



剁手绵绵无绝期

2018年电商行业研究报告

极光大数据

2018年12月

电商行业的概念与范畴

本报告定义的电商是狭义的电商概念，即消费者通过互联网进行一手商品购买的平台，不含B2B和二手交易

- 本报告将结合电商大数据以及电商用户调研的数据，从行业运营情况、用户评价、用户粘性、用户价值、双十一情况、用户画像等多个方面综合分析电商行业的情况

综合商城

淘宝、天猫、京东、拼多多、
唯品会、聚美优品

跨境电商

网易考拉、别样、
洋码头、豌豆公主
.....

社交商城

小红书、云集、微店
.....

电商平台

垂直电商

贝贝、孩子王、
良品铺子、蜜芽
.....

生鲜电商

多点、盒马、本来生活、
京东到家、每日优鲜.....

数据来源：公开资料整理

核心观点



移动购物行业用户规模和渗透率在过去一年内快速增长，截至11月，移动购物行业用户规模接近8亿，渗透率71.1%



淘宝在各项运营指标上均占据龙头地位，11月app渗透率达52.5%，月均DAU近2亿；拼多多在过去一年内增长迅速，各项运营指标已达到行业第二



京东、淘宝和天猫的用户评价最高，净推荐值均超20%；淘宝、拼多多和京东的用户粘性更强，忠诚度均在7成以上



