



# 2016年双十一 中国移动互联网电商行业发展分析报告

2016年11月

本报告为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

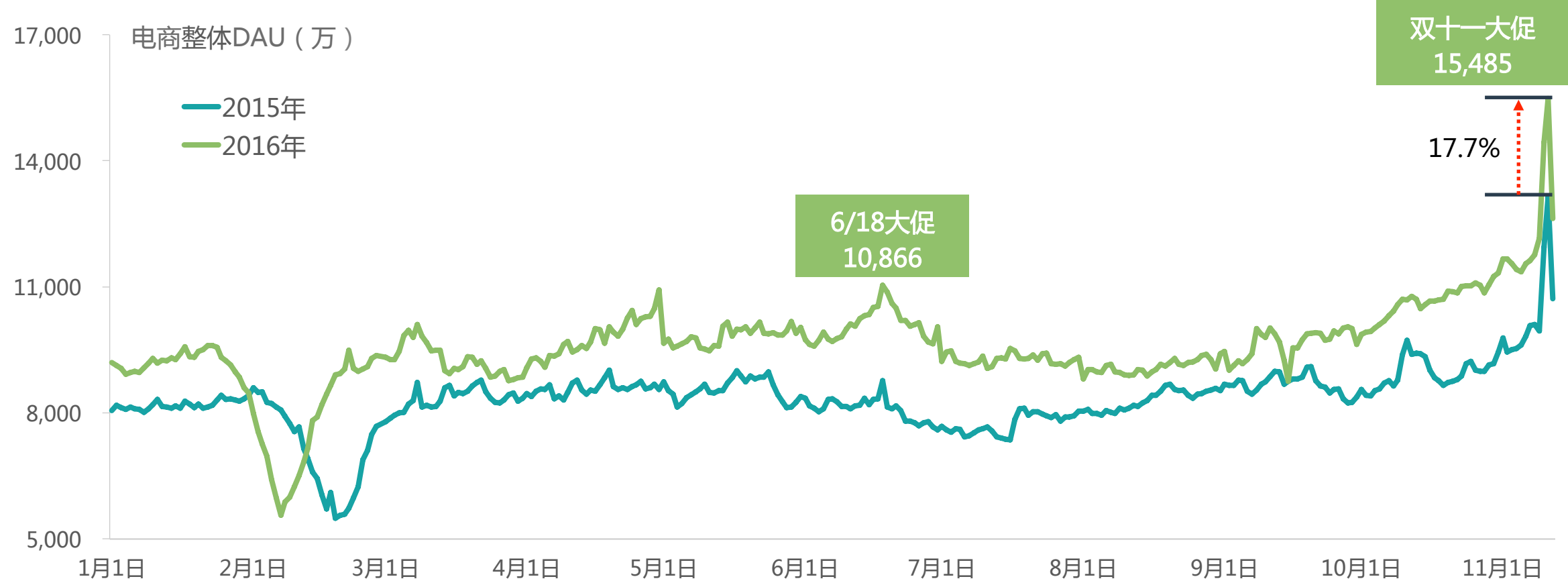
- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2016年11月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- HAU---每小时活跃用户量
- 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
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月度留存率---新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- 月新增---每月新增用户数



