

2015年1-5月

中国移动互联网电子商务应用发展报告

信诺数据公司 TrustData

2015.06

本报告为信诺数据公司（TrustData）制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。



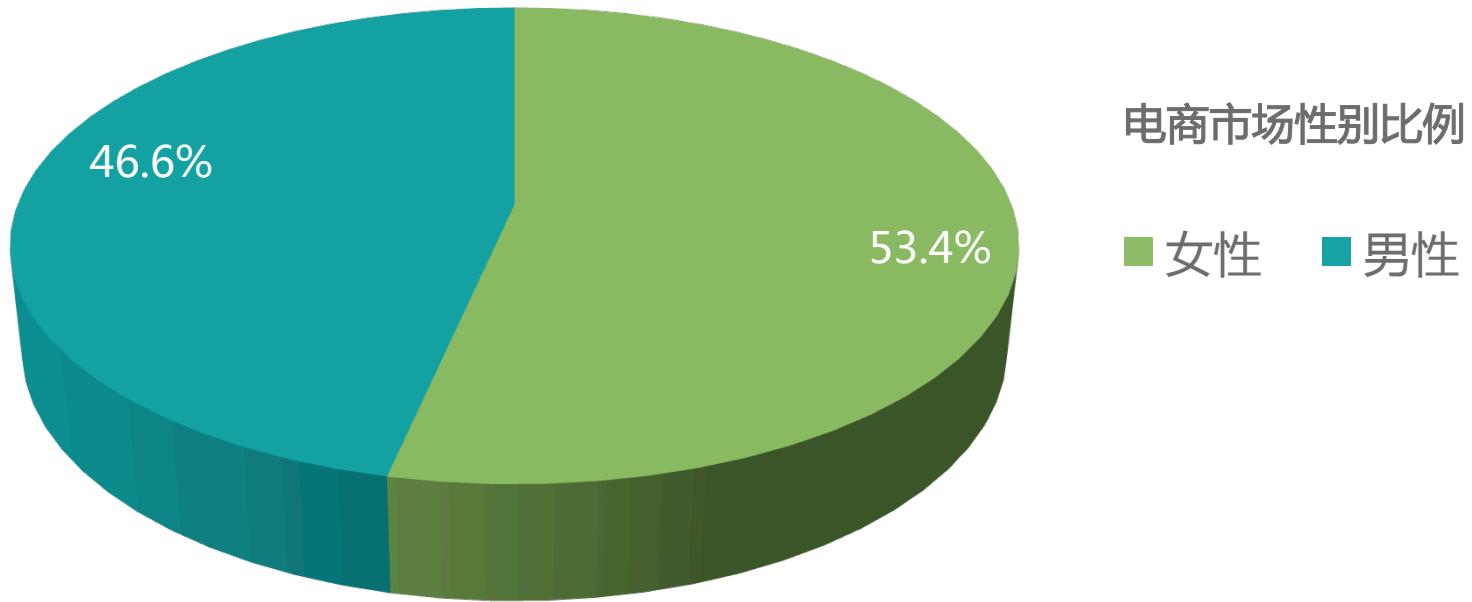
研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：信诺数据公司自建的日活跃用户超过3000万(月活跃用户超过1亿)的大数据样本集
- 统计周期：2015年1月至5月

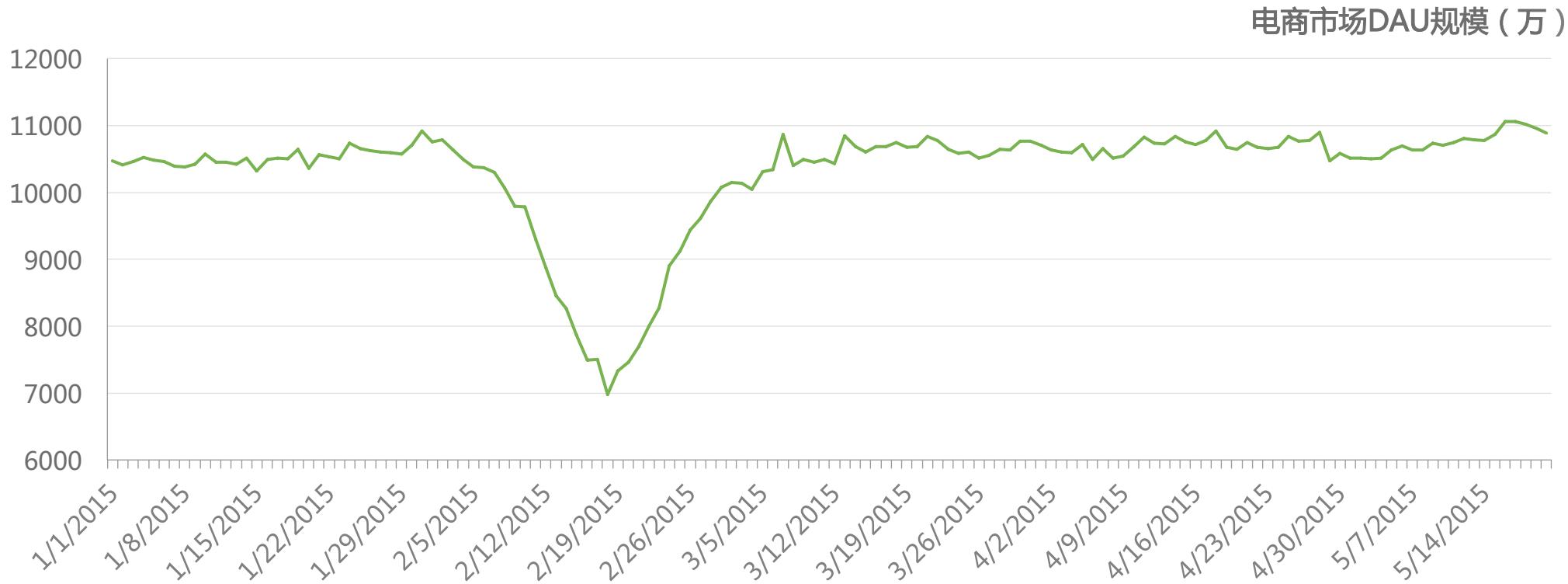
指标说明：

- DAU---日活跃用户量 MAU---月活跃用户量
- 月度覆盖率---应用的月活跃用户量占移动互联网用户总数的比例
- 日忠实访问者比率---当日平均单次使用时长超过3分钟的用户数/当日访问用户数
- Fast Company---DAU增长最快的应用

