

兴起中的时尚女性垂直电商

Research@zero2ipo.com.cn
2015年8月

Zero2IPO Research

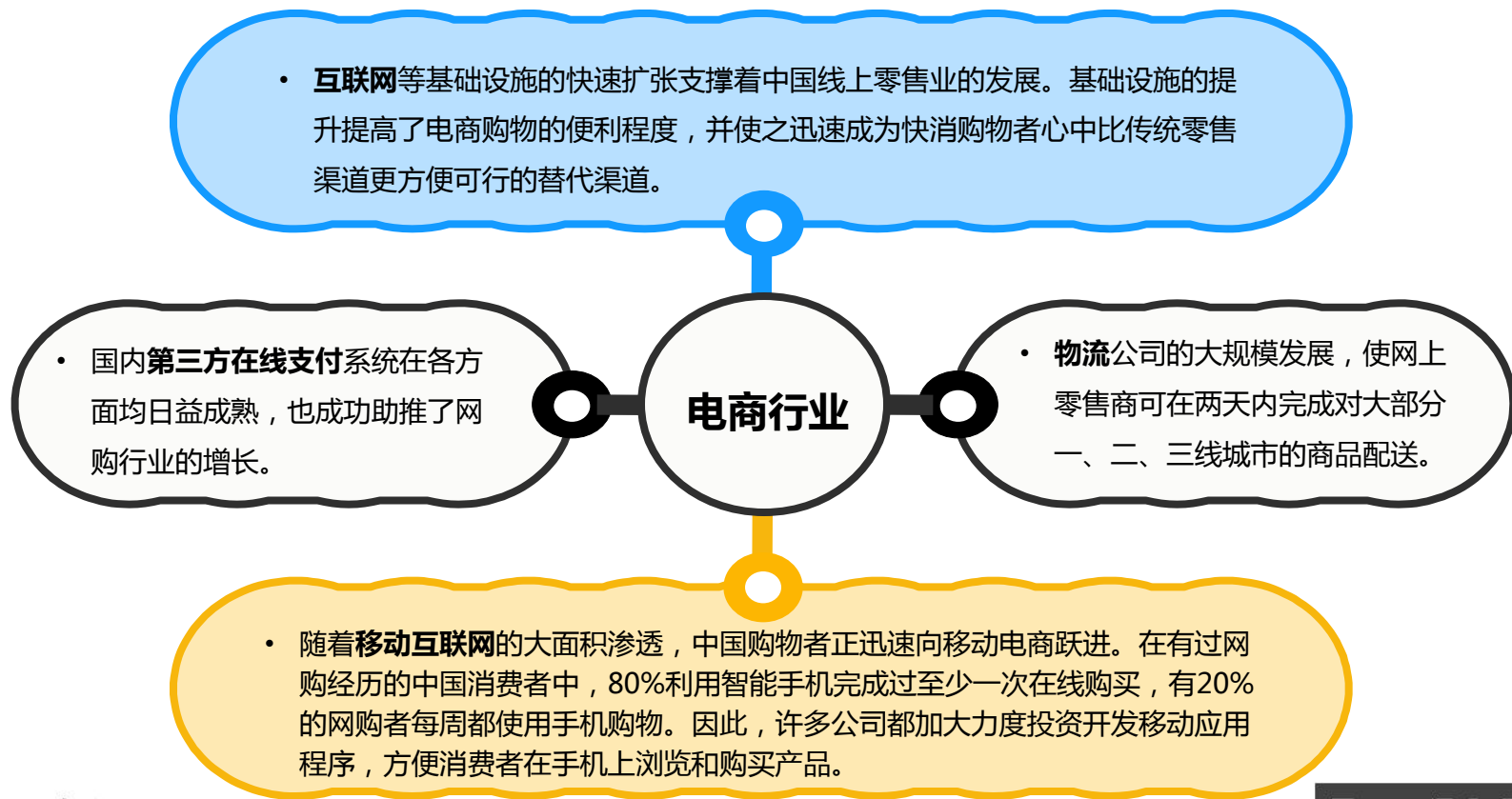
清科研究中心



清科研究中心
Zero2IPO Research

- 1 中国电子商务行业发展概况
- 2 中国女性垂直电商发展情况分析
- 3 兴起中的时尚女性垂直电商行业

基础服务的完善为国内电商行业快速发展提供基础



从萌芽到成熟，中国电商行业发展道路越来越广

萌芽起步期

1997-1999

- 国内首家垂直B2B网站中国化工网上线
- 阿里巴巴在开曼群岛注册
- 国内首家C2C平台易趣网上线，首家B2C电商网站8848诞生

冰冻调整期

2000-2002

- 中国电子商务协会成立，卓越网成立
- 中国人民银行颁布《网上银行业务管理暂行办法》
- eBay收购易趣

复苏回暖期

2003-2005

- 阿里巴巴投资成立淘宝并推出支付宝业务，慧聪网香港上市
- 亚马逊收购卓越网，京东开始涉足电商
- 阿里巴巴并购雅虎

高速发展期

2006-2007

- 环球资源入股慧聪国际，结成中国最大B2B战略联盟