# 2016年双十一，移动电商整体用户规模突破1.5亿 同比增长17.7%

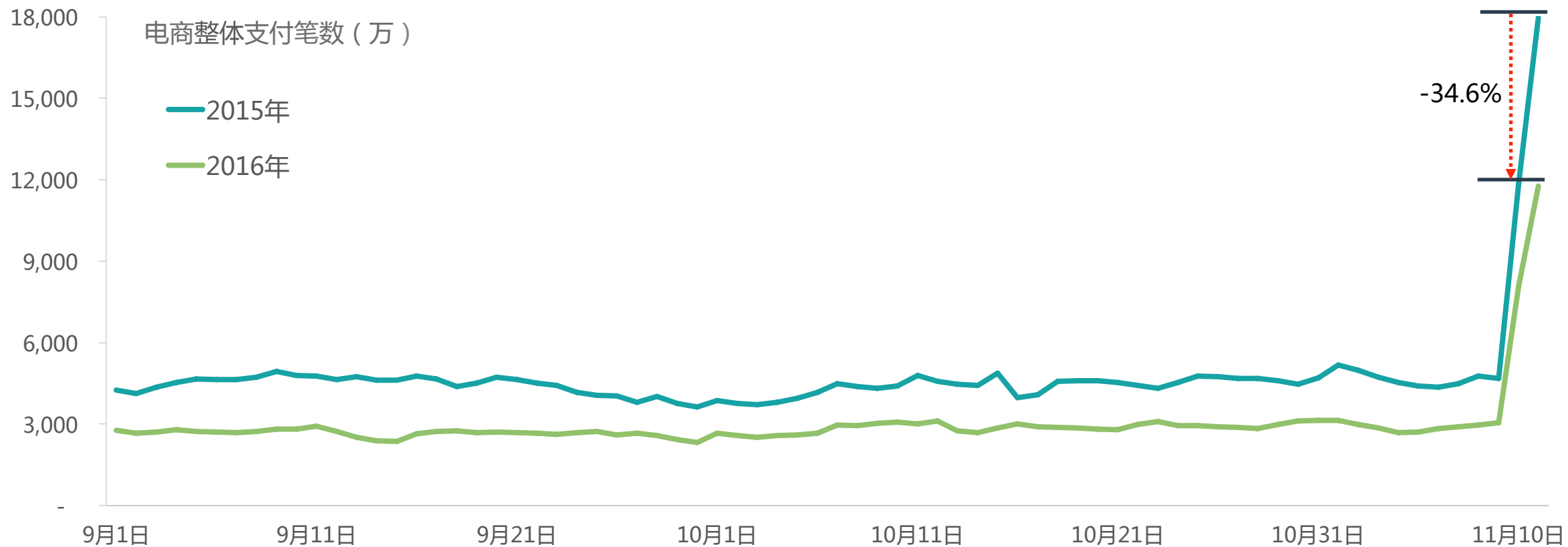


• 电商整体市场包括零售电商与电商O2O ( 团购、外卖 )