2015年5月电商市场MAU规模达到3.52亿
女性用户占比过半



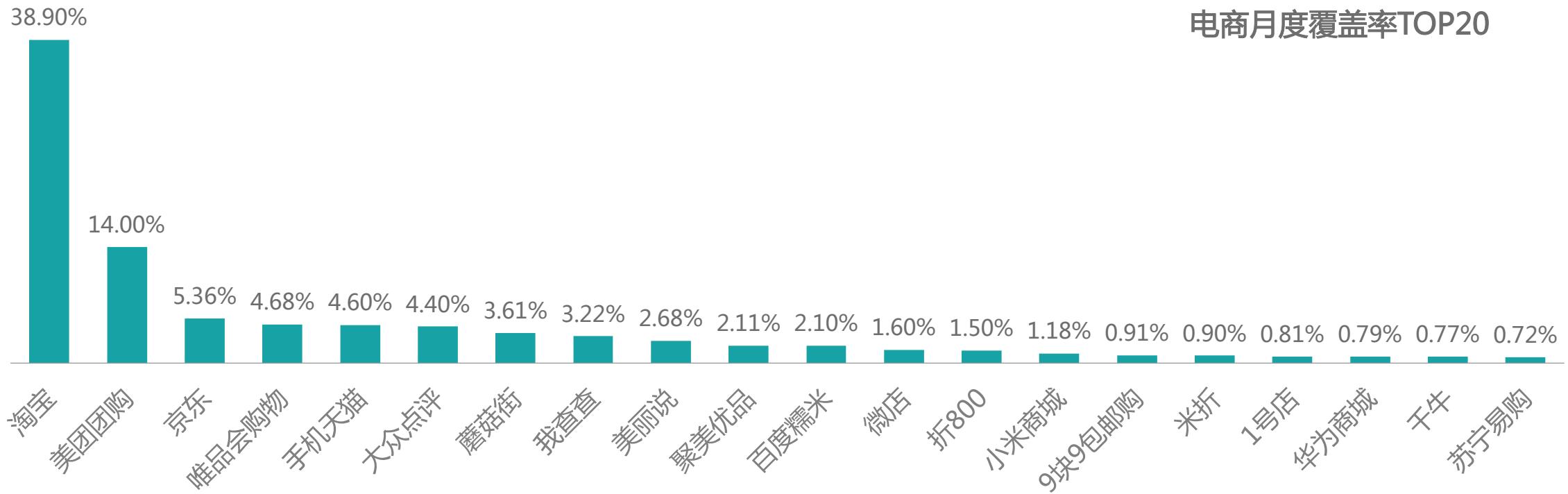
电商市场用户规模呈现平稳态势，DAU超1亿



- 电商市场包括：平台类电商、垂直类电商、团购及外卖
- 春节期间，物流货运公司陆续休业，电商交易大幅萎缩

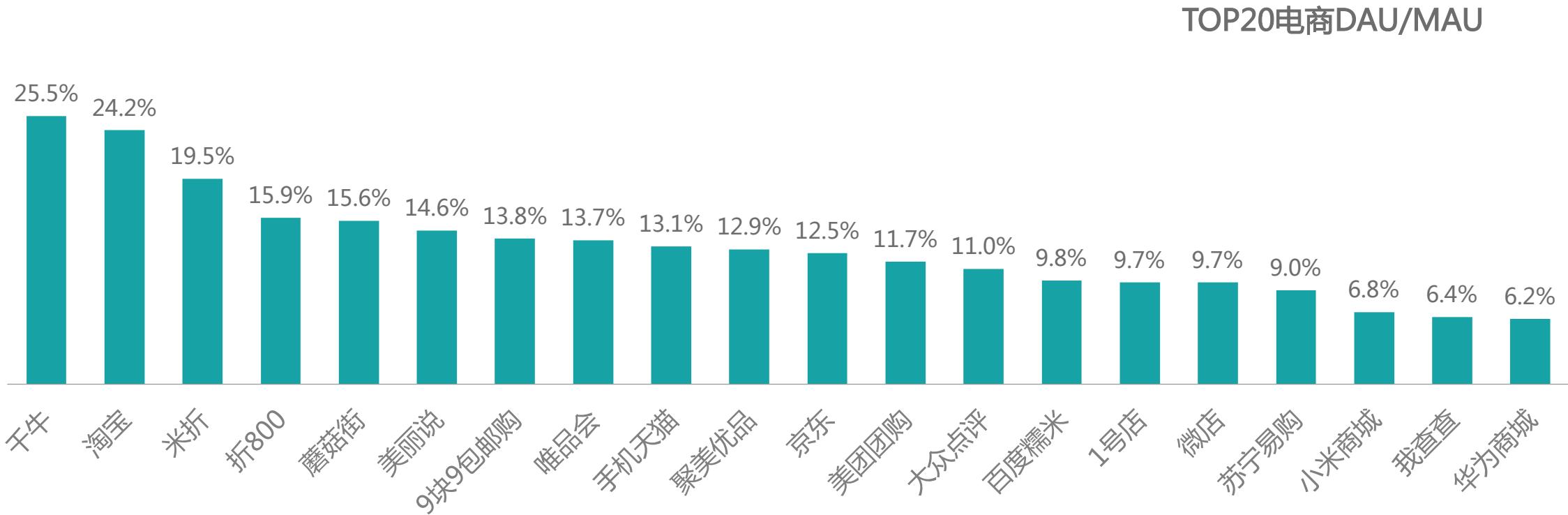
电商市场一超多强

淘宝月度覆盖率超过排名其后的六强之和，霸主地位难以撼动



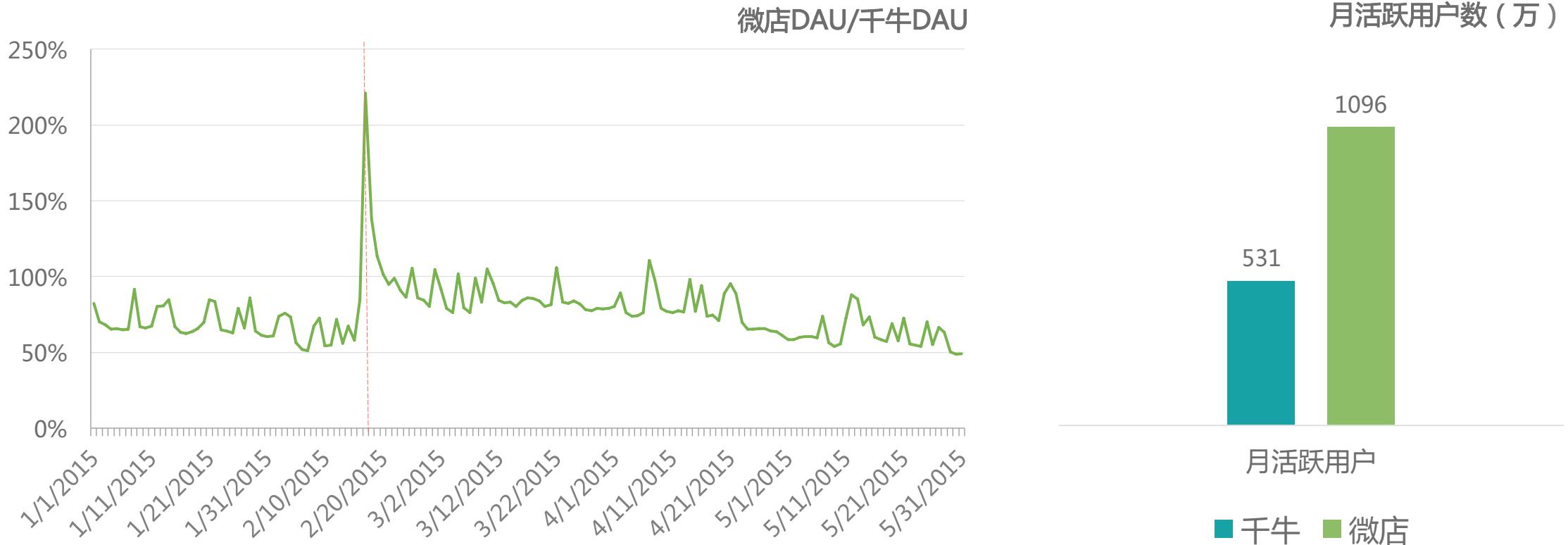
