查询、支付、购物、投资等一站式服务。
- 优化用户体验促进中国银行业的用户扩张和利润增长。

➤ 以99无限为代表的电商专业化服务商。

- 99无限于2015年4月荣获艾瑞咨询集团颁发的“移动金融最佳伙伴”，是一家以专门服务于中国金融机构为特色的电子商务平台服务商。
- 99无限聚集了超3亿的优质用户和精选商户，通过主要金融机构的各类移动端应用，提供多元化的产品和服务。
- 99无限电商平台为中国银行用户提供一站式、安全、可靠的网购平台。一方面，帮助商业银行实现快速电商化；另一方面，提升用户粘性和价值，增加银行业务收入。

1

中国银行业电子商务发展环境分析

1.1

中国互联网网民规模及渗透率

1.2

中国电子商务市场发展现状分析

1.3

中国银行业整体经营状况分析

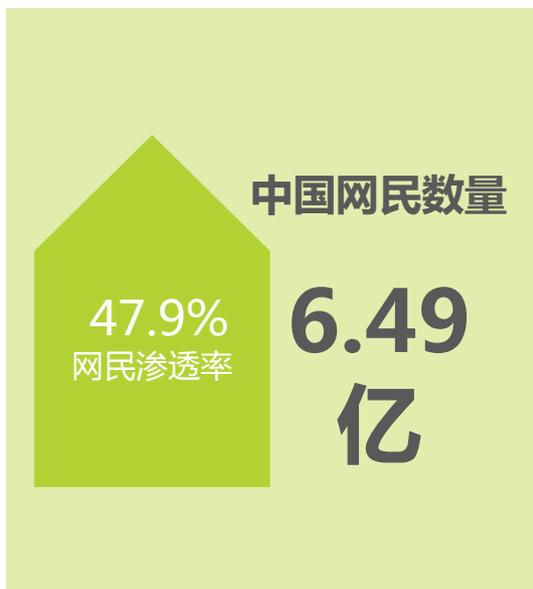
1.4

中国银行业电子商务发展机遇

中国互联网网民规模及渗透率

网民规模达6.49亿，移动网民数量增长快速

2014年中国整体网民规模达到6.49亿，已成为世界第一大网民国家。而互联网普及率为47.9%，与美国相比未来还有很大的提升空间。其中，移动网民数量达到5.57亿，同比增长11.4%，占整体网民比例为85.8%。海量的网民规模决定互联网市场拥有巨大的发展空间，同时也为各行业、各企业提供众多的市场机会。