极光用户价值分层模型的结果显示，淘宝和天猫在用户维系方面做得较好，贡献消费金额的核心VIP客户占比较高，流失用户占比较低



从DAU和日新增用户提升的相对幅度来看，天猫和苏宁易购的双十一促销效果最好；用户评价方面，天猫和淘宝在双十一的净推荐值有明显提高

数据来源：极光大数据和极光调研

取数周期：2018.11

目录

1 行业运营情况

2 用户评价与粘性

3 用户价值分层

4 双十一分析

5 用户画像

CHAPTER 01

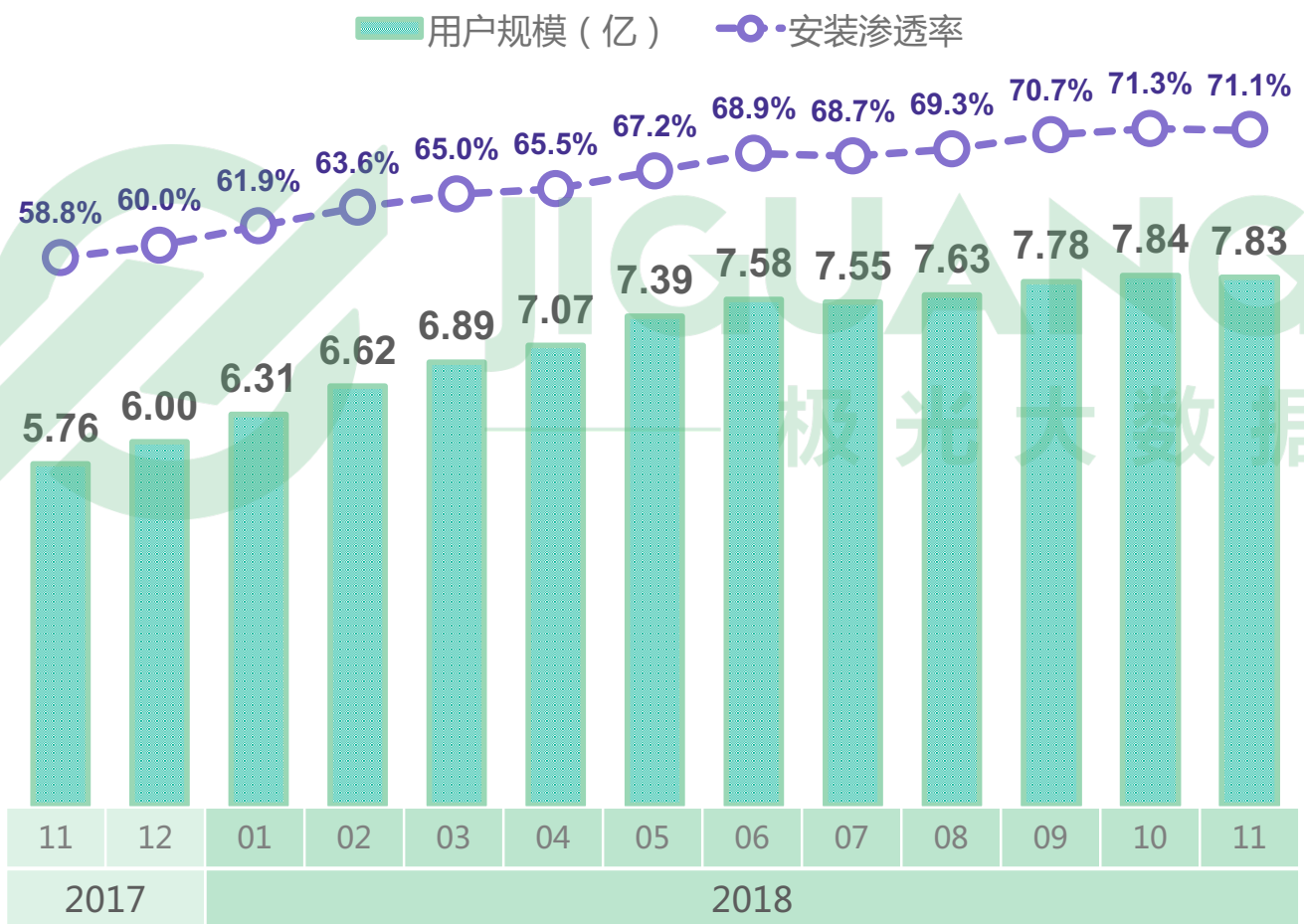
行业运营情况

移动购物行业规模与渗透率

移动购物行业用户规模近8亿

- 移动购物行业用户规模和渗透率在过去一年内快速增长，用户规模增长2亿至7.83亿，渗透率增长超过10个百分点，已超过7成

移动购物行业用户规模与安装渗透率



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.11-2018.11

注：用户规模指安装该行业任一app的用户数

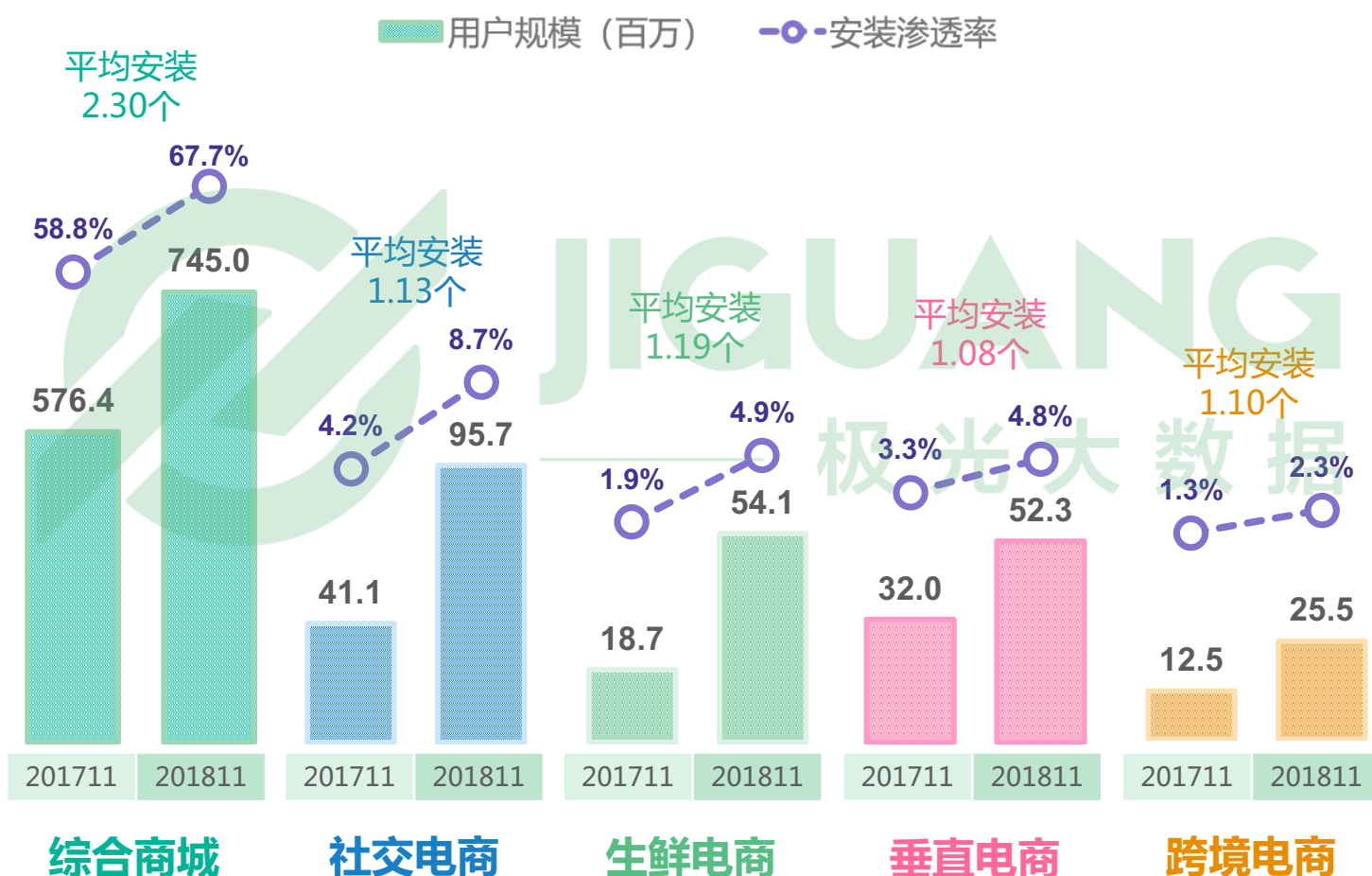
注：行业安装渗透率 = 安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数