- 依托于自身渠道优势，小米商城和华为商城成功跻身移动电商TOP20，合计月覆盖率达到2%

淘宝和千牛用户粘性高居首位 同为电商卖家应用的微店用户粘性不及千牛一半



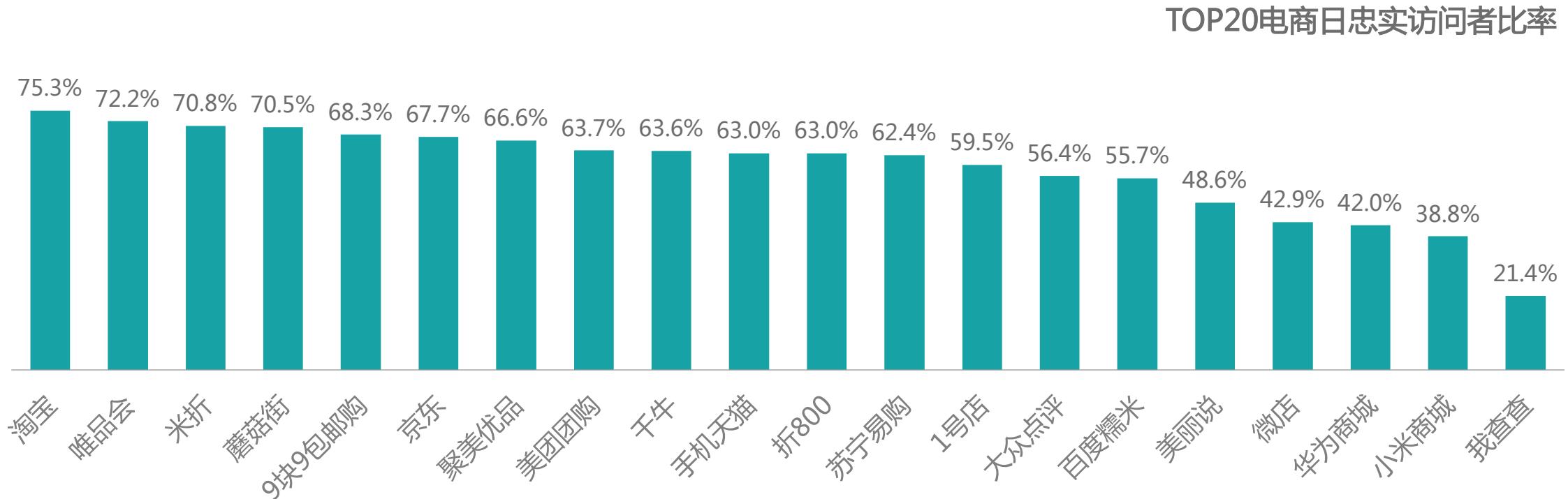
- 尽管小米商城和华为商城已成功跻身电商TOP20，但如何提高用户粘性仍是其面临的重要课题
- 千牛为淘宝商家端应用

MAU占优的微店，DAU仅为千牛的一半



- 依托于淘宝强大的用户购买力，淘宝商家端千牛DAU领跑电商商家端应用
- 2月18日，微店广告出现在央视春晚，DAU大幅提升。传统媒体对移动互联网行业仍有强大影响力

