

中国网上零售市场企业年度盘点 专题研究报告2015（简版）

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



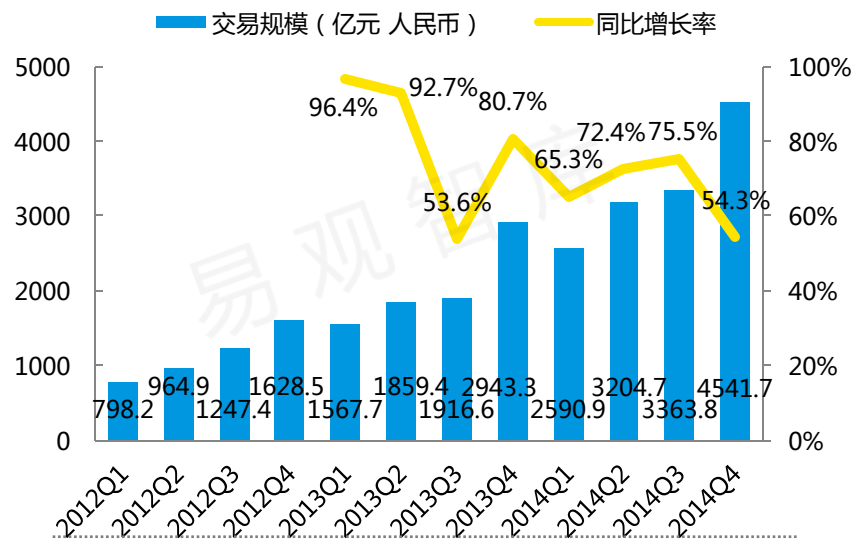
网上零售市场年度盘点

网上零售B2C市场持续高增长，已成国民经济重要组成



2014年第4季度网上零售B2C市场规模达**4541.7亿元**

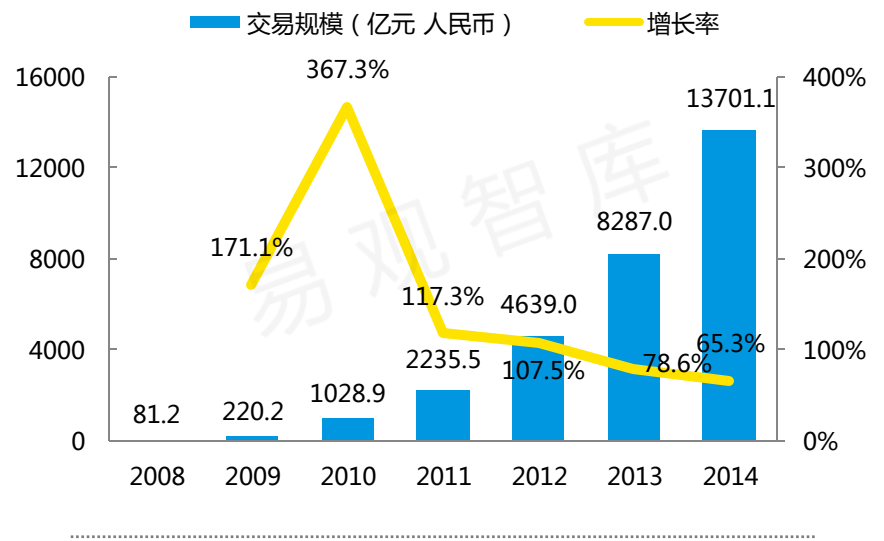
2012Q1-2014Q4中国网上零售B2C交易规模



© Analysys 易观智库

www.enfodesk.com

2008-2014年中国网上零售B2C交易规模



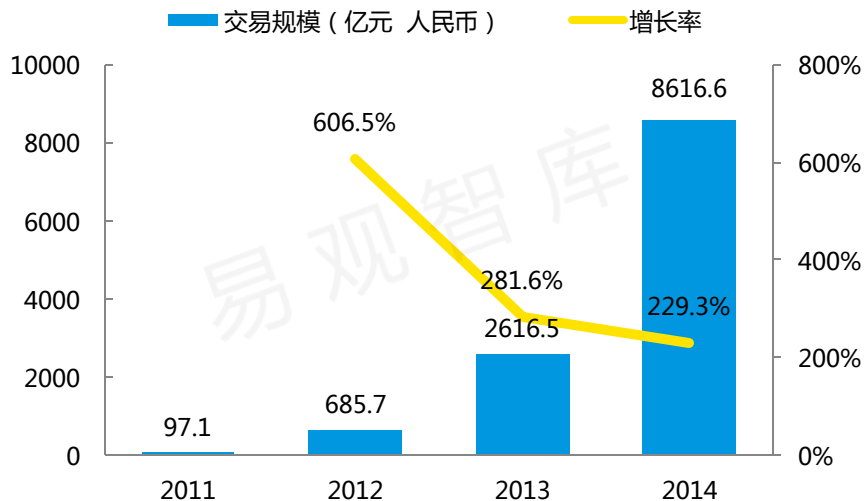
© Analysys 易观智库

www.enfodesk.com

移动网购占比稳步提升，已成网上零售重要渠道

2014年第4季度移动端占比达**35%**，全年占比超**30%**

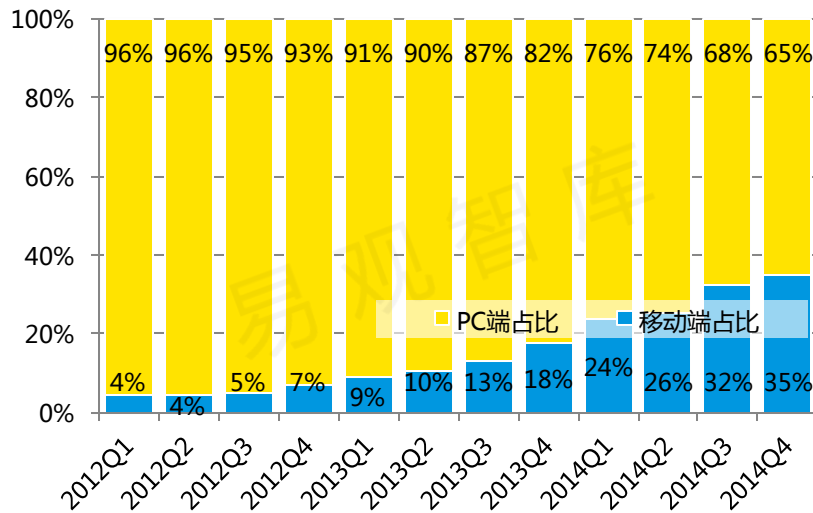
2011-2014年中国移动网购交易规模