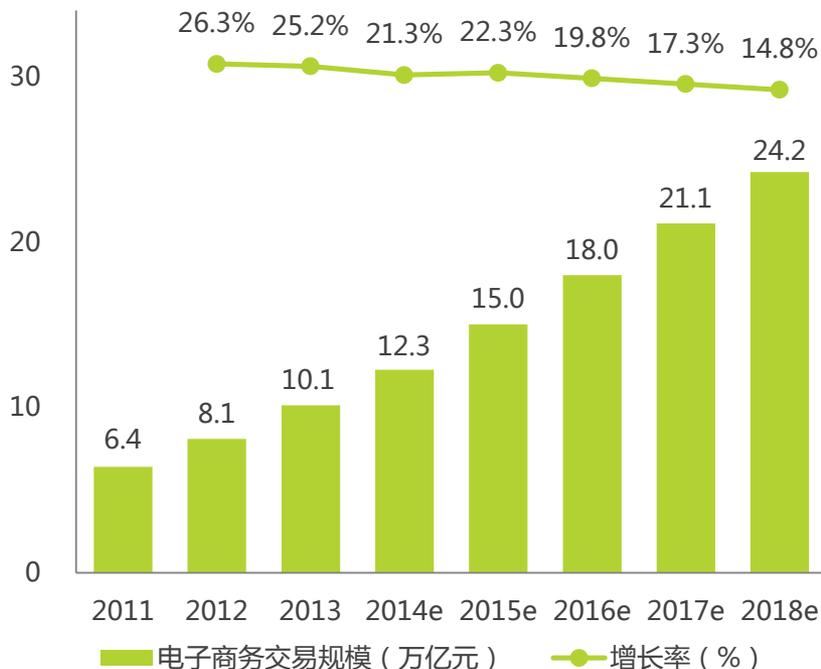
来源：中国网民和移动网民数据来源于CNNIC，美国网民数据来源于PEW。

中国电子商务市场发展现状分析

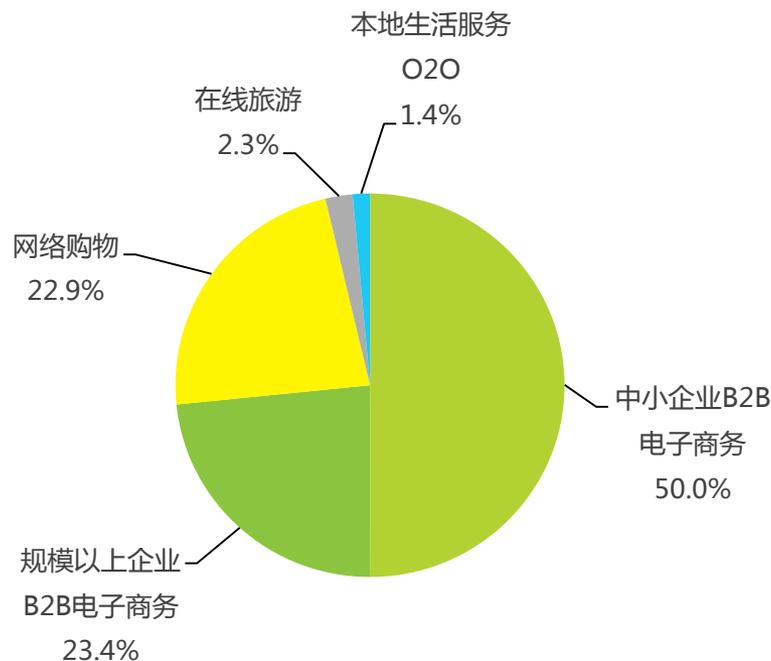
电子商务市场持续平稳增长，网购占比明显提升

2014年中国电子商务市场基本发展成熟，交易规模12.3万亿元，增长21.3%。其中，B2B电子商务仍然是电子商务的主体；网络购物交易规模市场份额达到22.9%，比2013年提升4.2个百分点；在线旅游交易规模与本地生活服务O2O市场占比与2013年相比均有不同程度的提升。

2011-2018年中国电子商务市场交易规模



2014年中国电子商务市场细分行业构成



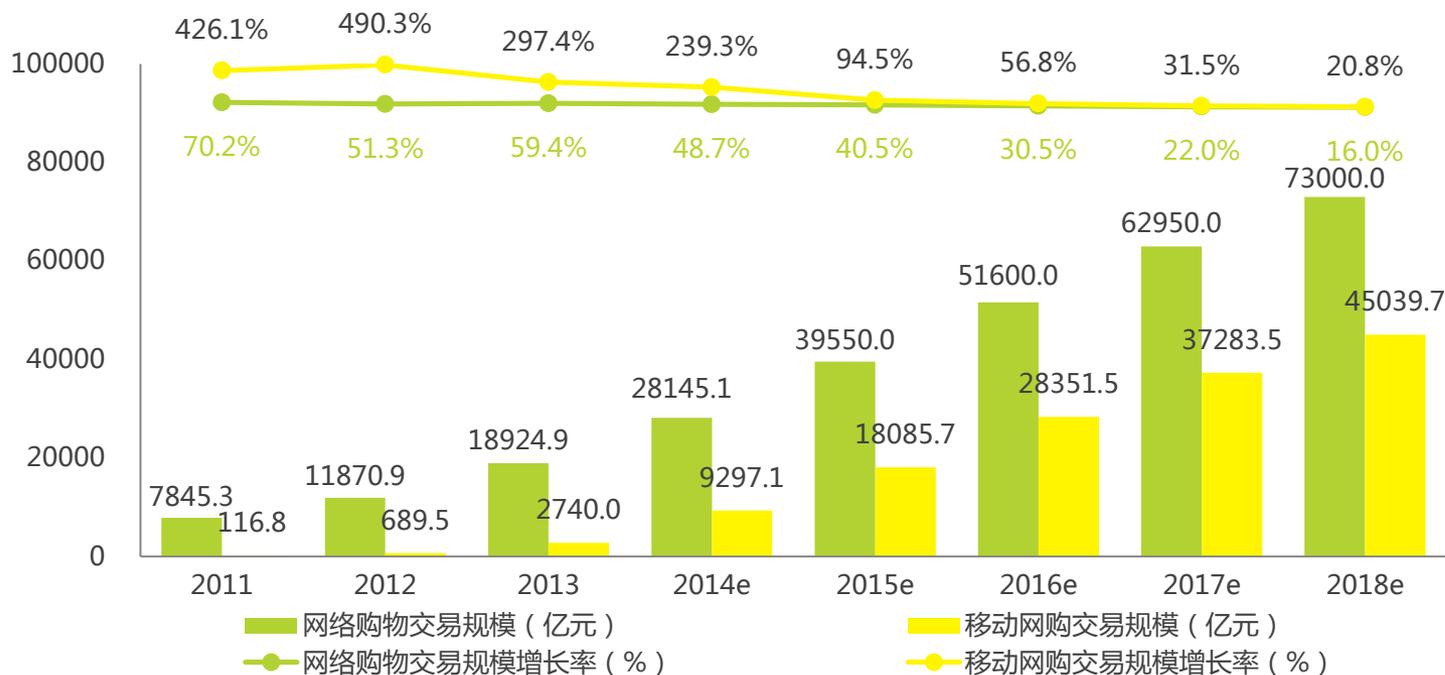
注释：1.电子商务交易规模包括B2B电子商务交易规模（含规模以上B2B电子商务交易规模和中小企业B2B电子商务交易规模）、网络购物交易规模、在线旅游及本地生活服务O2O交易规模，其中暂不包括付费数字产品下载、网络代缴费等商品类别的交易规模；2.本地生活服务O2O市场规模是餐饮、婚庆、休闲娱乐、亲子、美容美护细分行业O2O市场规模之和。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国电子商务市场发展现状分析