淘宝及唯品会的用户质量领跑热门电商



- 美丽说、微店、华为商城、小米商城及我查查的日忠实访问者比率低于50%
- 日忠实访问者比率：当日平均单次使用时长超过3分钟的用户数/当日访问用户数

京东持续发力，DAU接近淘宝的一成

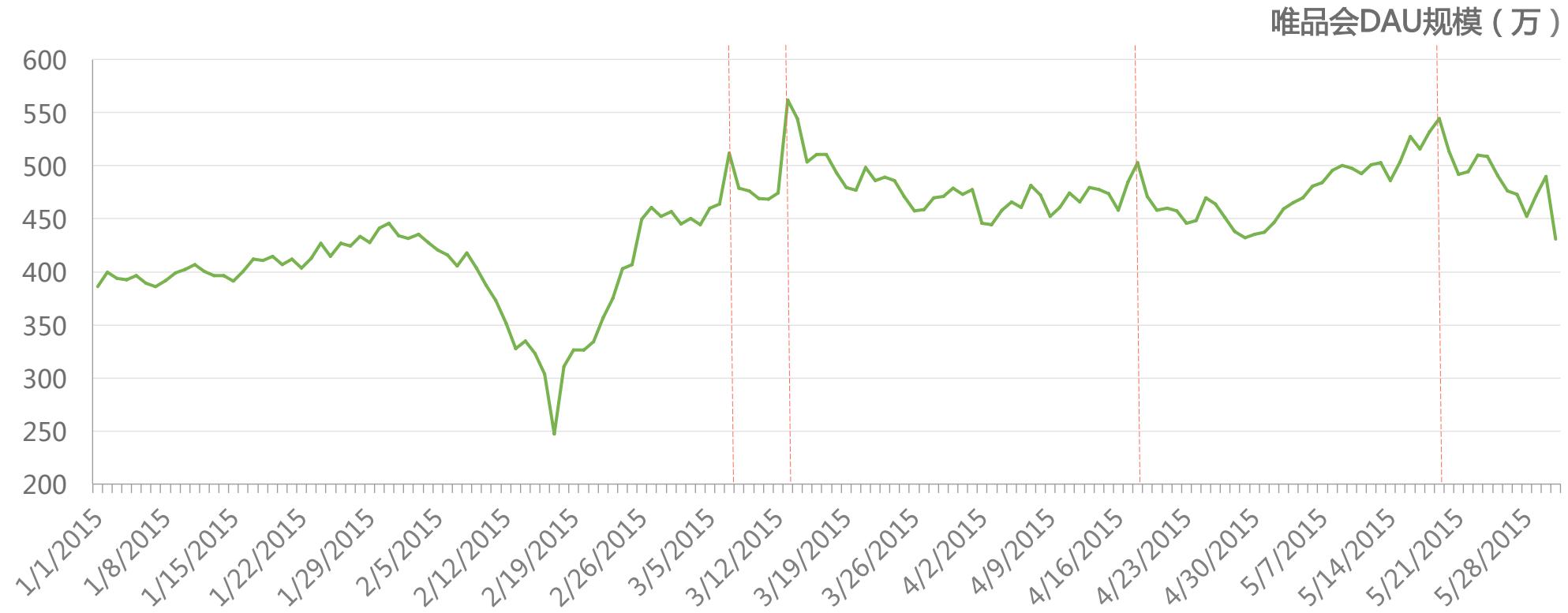


聚美优品大力促销效果显著，与业务发展完美结合



- 3月1日，聚美优品五周年大促，推出化妆品海淘业务；5月20日，聚美优品大促，推出母婴海淘业务
- 聚美优品的案例说明，大促能够迅速拉动电商新业务快速发展

与往年的四月大促相比，唯品会2015年同期促销力度不足，收效甚微



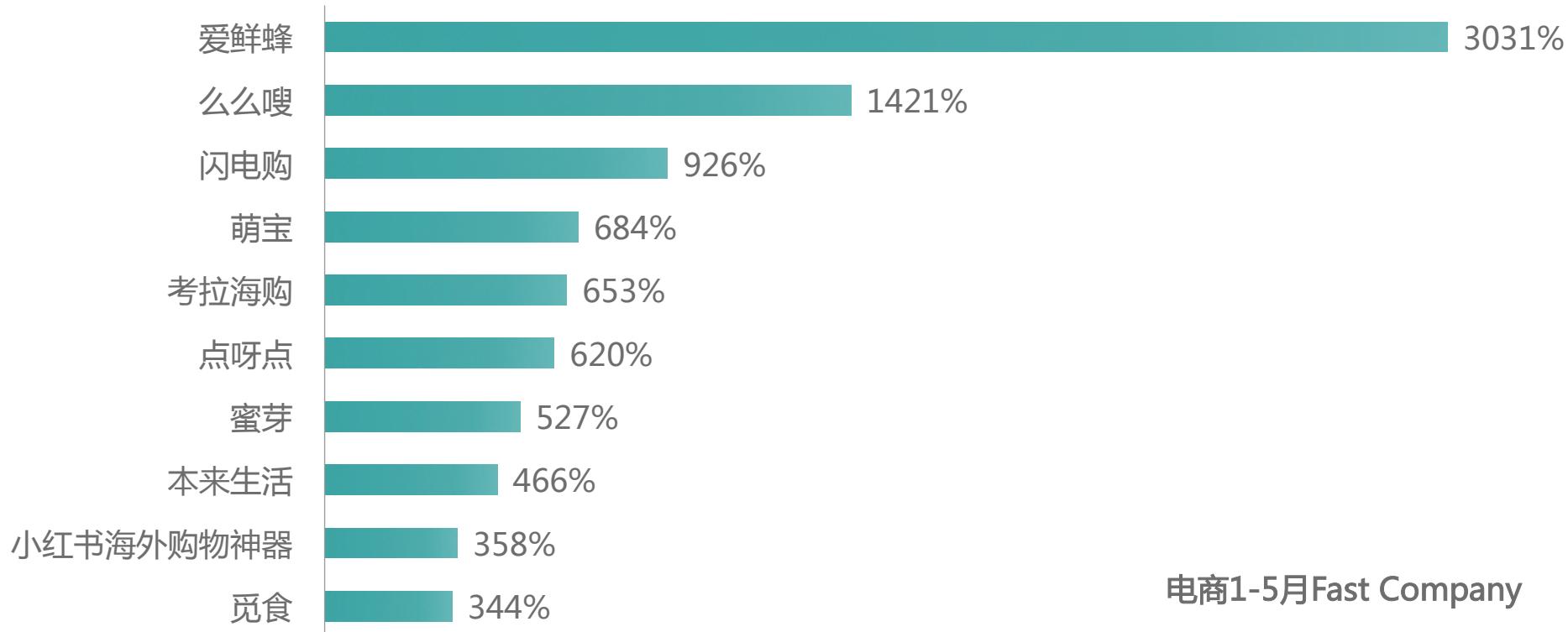
- 3月8日，唯品会大促
- 3月15日，央视曝光
- 4月19日，唯品会全球特卖会
- 5月20日，唯品会促销

