



2015 中国数字消费者调查报告： 对选择和变化日益强烈的 渴望





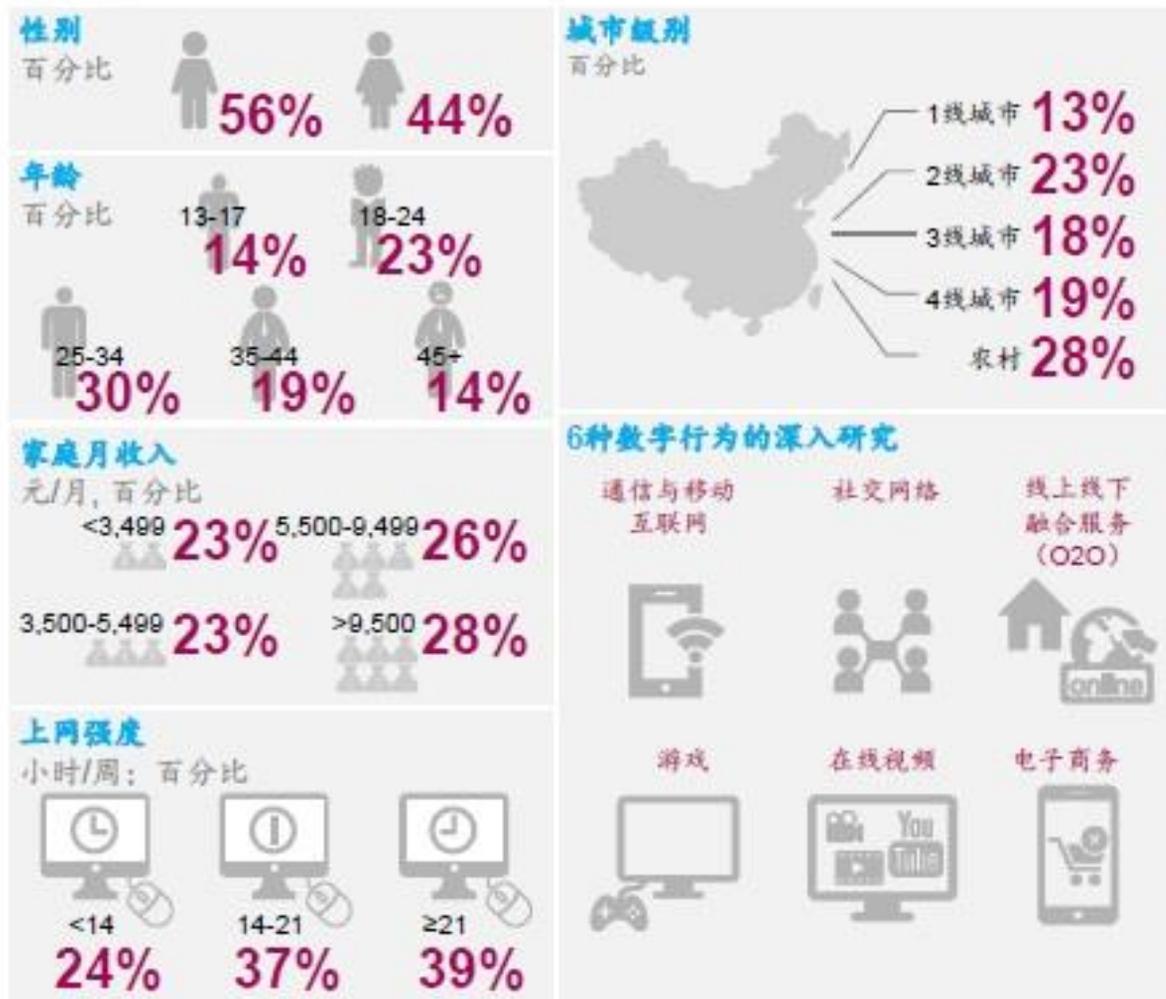
随着中国数字消费者对电子商务日益提升的接纳度以及大型零售商纷纷提供更加完善和多样的线上服务,中国电子商务的发展远超预期。

麦肯锡 iConsumer 2015 中国数字消费者调查覆盖了中国不同级别城市以及广大农村地区共计约 6.3 亿的互联网用户,对其行为和意愿进行了深入的调查和挖掘(见图 1)。调查结果揭示了若干发展趋势,包括:社交商务呈现强劲增长趋势,线下实体零售店向“展示厅”的转型,消费者对线上线下融合(O2O)服务的热情增加,食品网购需求的大幅增长,以及农村居民始料未及的线上参与程度。这些发现说明,中国数字消费者已处于全球最进阶消费者之列的中国数字消费者越来越欢迎并需要更多的创新网购体验。

图 1

iConsumer 2015 中国数字消费者调查覆盖了中国不同级别城市以及广大农村地区共计约6.3亿的互联网用户

N=6,183



资料来源: 麦肯锡 iConsumer 2015 中国数字消费者调查; Insights China 解读中国

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_46874



云报告
www.yunbaogao.cn

云报告
www.yunbaogao.cn