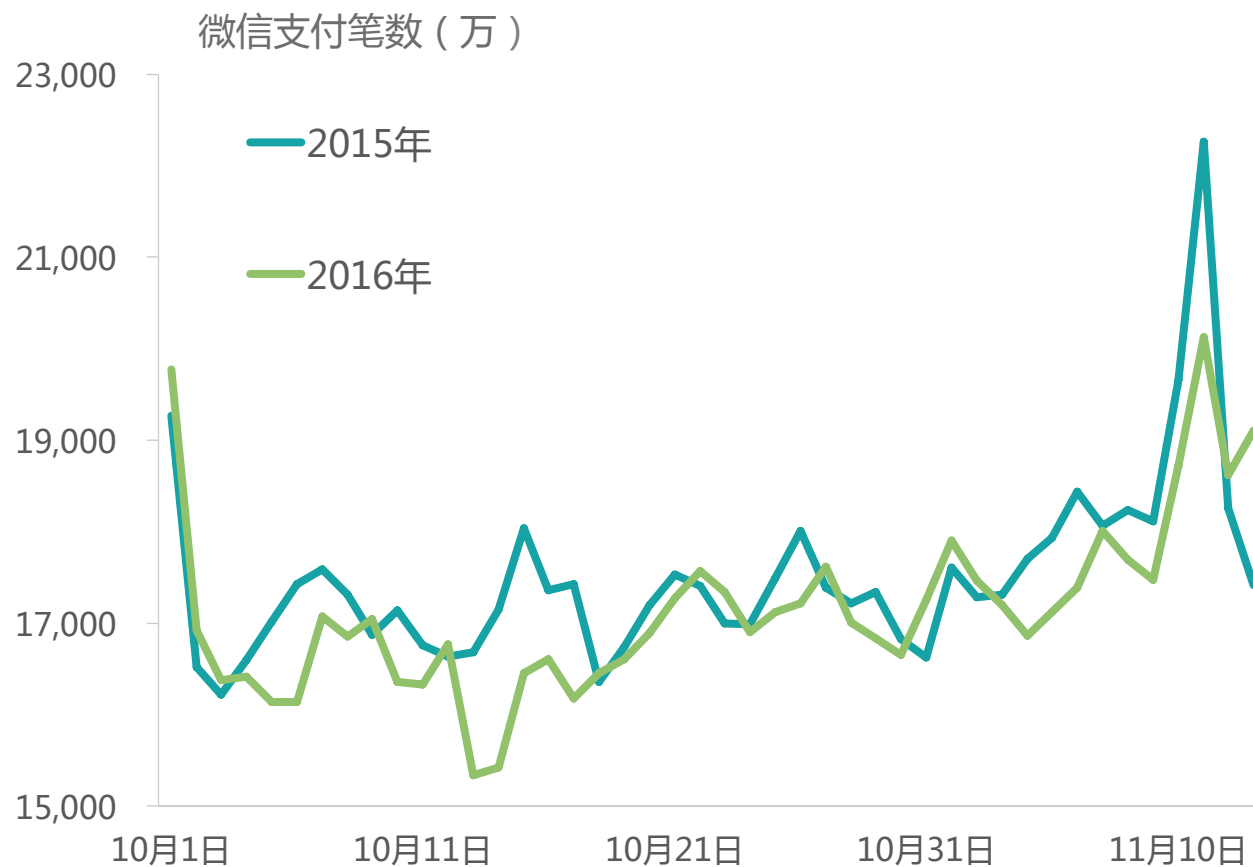
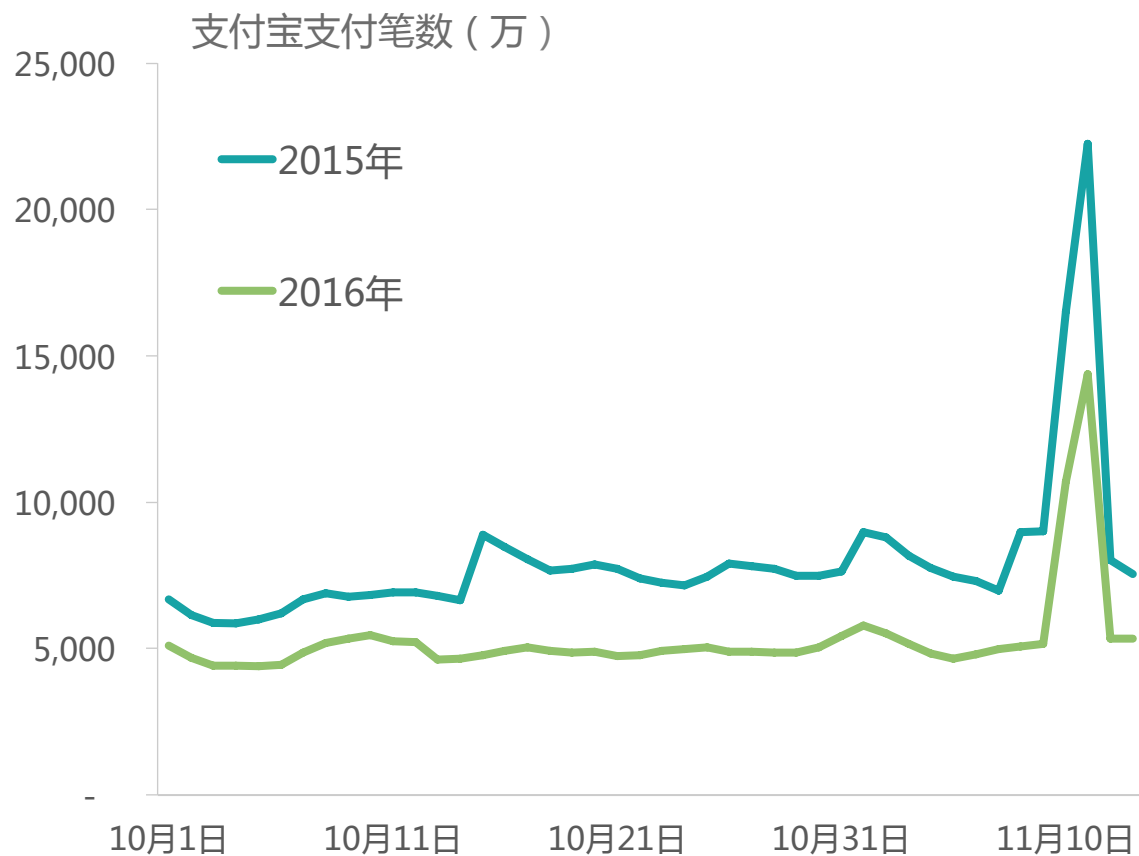
数据来源: Trustdata移动大数据监测平台