天猫用户规模持续萎缩，五月底DAU仅为淘宝的二十分之一

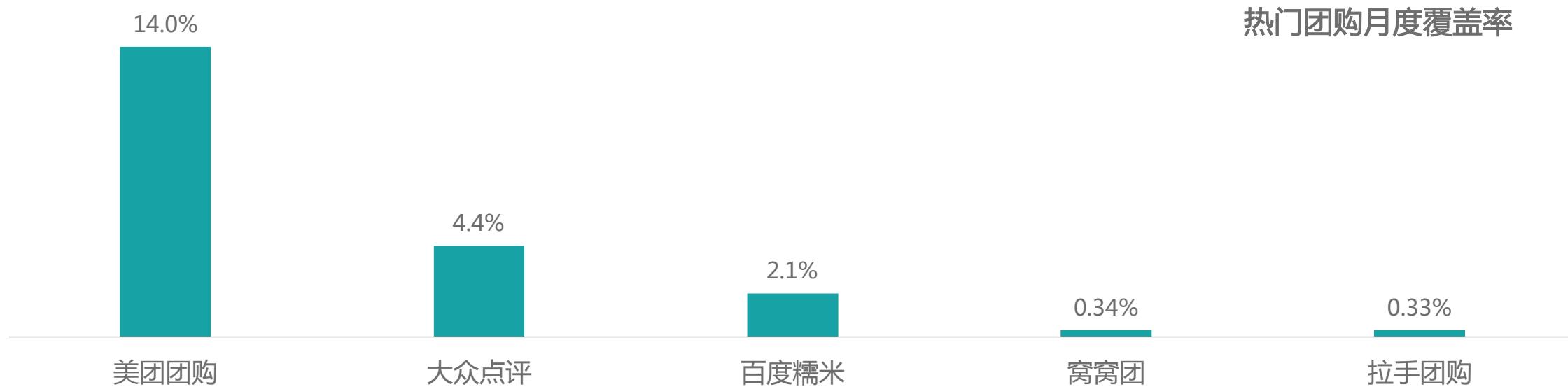


- 2015年前五月，淘宝DAU规模稳定
- 春节期间，天猫和淘宝发放红包，天猫力度超淘宝

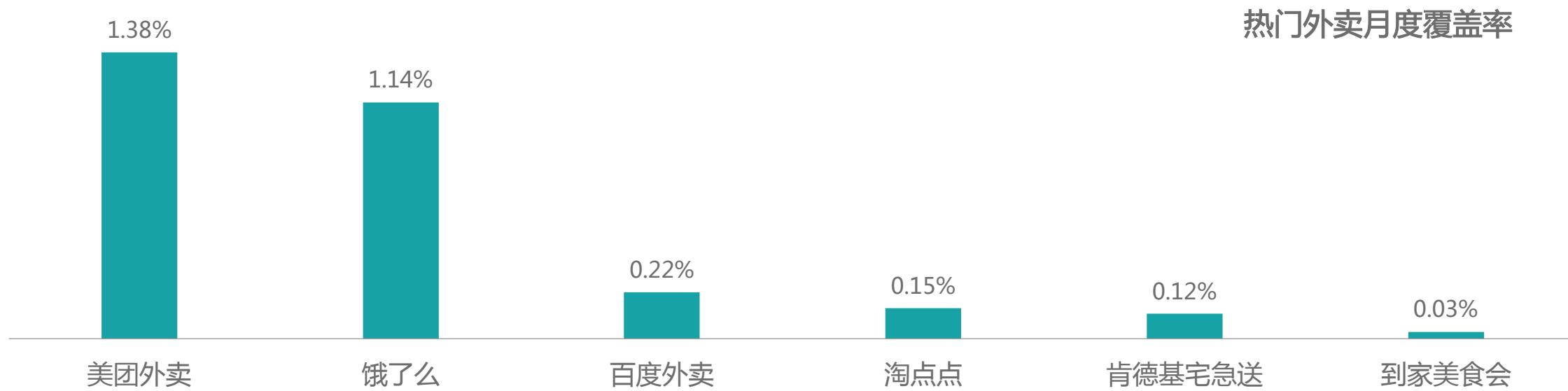
2015年前五月，生鲜、海淘及母婴电商增长势头最为迅猛 生鲜电商爱鲜蜂以30倍的涨幅独占鳌头