© Analysys 易观智库

www.enfodesk.com

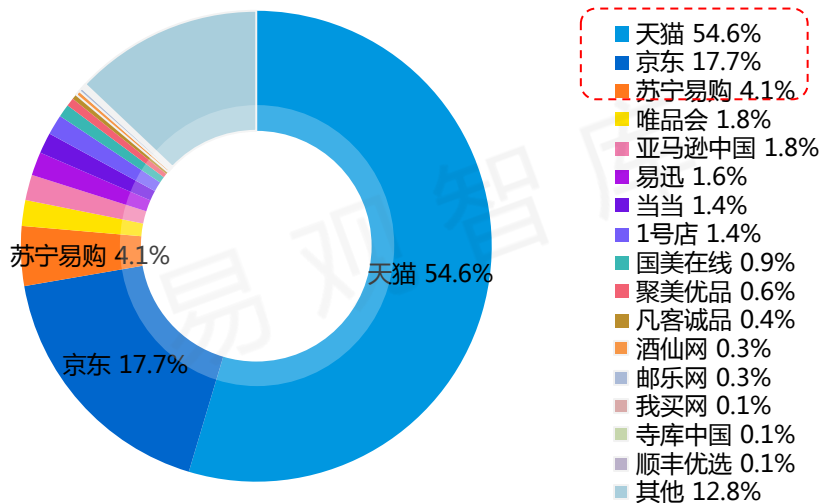
2012Q1-2014Q4中国网上零售/移动网购占比



© Analysys 易观智库

www.enfodesk.com

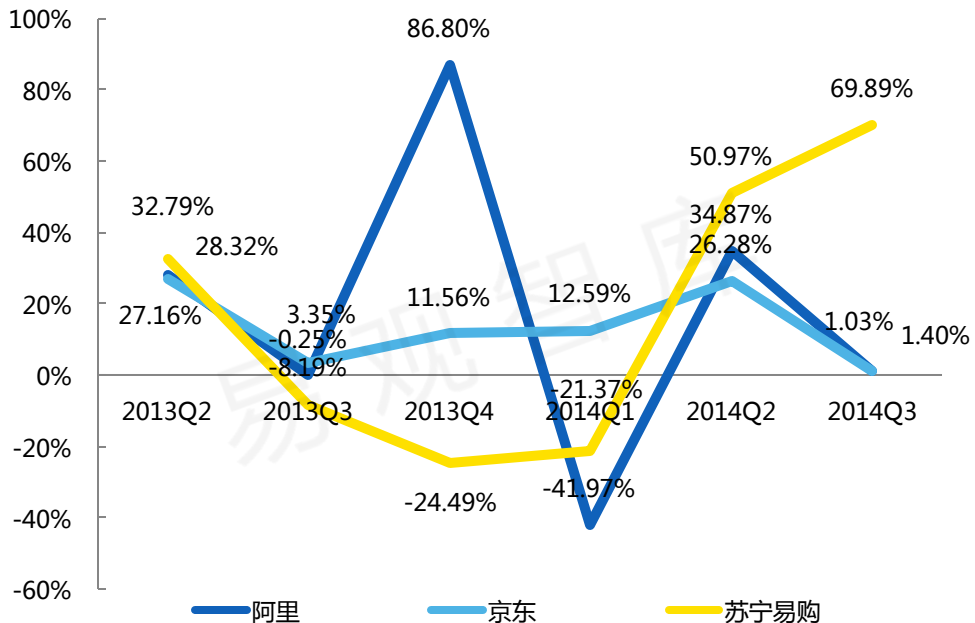
2014年中国网上零售B2C市场份额



- 2014年,阿里,京东等电商企业相继上市。目前第一集团军市场份额已经稳固,天猫、京东、苏宁三家企业累计市场占有率达**76.4%**;
- 就竞争形势来说,排名靠前的企业拥有明显的资金、资源、流量优势,无论是品类组成,业务布局,产品创新,都处于领先地位。

三大电商平台营收增长率变化趋势

2013Q2-2014Q3三大电商平台营业收入增长率



© Analysys 易观智库

www.enfodesk.com

2014年，整个电商市场依然保持较高的增长速度。京东在上市之后增速进一步提升；天猫在“双十一”前后有较大波动，增速有所放缓，但体量巨大，影响力依旧；苏宁易购进入2014年后，战略转型成果逐步显现，线上业务实现突破，增速行业领先，3季度营收更是超过前两个季度总和。

