

中国电商生命力报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

电子商务发展现状

- 电商生态发展，规模稳定增长
- 四大巨头，各领风骚
- 用户队伍壮大，性别趋于均衡



电子商务发展趋势

- 移动电商时代，用户消费场景化
- 用户消费升级，电商国际化加速
- 用户人群更加细分，电商企业多元化发展
- 社交+电商势头强劲，未来市场可期

中国电子商务发展现状

1

- 电商生态发展，规模稳定增长
- 四大巨头，各领风骚
- 用户队伍壮大，性别趋于均衡

中国电子商务发展趋势

2

电商开启生态发展时代

转型之后，中国电子商务快速崛起，走向生态化发展道路

中国电子商务经过二十年的发展，市场不断优化，电商巨头阿里巴巴、京东、唯品会等纷纷赴美上市。一方面，电商由综合网购不断向母婴、跨境、农村等细分领域发展；另一方面，线上线下结合、企业合纵连横、大数据技术的运用，都象征着中国电子商务走向生态化发展道路。而企业不断打通生态入口、产品、服务和场景，对自身生态体系内的资源重新整合，打破行业边界。

中国电子商务发展历程

萌芽期（1997-1999年）

信息化水平较低，大众对电子商务缺乏了解，加上互联网泡沫等因素影响，电商网站大多举步维艰

- B2B-中国化工网上线
- B2C-8848成立
- C2C-易趣网上线
- 个人网银-招行一网通

复苏期（2003-2005年）

电子商务网站开始务实经营，大批网民逐步接受网购

- 阿里巴巴成立淘宝、推出支付宝
- 腾讯推出拍拍网，C2C三足鼎立格局形成

转型期（2008-2009年）

初步形成了具有中国特色的网络交易方式，进入规范化、稳步发展的阶段，电子商务企业竞争激烈

- 淘宝屏蔽百度搜索
- 特卖电商唯品会上线
- 当当网实现盈利
- 双十一大促开启

调整期（2000-2002年）

电商问题暴露，资金撤离，市场重新洗牌，优胜劣汰，超1/3网站销声匿迹

- 慧聪网上线，卓越网成立
- 中国电子商务协会成立
- eBay以3000万美元收购易趣网33%股份

成长期（2006-2007年）

国家政策支持，基础环境不断成熟，物流、支付、诚信瓶颈得到基本解决

- 网盛科技上市，A股“中国互联网第一股”诞生
- 京东商城获投，开启国内家电3C网购新时代