美团稳居团购市场霸主地位，月度覆盖率为大众点评的3.2倍

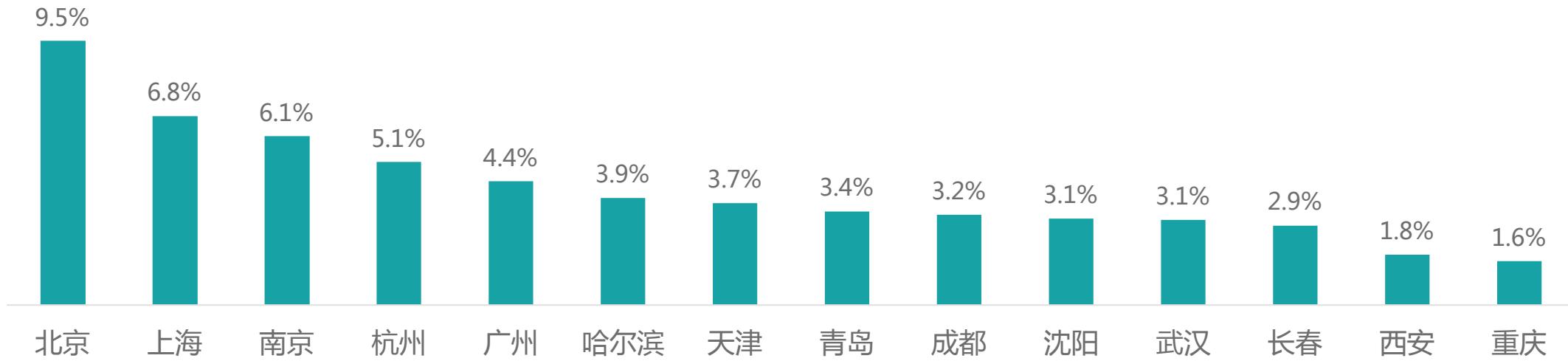


美团外卖和饿了么构成外卖市场第一阵营 百度外卖和淘点点排名紧随其后



北京占据外卖市场近一成 上海、南京、杭州排名紧随其后

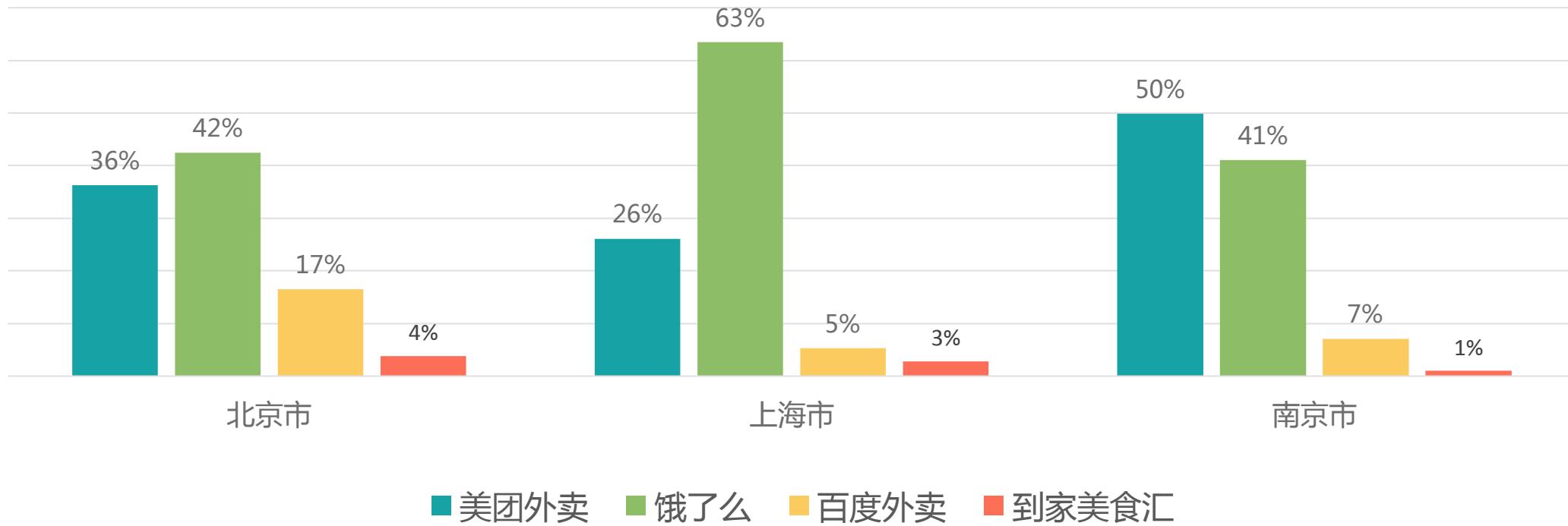
热门外卖市场城市DAU占比



- 当前外卖市场以学生为主体，高校众多的城市DAU占比较高

饿了么领跑北京和上海 美团外卖在其他城市占据优势

热门外卖应用城市DAU分布

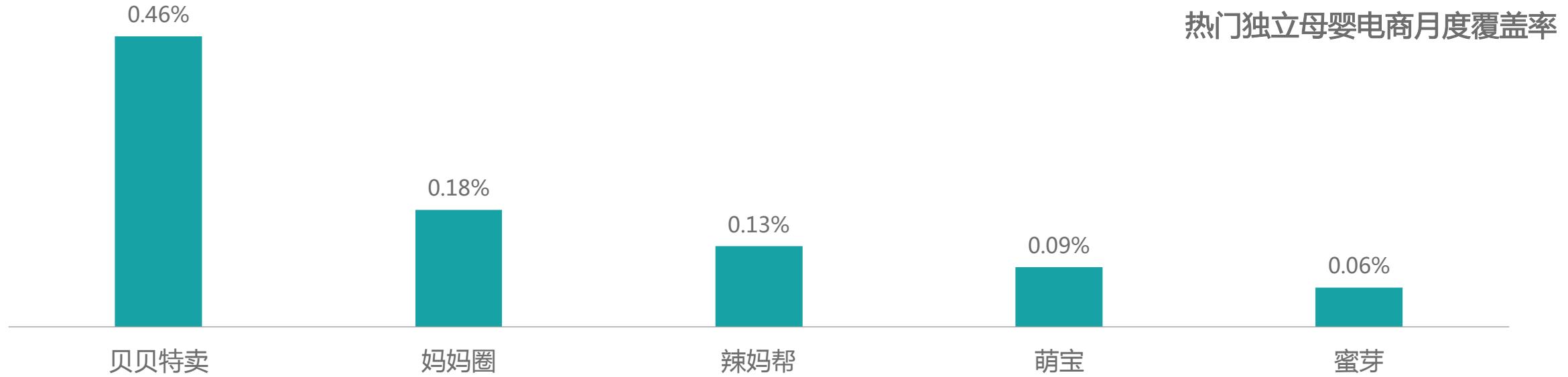


- 尽管饿了么接入商户数不敌美团外卖，但其高效准时的配送管理体系成为赢得市场的制胜法宝

母婴电商市场

- 与传统电商不同，母婴电商具备管理用户需求的可能性，根据购买历史确定用户未来需求，进而达到长期管理需求的目的。
- 母婴电商市场竞争激烈，几乎每个电商平台都有自己的母婴板块。纵向延展成为独立母婴电商可能的发展方向。