三大厂商重点促销季业绩表现



6.18

- 当天销售额**34亿**元
- 订单量超**600万**，同比增长**100%**
- 移动端订单量占比超**1/4**



8.18

- 单日订单量达**220万**
- 同时在线人数突破**1300万**
- 销售额同比增长**390%**
- 物流妥投率**98%**

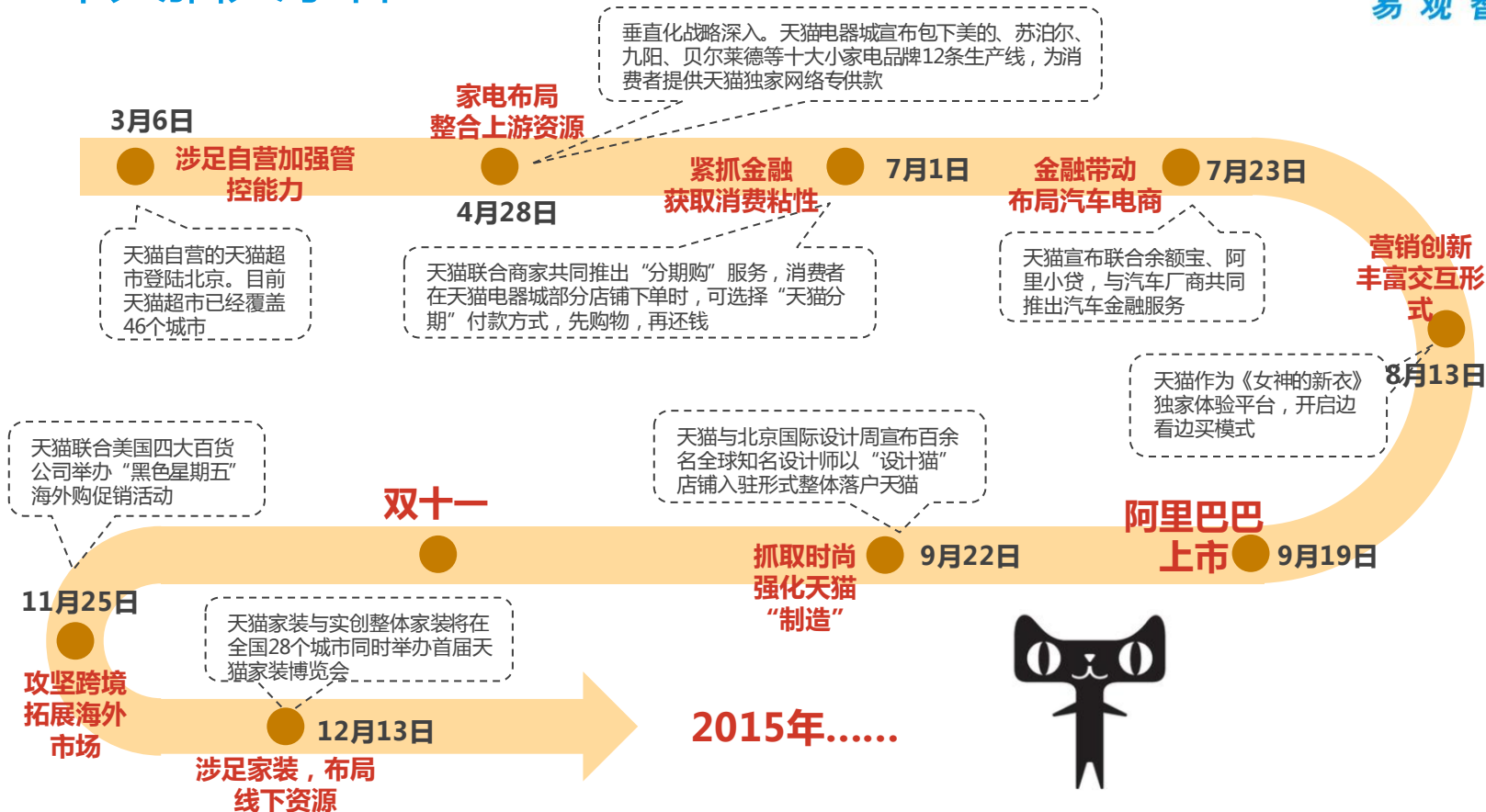


11.11

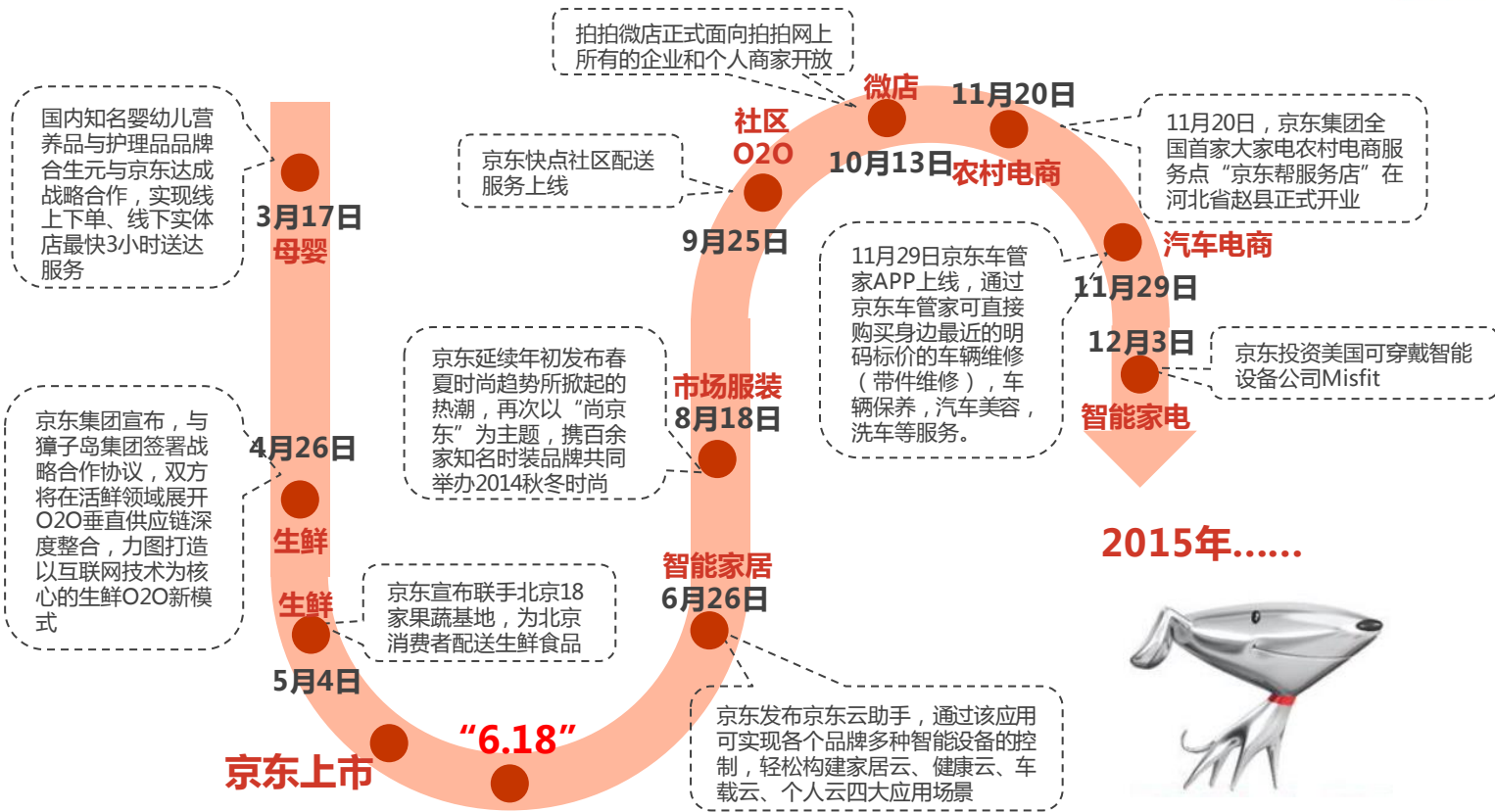
- “双十一”当天销售额达**571亿**元
- 移动端销售额**243亿元**，占比达**42.6%**
- 当天订单量达**2.78亿**