发展期（2010-2012年）

大量传统企业和资金流入，网民数量和物流快递行业都快速增长

- 阿里巴巴建大淘宝物流
- 支付宝获得牌照
- 唯品会美国上市
- 电商监管首度立法

崛起期（2013年至今）

去中间化、去中心化、去边界化，多行业多领域全方位生态圈布局

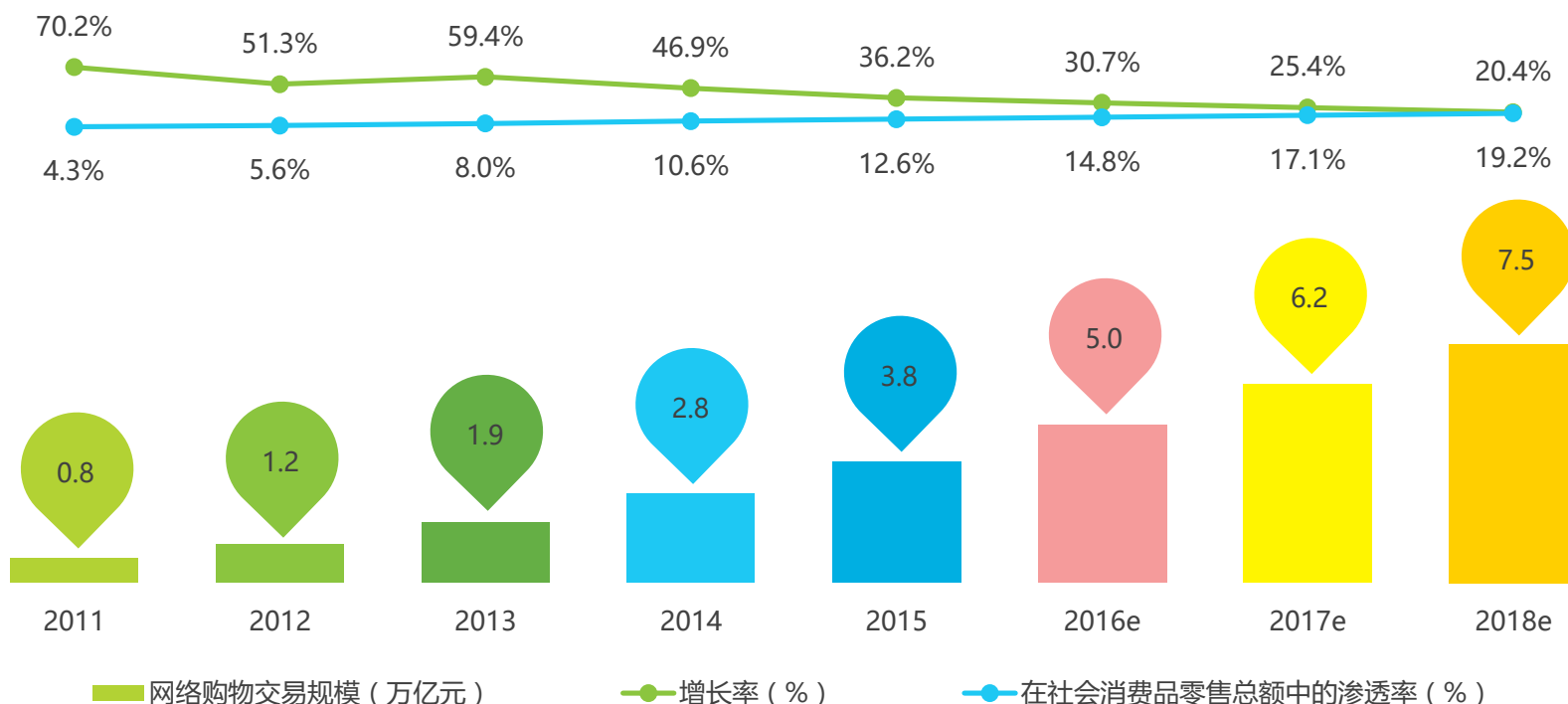
Now

中国网络购物交易规模稳定增长

企业多点发力，2015年中国网购交易规模达3.8万亿元

2015年中国网络购物市场交易规模达3.8万亿元，较上年增长36.2%，仍然保持稳定的增长水平。网络购物行业发展日益成熟，各家电商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、下沉渠道发展农村电商。在综合电商格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直电商领域深耕，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。

2011-2018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交易额和B2C交易额之和。

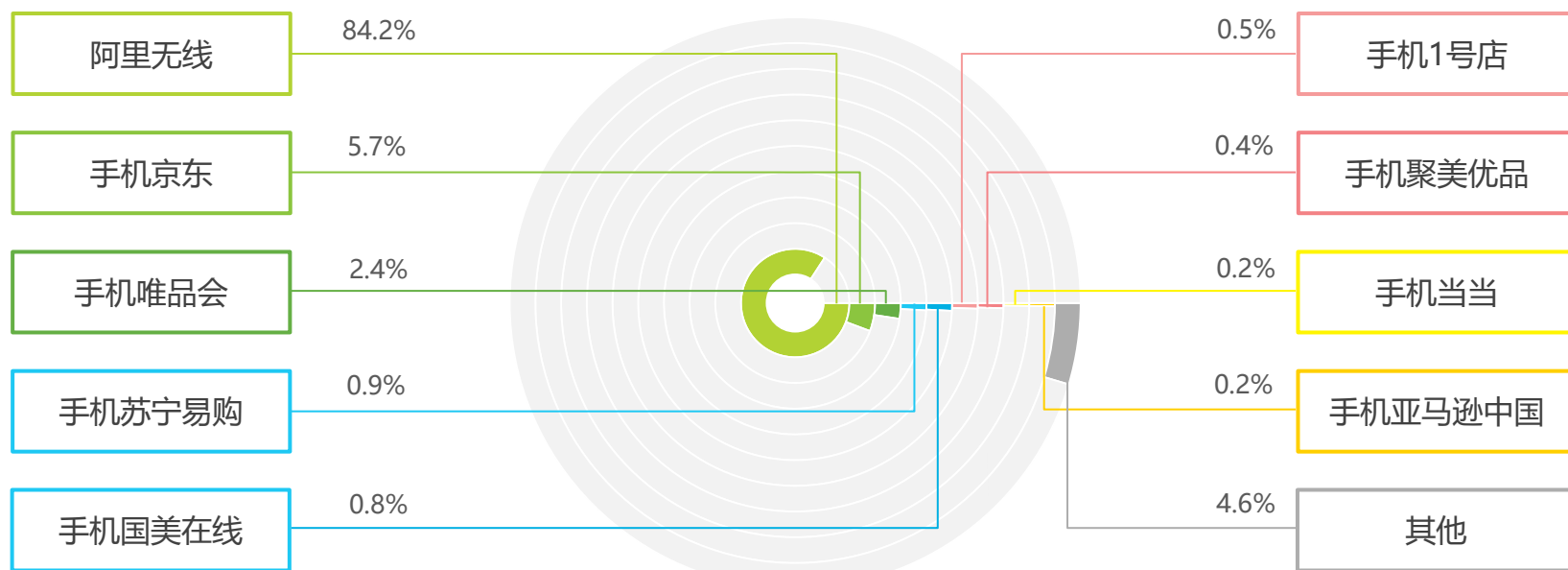
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

阿里无线领跑，唯品会移动端占比最高

阿里无线交易规模占比84.2%，唯品会移动端约90%

移动网购市场集中度很高，2015年阿里无线依然稳居首位，市场交易规模占比84.2%。交易规模第三的唯品会移动端占比更是高达约90%，在Top电商中位列第一。京东、苏宁、国美等企业也大力发展移动端，移动端占比均有提升，市场竞争较激烈。

2015年中国移动购物市场企业交易规模占比



中国电子商务发展现状

1

- 电商生态发展，规模稳定增长
- **四大巨头，各领风骚**
- 用户队伍壮大，性别趋于均衡

中国电子商务发展趋势

2

中国网络购物行业产业链图谱



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_21507