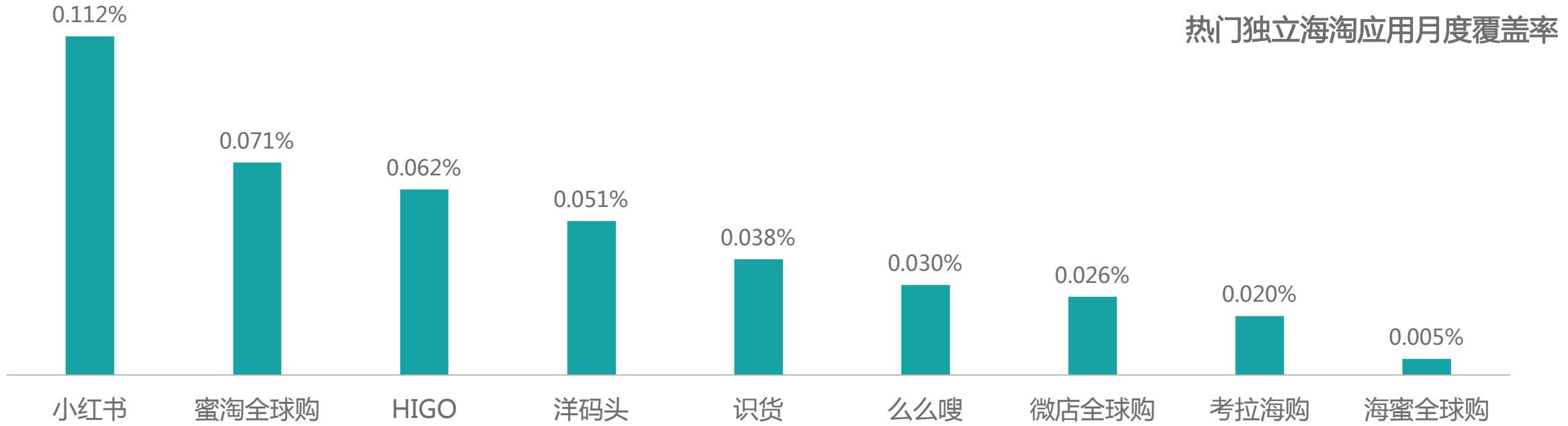
贝贝特卖以明显优势占据母婴电商首位 月度覆盖率为排名其后的四者之和



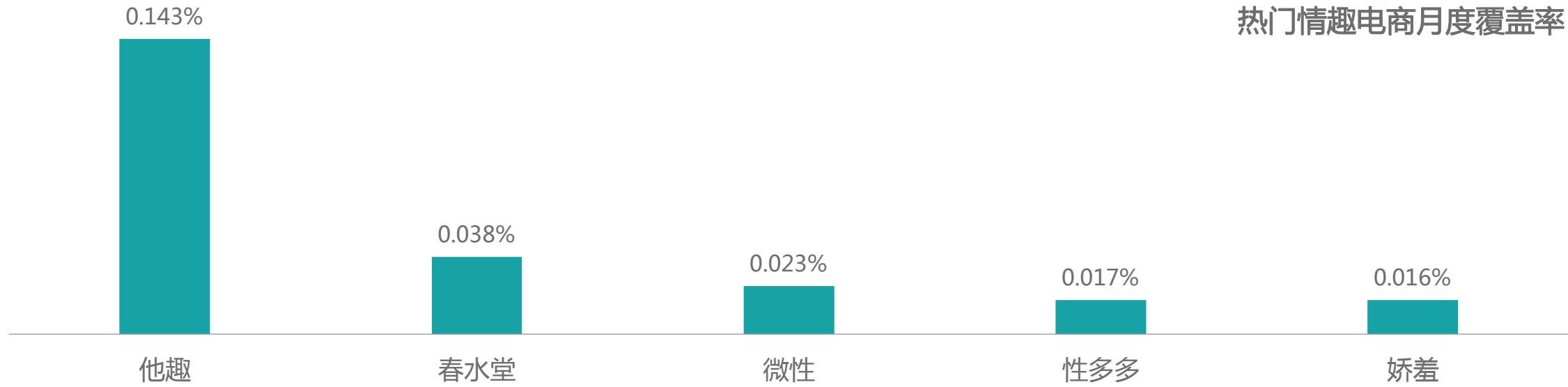
海淘电商市场

- 海淘市场伴随中国消费者的消费升级应运而生，市场规模巨大。2014年出境游人数已达一亿人次，购物类开支平均2000元，市场规模两千亿。
- 2015前五月，新老玩家接连布局海淘领域，行业得到快速发展。聚美优品启动了海淘极速免税店，小红书用户量增速迅猛。目前，海淘市场仍处于市场初期，还未出现行业领头羊，发展空间巨大。
- 值得注意的是，Net-a-Porter和Shopbop等欧美奢侈品电商也已进入中国市场，目前用户主要集中在留学归国人群。

