

数字融合市场

中国企业的跨界增长机遇

成就卓越绩效

中国是世界上最大数字人口国家和最大数字消费市场。

中国消费者已全面拥抱数字技术，形成一种全新的消费和行为方式：

移动消费，随时随地
热爱口碑，更爱社交
勇于尝新，选择善变
玩转多屏，全时娱乐
线上线下，无缝购物

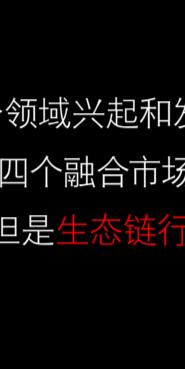
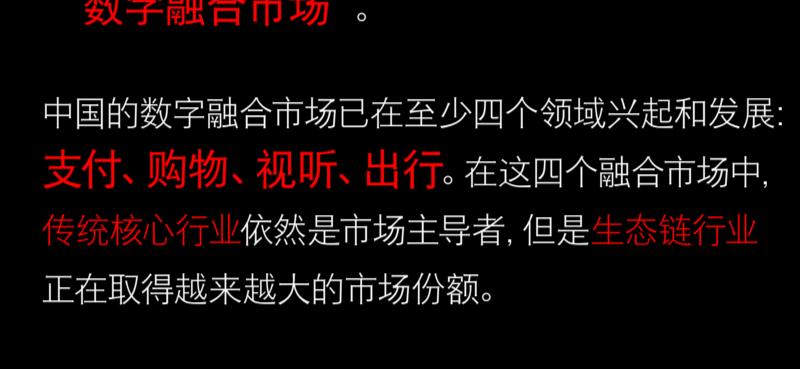
随着中国经济进入到中速增长的新常态，中国的企业高管正在积极寻求新的增长空间和增长模式。

87% 的中国企业高管欲在未来五年通过行业跨界寻求新的市场契机。

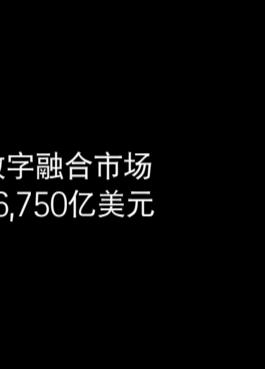
63% 的中国企业高管认为，社交网络、移动计算、数据分析等数字能力是实现跨行业发展的成功关键。



中国网民数量超过6.32亿，是世界上最大的数字人口国家。网民数量第二大国家为美国，2013年底数量为2.63亿。



中国的网上购物市场达3000亿美元，超过美国的2600亿美元，成为全球最大的网络购物市场。



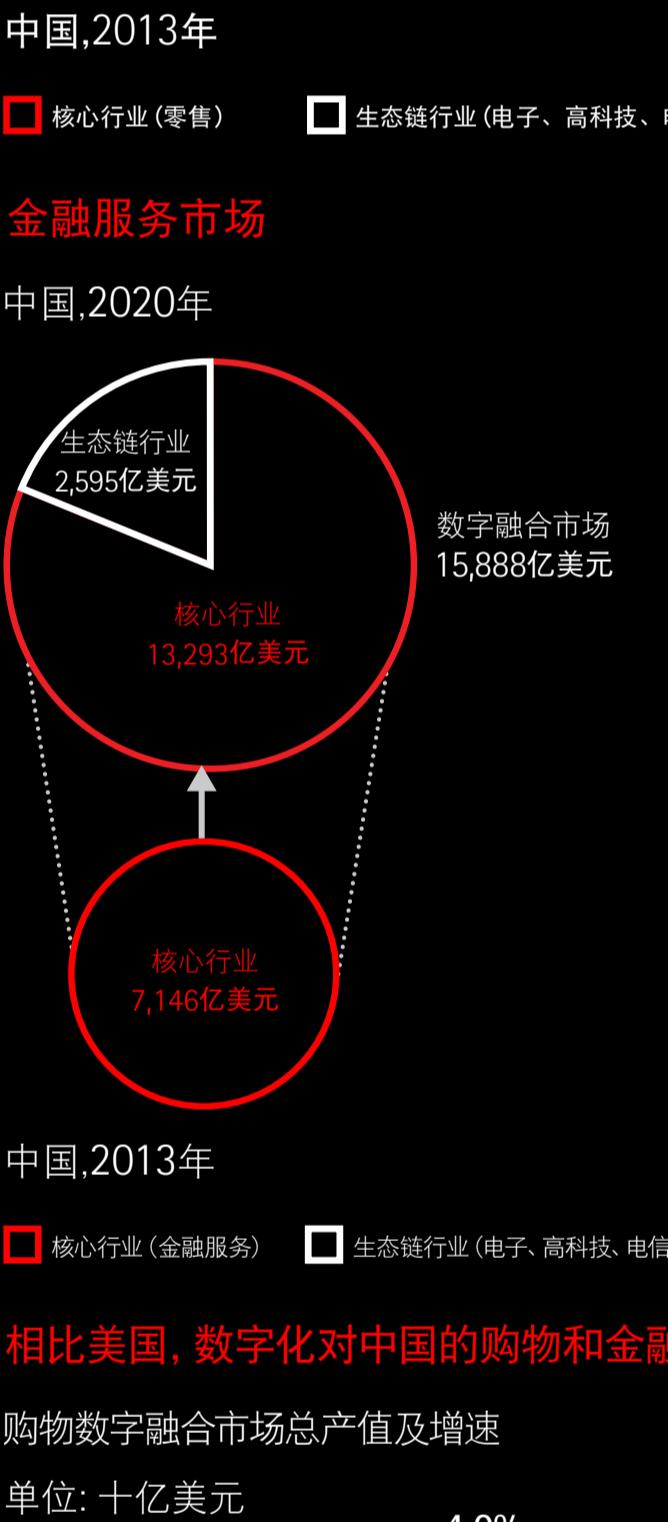
中国网民平均每周上网时间为25.9小时。腾讯的社交媒体应用微信月度活跃用户达4.68亿。

中国消费者的数字化消费行为正在重新定义市场形态和竞争格局。

埃森哲将数字化催生的新市场生态和行业融合称为“数字融合市场”。

中国的数字融合市场已在至少四个领域兴起和发展：支付、购物、视听、出行。在这四个融合市场中，传统核心行业依然是市场主导者，但是生态链行业正在取得越来越大的市场份额。

相比其核心行业，数字融合市场的总产值明显扩大。中国2013年购物和金融服务核心行业的总产值分别为2343亿美元和7146亿美元。预计到2020年，购物和金融服务的数字化融合市场总产值将分别达到5500亿美元和1.6万亿美元。



相比美国，数字化对中国的购物和金融市场增长的推动作用更加显著。

购物数字融合市场总产值及增速

单位：十亿美元



金融服务数字融合市场总产值及增速

单位：十亿美元



数字融合市场在四个领域的兴起和发展。



1

企业需要发展一流的数字能力



3

消费者洞察成为关键差异因素

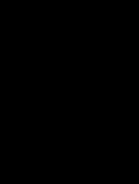
5

必须更善于跨行业工作



2

数据是新的竞争命脉



4

培养初创心态

6

用数字化提升企业传统管理能力