三大重点平台业务解析

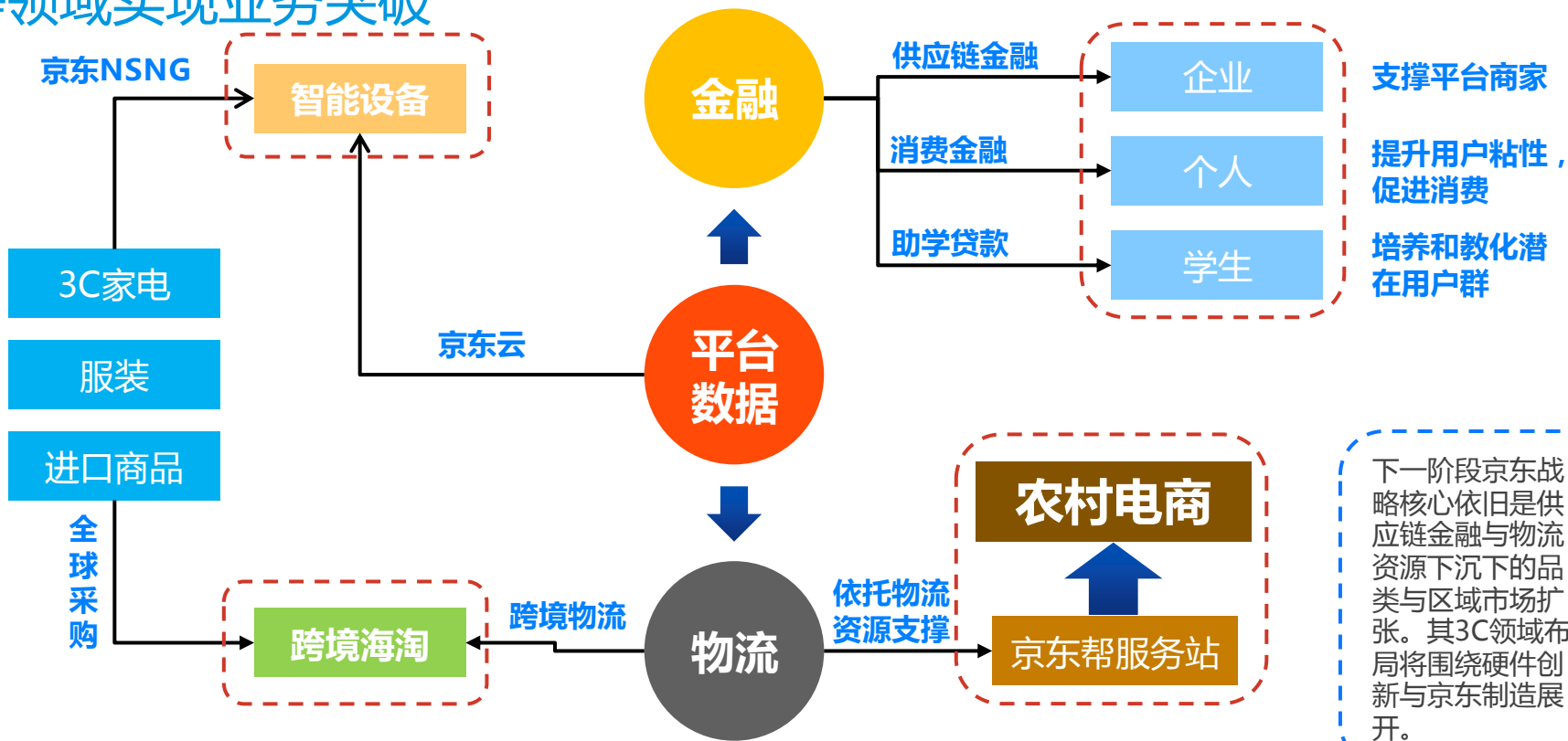
2014年天猫大事件



2014年京东大事件

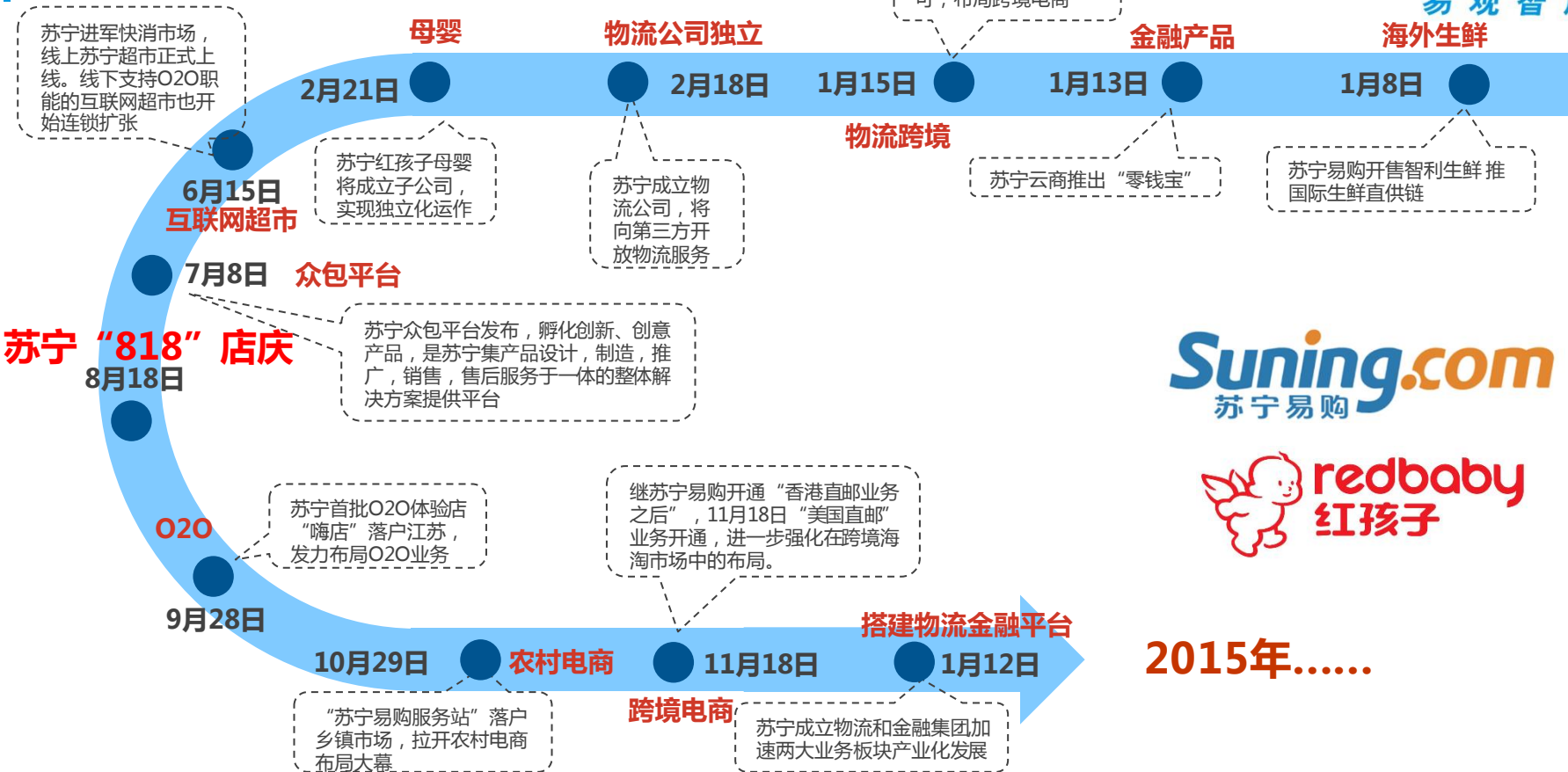


以平台及数据为核心，金融、物流为补充的“两翼一体”的业务组成，在智能设备，跨境海淘，农村电商，互联网金融等领域实现业务突破



下一阶段京东战略核心依旧是供应链金融与物流资源下沉下的品类与区域市场扩张。其3C领域布局将围绕硬件创新与京东制造展开。

2014年苏宁易购大事件



Suning.com
苏宁易购



2015年.....