## 与2015年相比，支付笔数下滑超过三成 疑似与各平台推出满减及跨店合并支付优惠政策有关



# 2016年双十一当日，全网微信支付笔数同比下降9.6% 支付宝支付笔数同比下降35.3%

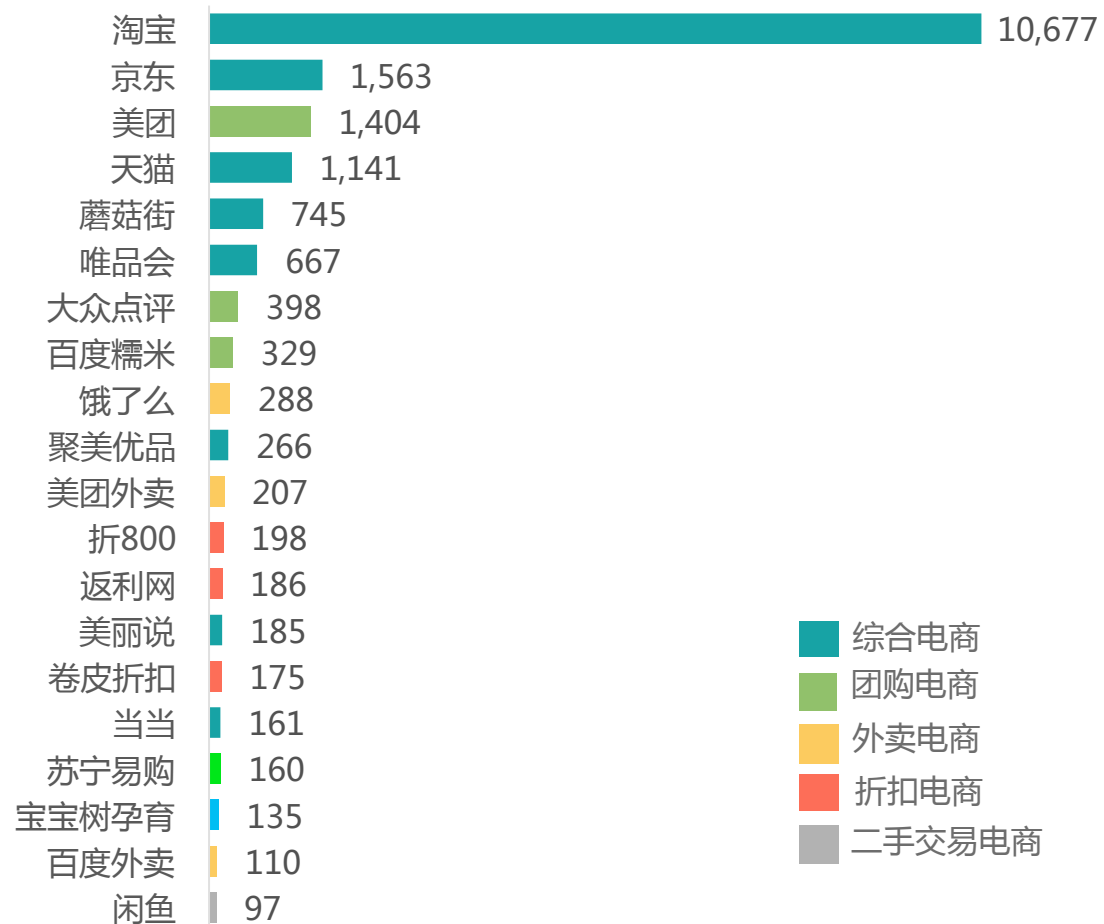