- 网盛科技并购中国服装网，阿里巴巴香港上市

转型升级

2008-2009

- 百度进军C2C，布局“有啊”上线
- 垂直电商大量涌现

2010-2012

- 银联支付与当当网签订合作协议，当当网宣布实现盈利
- 拉手网获第二轮风投，国美、苏宁涉足电商；当当网在美国上市
- 央行公布首批获得支付业务许可证的企业名单

行业混战

2013-至今

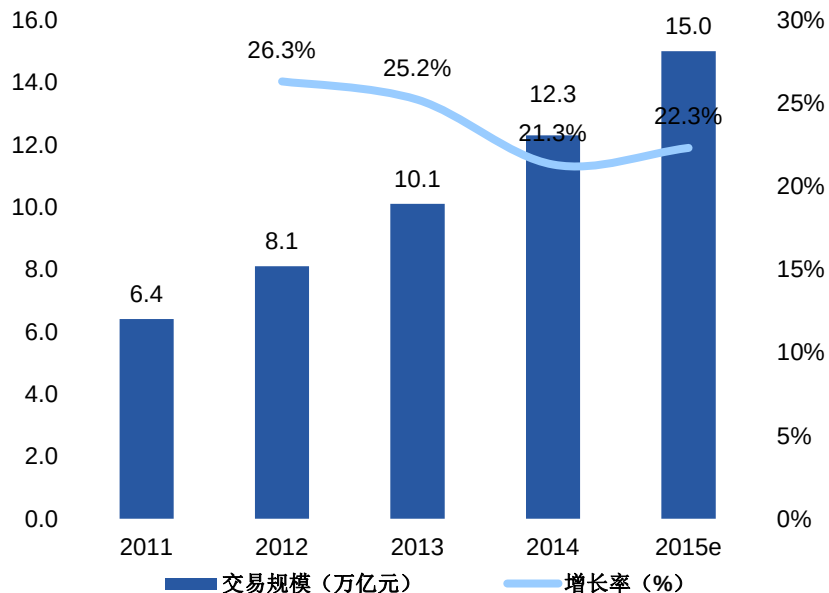
- 淘宝商城更名天猫，苏宁、国美、亚马逊开启网促模式
- 跨境电商开启发展元年
- 电商巨头开启上市模式
- 垂直电商开始探索新的模式

寻求转变

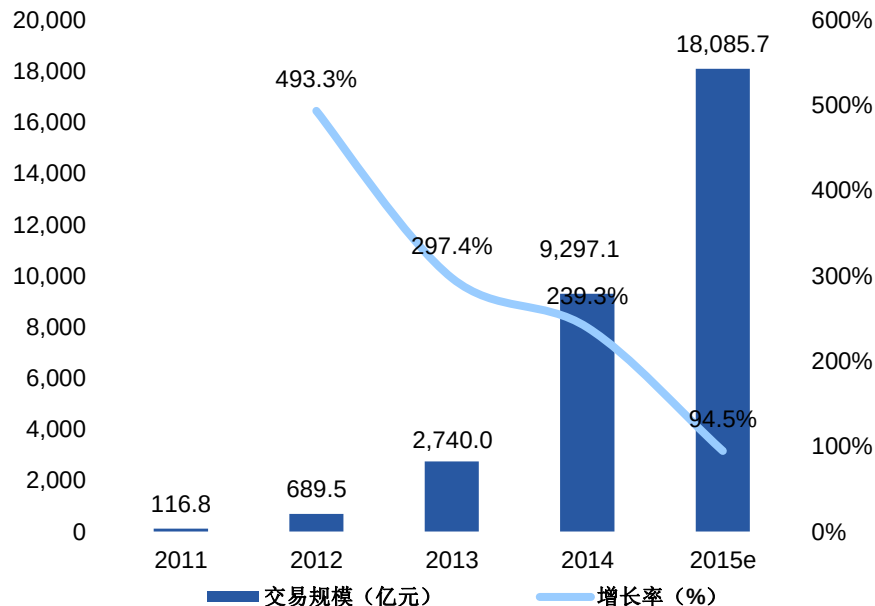
2014年，我国电商行业市场交易达12.3万亿元，规模还在持续增长

- 2014年，中国电子商务市场交易规模12.3万亿元，增长21.3%。其交易规模占社会消费品零售总额的10.6%，较2013年同期8.0%的占比，增长32.5%。
- 2014年，中国移动购物市场交易规模达9297.1亿元，年增长率239.3%，远高于中国网络购物整体增速。