苏宁云商建成以线下门店+线上平台为基础的“O2O互联网零售商”模式，红孩子母婴，苏宁超市，海外直邮成为重要的品类补充，物流，金融，云服务，农村电商成为新业务组成及增长点

聚拢年轻消费者
布局未来市场

校园
市场

苏宁云商进入业务爆发期。海淘，农村电商，校园活动，开放平台，物流平台，众包平台，互联网金融，云服务，各类业务已布局完成，未来集团发展将进入业务深化阶段，随着协同作用提升，苏宁易购的业务或呈现爆发式增长

苏宁
超市

线上+线下
补充品类短板

创新、创意
产品孵化

苏宁
众包

苏宁
物流

物流、配送
售后服务

云服务
云计算

苏宁
云台

大家电，3C，母婴为核心品类
Online 2 Offline

线下
门店

线下体验
线上支付

苏宁超市，海淘电商作为品类补充

理财、支付中
小微企业服务
供应链金融

苏宁
金融

海外
直邮

依托全球采购优势，丰富品类



网上零售市场未来趋势展望

市场层面：“走出去”与“沉下来”齐头并进

天猫国际

JD 京东 海外购

Suning.com 海外购

海淘

ebay
amazon

AliExpress

跨境出口零售

跨境海淘电商

跨境出口零售

海外
市场

中国网上零售市场的崛起极大提升了国际影响了，侧面推动跨境海淘和出口零售业务的快速增长，海外市场将成为中国电子商务企业争夺的新热点。