网购占社零比例破10%，移动购物市场潜力巨大

2014年中国网络购物市场交易规模达到2.8万亿，增长48.7%，仍然维持在较高的增长水平，占社会消费品零售总额的比例达10.7%。其中，移动购物市场交易规模为9297.1亿元，增长率高达239.3%，占网购整体市场比例为33%。随着移动网购市场的飞速发展，典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持较快增长，产业链各环节特别是电商服务市场亦将获得快速发展。

2011-2018年中国网络购物和移动购物市场交易规模



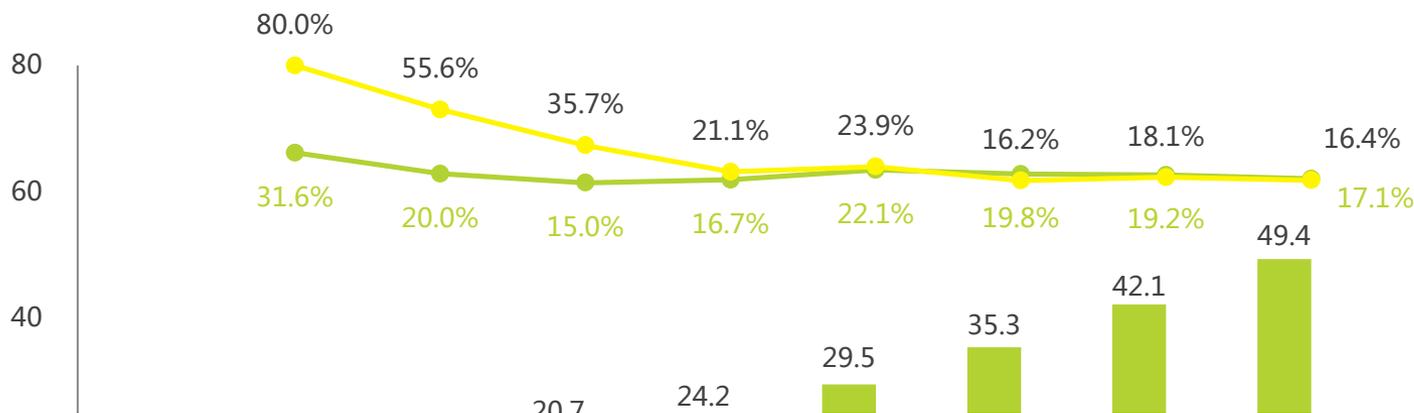
注释：网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国银行业整体经营状况分析

银行卡规模持续增长

2014年中国银行卡发卡总规模达到49.4亿张，同比增长17.1%；其中信用卡总规模达4.6亿张，同比增长16.4%，占整体银行卡总规模的9.2%。艾瑞认为，2011年央行全面启动的银行磁条卡向IC卡迁移的政策推动中国银行卡发卡规模的新一轮增长，人均持卡量已经达到3.6张，一线发达城市甚至更高，银行卡规模的持续增长为中国银行业电商化奠定了坚实的基础。

2006-2014年中国银行卡及信用卡总规模



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_21761