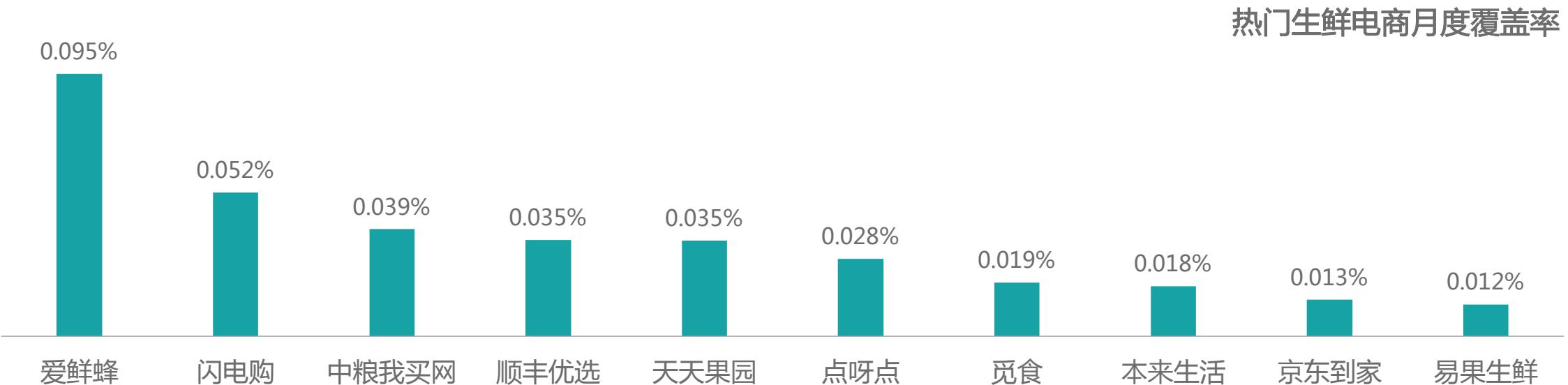
海淘市场竞争胶着，小红书暂居首位



他趣以较大优势领跑情趣电商 月度覆盖率为春水堂的3.7倍



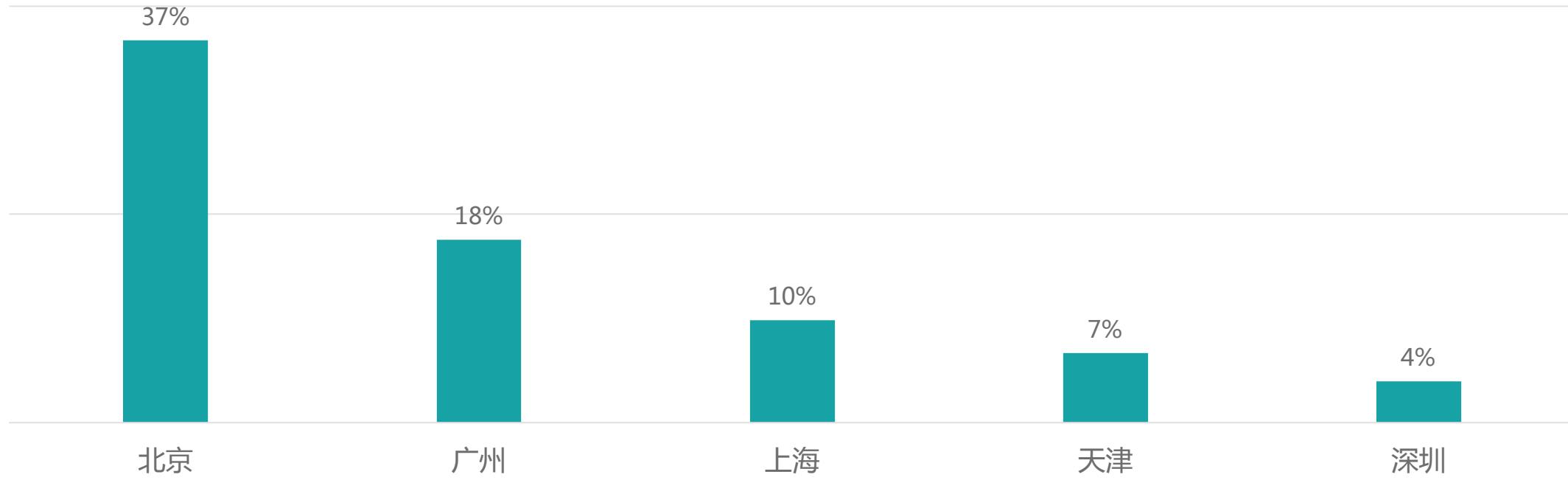
生鲜市场发展迅猛 爱鲜蜂和闪电购已超越老牌生鲜电商抢占首位



- 强大的地推圈地能力成为爱鲜蜂和闪电购的制胜法宝

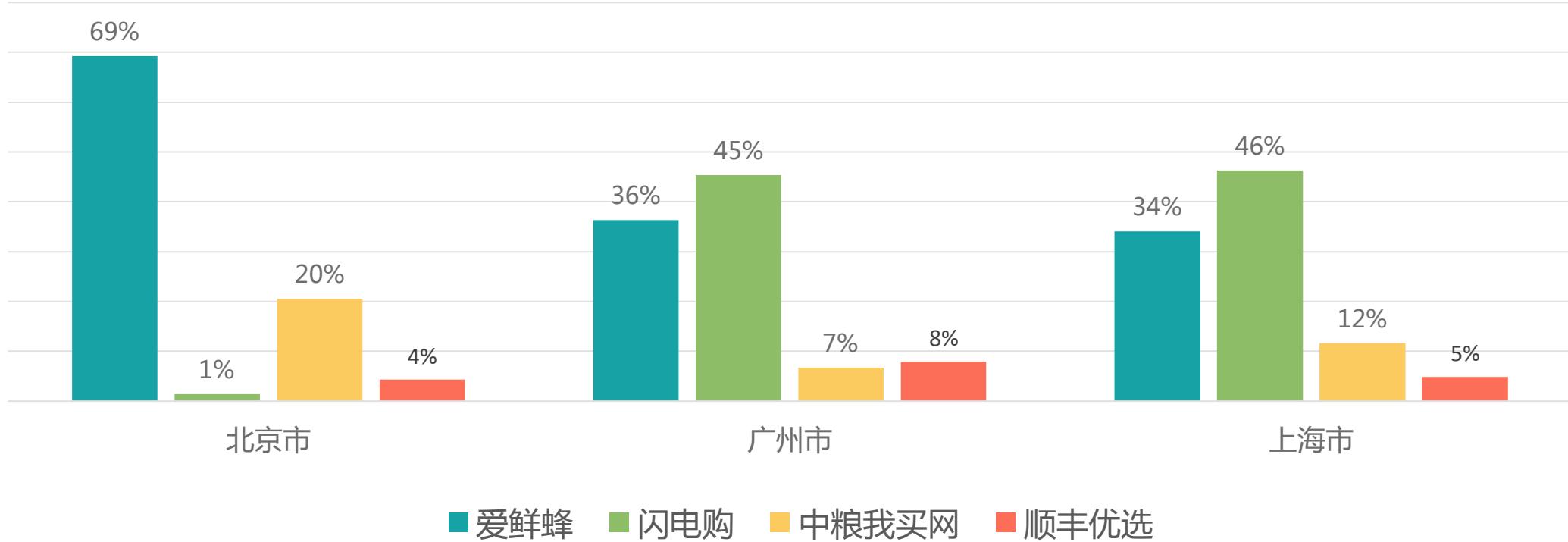
北京占据生鲜市场近四成，稳居榜首
超过排名其后的广州、上海及天津之和

热门生鲜电商城市DAU占比



爱鲜蜂以绝对优势领跑北京市场 闪电购在广州和上海暂时胜出

热门生鲜应用城市DAU分布





TrustData 中国最大移动互联网大数据监测平台，致力成为中国大数据时代下最领先的移动应用数据内容解决

方案提供商，为客户提供最专业的移动端各领域数据产品、咨询等专业服务。

TrustData 覆盖超过6万应用，1.3亿月度活跃用户，通过对中国移动互联网大数据的采集、分析和研究，帮助企业主、移动各个领域和投资人了解自身应用业务状况以及整个移动应用市场趋势，帮助行业从业者更好的制定产品、营销和投资策略相关的市场决策。



Trust Us, Trust Data