国内市场发展相对成熟，传统品类市场空间有限，新兴品类，如汽车、生鲜、家装等成为新的开拓领域，O2O等创新成为新品类、新市场开拓的主要方式，线上线下市场融合加速。

现有
市场

品类进一步丰富

线上线下逐步融合



淘宝农村服务站

京东帮
农村服务站

苏宁易购
农村服务站

三四线城市

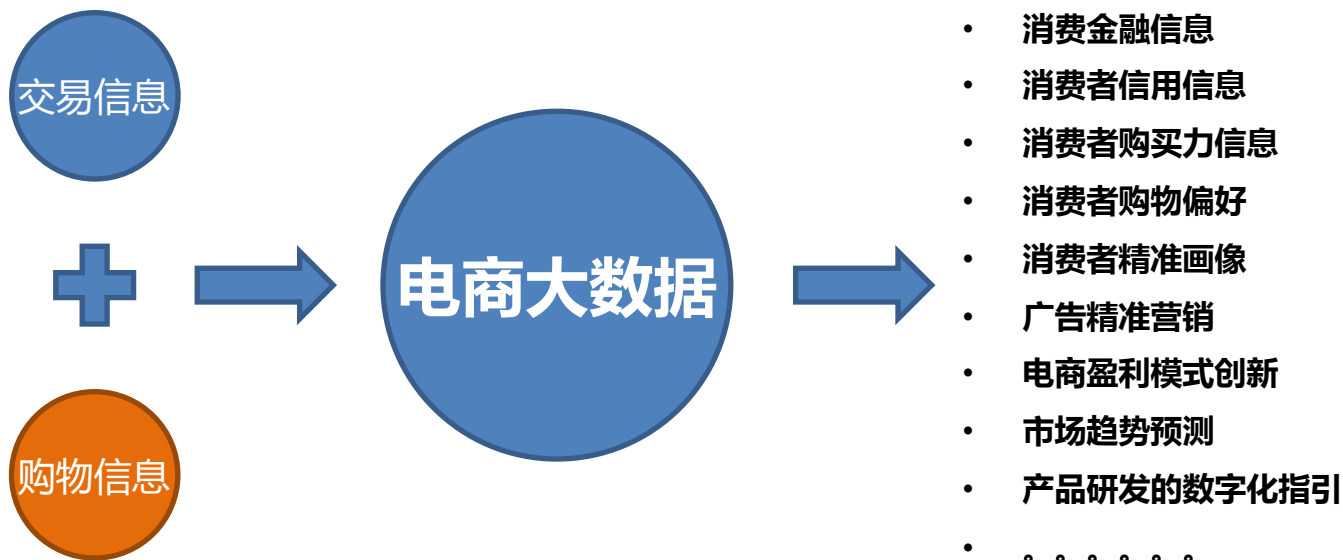
农村市场

渠道
下沉

一二线城市市场趋于饱和，三—六线城市，农村市场尚有巨大空间待挖掘；但开拓农村市场存在诸多困难，渠道、物流、服务的下沉成为开拓农村市场的必备基础。

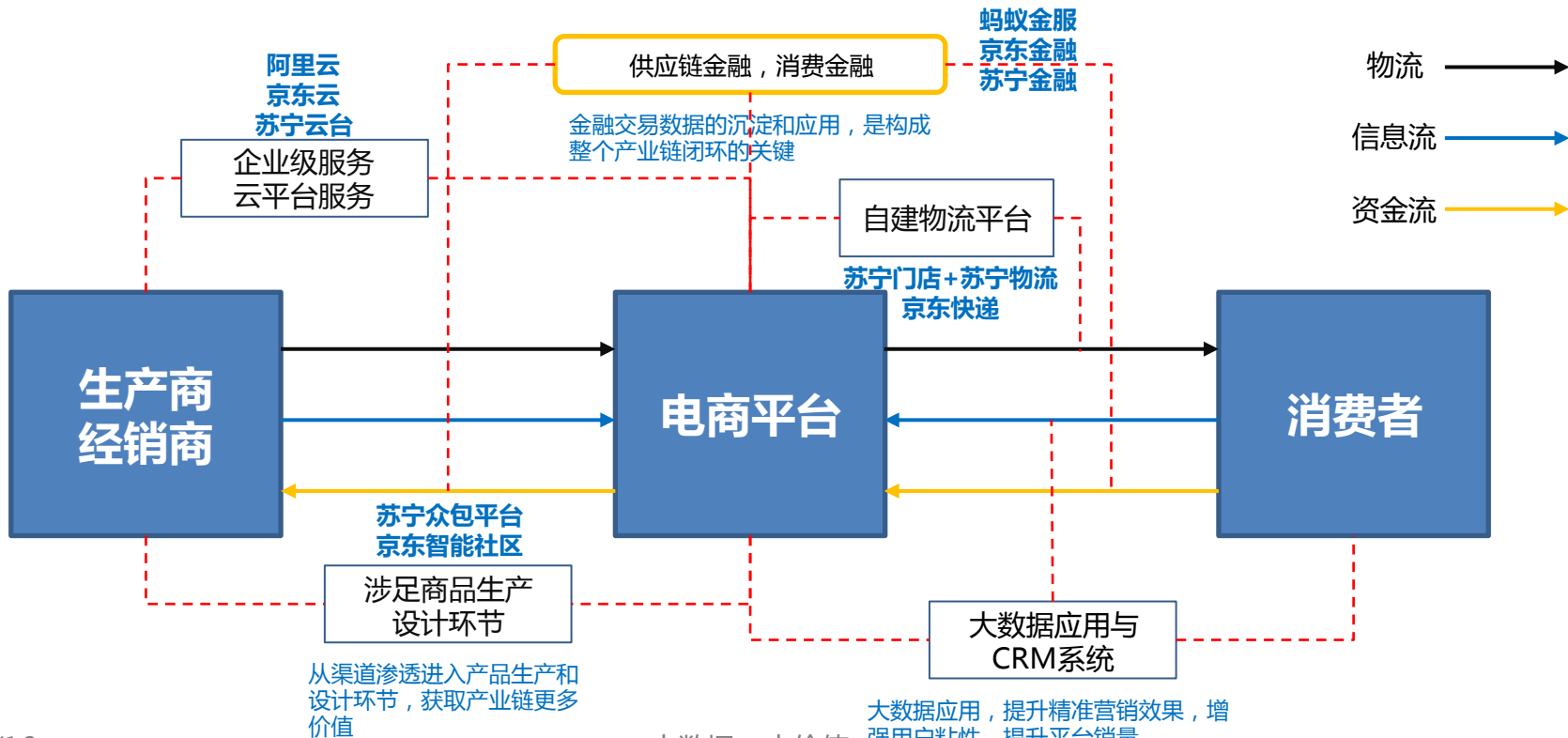
技术层面：电商大数据及精准营销进入实际应用阶段

- ✓ 网购市场经过多年的发展，消费者交易信息，购买信息已沉淀到一定水平，相关技术及应用也稳步提升，下一阶段将是对电商大数据的实际应用阶段，对数据资产的应用将是下一阶段网购创新的重点。



产业链整合：获取更多价值点，构筑竞争壁垒

- ✓ 电商企业规模、影响力、市场地位的提升增强了其在产业链中的话语权，为谋求更多价值点，构筑竞争壁垒，电商企业不断渗透进入物流、金融、生产，设计，企业级服务等产业链各环节。



大数据 大价值



- eCR-中国网购商品雷达
- eUR-中国数字消费用户雷达
- eBI-中国互联网商情
- eIR-中国创新应用雷达