- 支付笔数下滑疑似与各平台推出满减及跨店合并支付优惠政策有关
- 支付笔数不包含免密支付

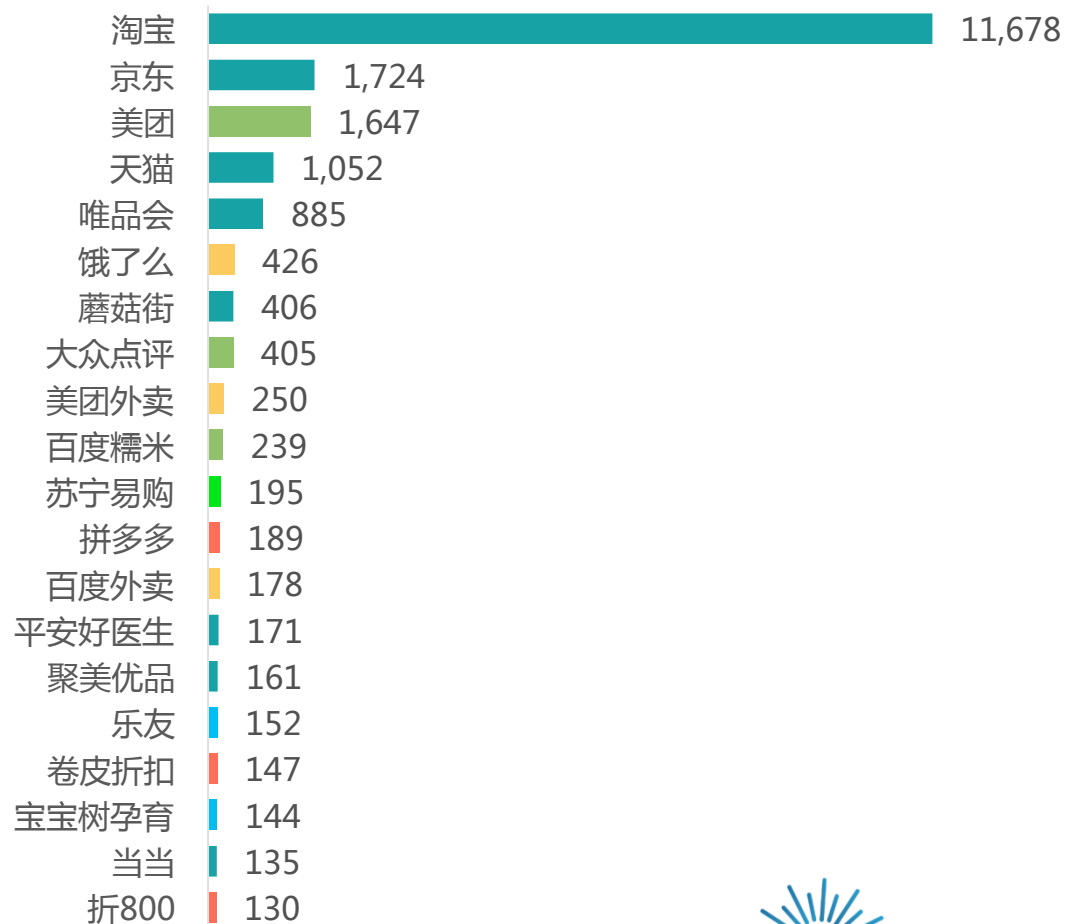
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