2011-2015年中国电子商务市场交易规模情况



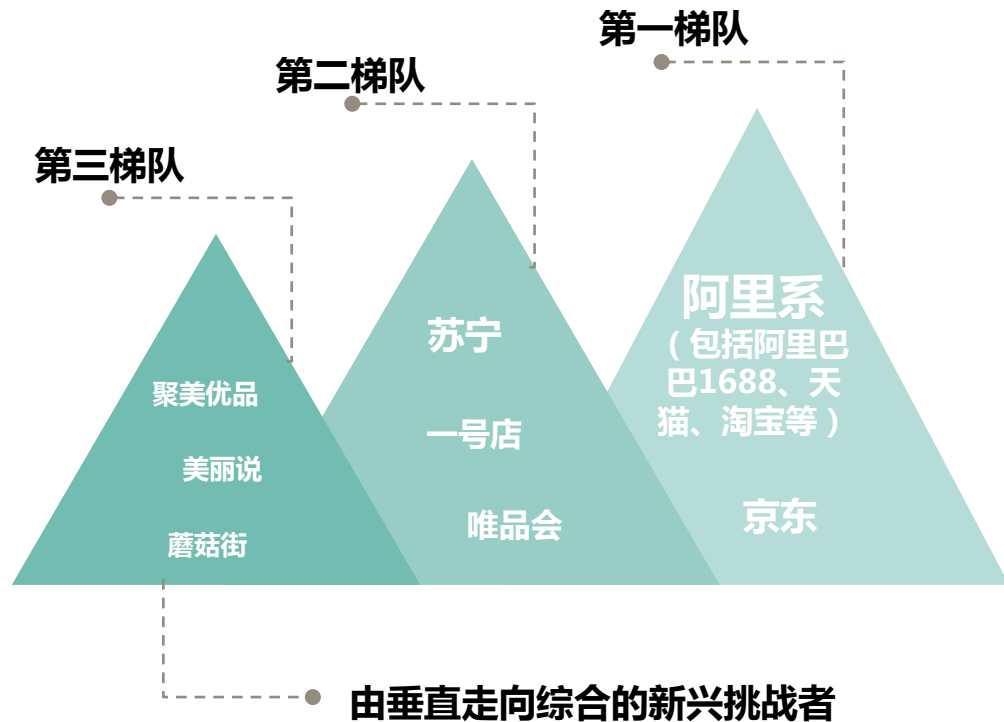
2011-2015年中国移动网购市场交易规模情况



综合性平台市场格局基本形成，垂直类细分领域有进一步发展空间

- 目前，大而全的综合性电商平台市场格局已基本定型：前有阿里系、京东传统巨头，后有一号店、苏宁、唯品会等后起之秀。
- 虽然行业内也出现口袋购物、聚美优品、美丽说、蘑菇街等新兴挑战者。
- 但市场集中度较高，格局基本确定。

- 经过10年多发展，阿里巴巴、京东等综合性电商平台已发展成不可撼动的巨头。2015年8月10日，阿里宣布以283亿元人民币战略投资苏宁，一、二梯队的市场规模将更加壮大，综合性电商平台的投资机会日趋狭小。
- 随着社会进步和人们消费层次的提升，人们的消费理念逐渐转向对个性化商品和服务的追逐，属于垂直电商的发展机会开始显现。



垂直平台综合化，抓住综合电商的最后一个机会

- 美丽说、蘑菇街从社区型女性时尚媒体平台做起，通过建立交易体系，转型为女性垂直电商平台。
- 目前，美丽说通过产品种类不断增加，逐渐发展成为综合性电商平台。蘑菇街坚持做快时尚女性产品，发展买手模式，试图在时尚垂直电商领域做精，但同时也添加了美妆系列，有向综合性平台方向发展的机会。



逐渐走向综合性电商平台



专注快时尚的买手街

- 2009年1月创立，创立之初做时尚电商导购平台。
- 2013年11月，开发出商家交易系统，转变为时尚垂直电商，产品包括服装、箱包、配饰、美妆等女性商品。
- 上万家商家入驻，注册用户超过1亿。
- 2014年，并购天品网和食神摇摇，扩大产品覆盖范围。产品范围扩大至男装、家居、零食、童装。
- 公司估值约25亿美元。

- 2011年2月上线，创立之初做时尚电商导购平台。
- 2011年7月推出移动端APP。
- 2013年10月，建立在线交易体系完，优店、优品功能上线，产品包括服装、箱包、配饰、美妆。
- 注册用户超过一个亿，移动端月活跃用户超过6000万。
- 产品专注快时尚。
- 公司估值约10亿美元。

目 录

1

中国电子商务行业发展概况

2

中国女性垂直电商发展情况分析

3

兴起中的时尚女性垂直电商行业

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_15279