电商子行业规模与渗透率

综合商城规模庞大，其它电商子行业规模小但发展迅速

- 综合商城渗透率过去一年增长近9个百分点，达67.7%，用户规模达到7.45亿，是电商行业中发展最早、规模最大的子行业
- 其它电商子行业在过去一年迅速发展，社交电商渗透率和用户规模增长一倍，生鲜电商的用户规模甚至增长两倍

电商子行业用户规模与安装渗透率



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.11-2018.11

注：用户规模指安装该行业任一app的用户数

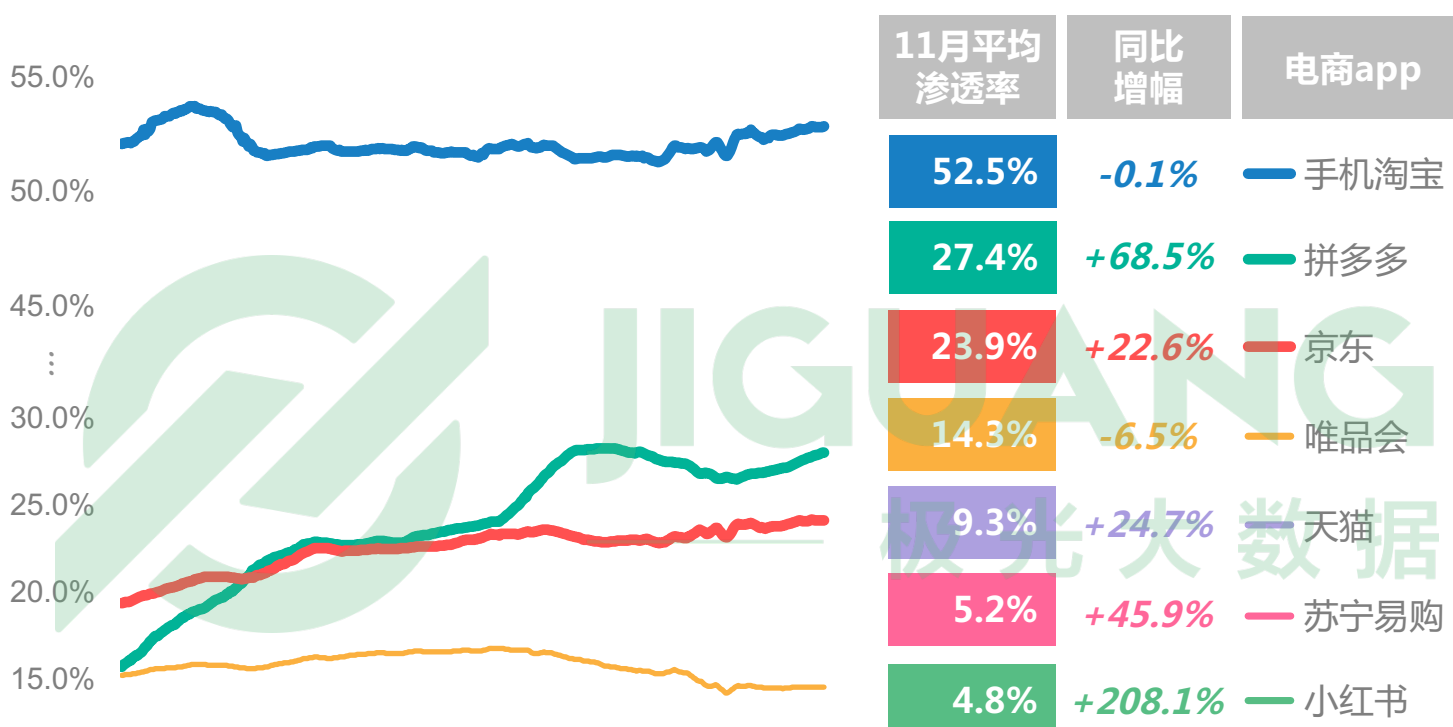
注：行业安装渗透率 = 安装该行业任一app的设备数 / 市场总设备数

主要app渗透率

手机淘宝的渗透率最高，小红书增速最快

- 手机淘宝渗透率达52.5%，拼多多渗透率为27.4%，京东渗透率为23.9%
- 多数电商app的渗透率在过去一年内都有所增长，其中小红书同比增速最高，增长达两倍，拼多多也取得较大增幅，增长68.5%

电商主要app渗透率



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_22093