# 2016年双十一，外卖电商排名明显上升 折扣及二手交易电商排位大幅下滑

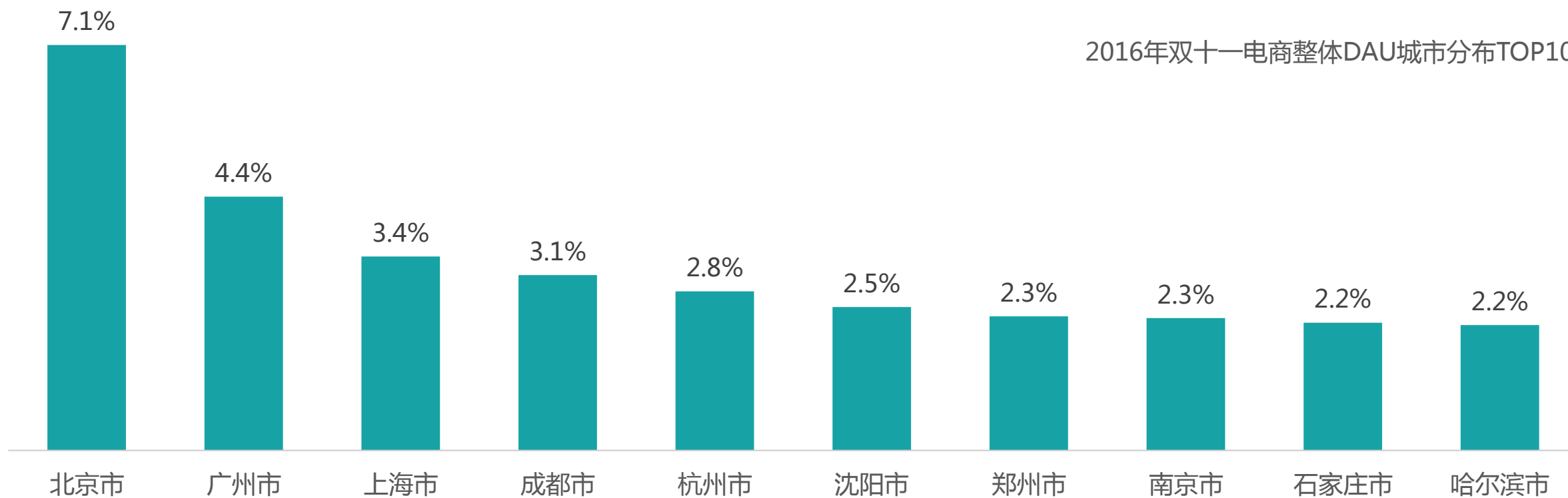
## 2015年双十一电商TOP20 DAU



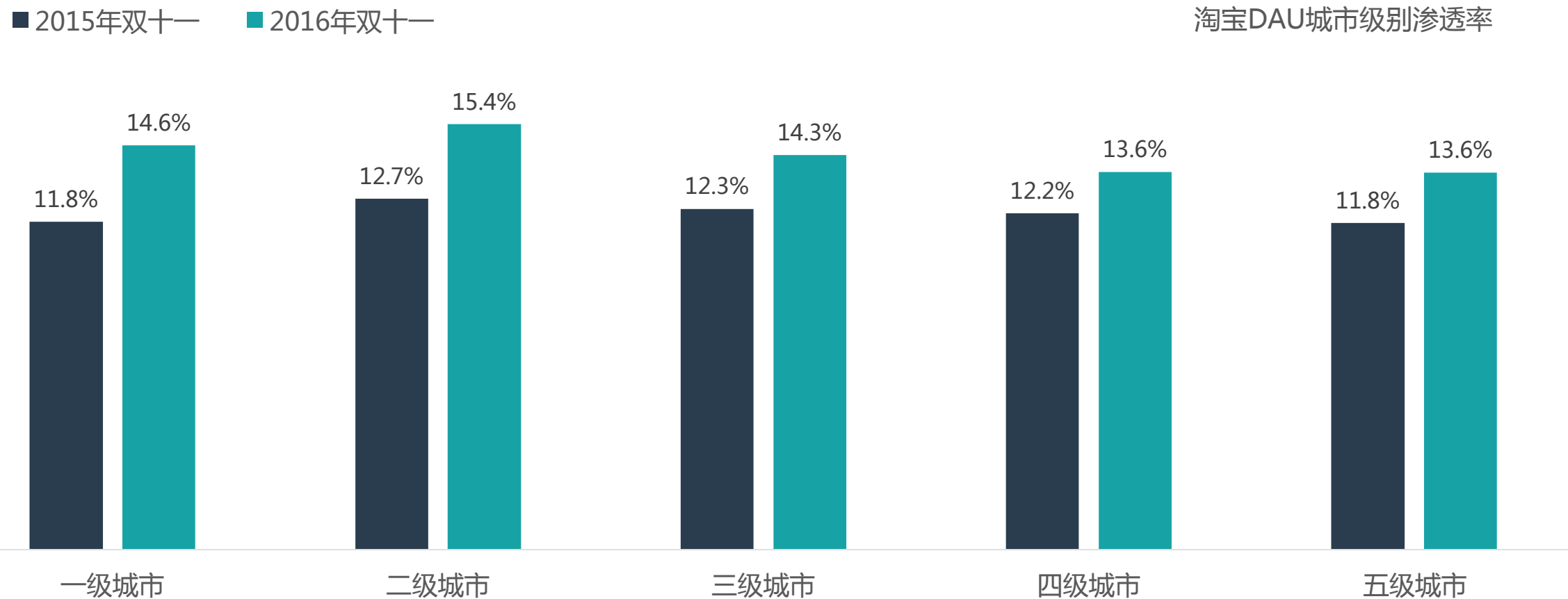
## 2016年双十一电商TOP20 DAU



# 2016年双十一，北京贡献整体电商流量的7.1%，位列第一 广州及上海分列二三



# 2016年双十一，淘宝渗透率在各级城市均有涨幅



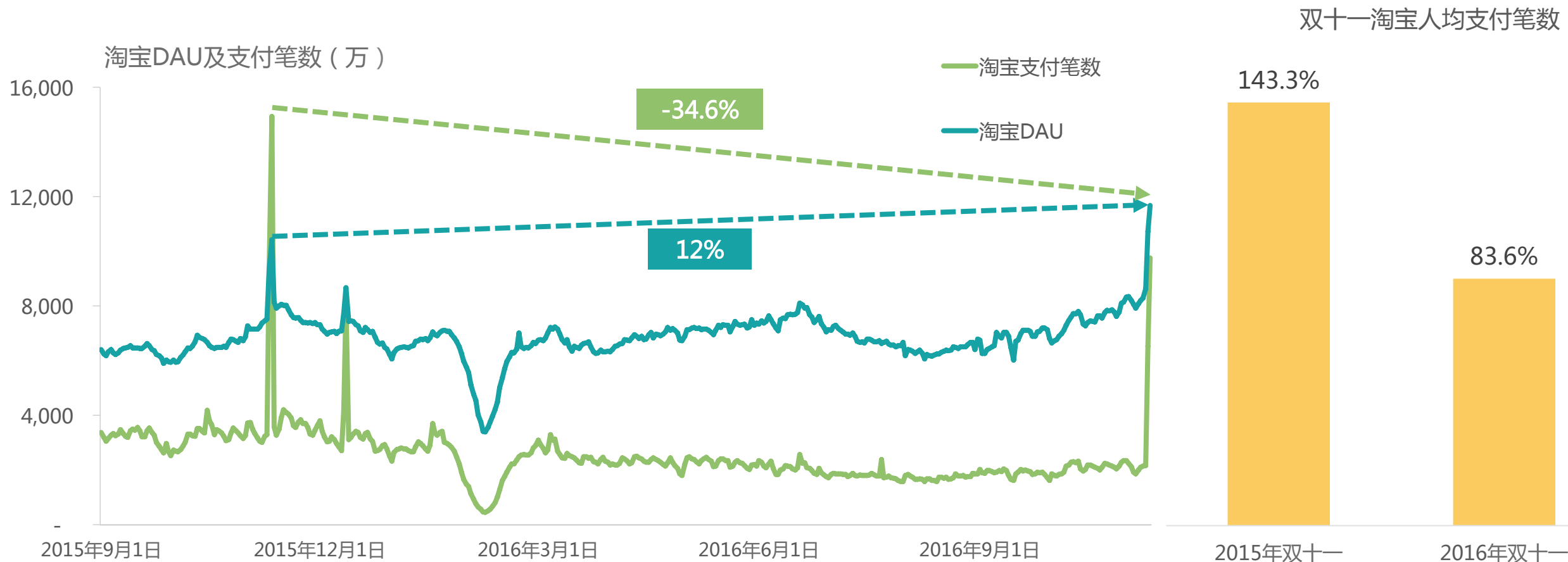
• 渗透率=该级别城市淘宝用户数/该级别城市移动互联网用户数

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台





# 2016年双十一，淘宝DAU同比上升12% 支付笔数同比下降34.6%，人均支付笔数下降至83.6%



- 支付笔数下滑疑似与各平台推出满减及跨店合并支付优惠政策有关

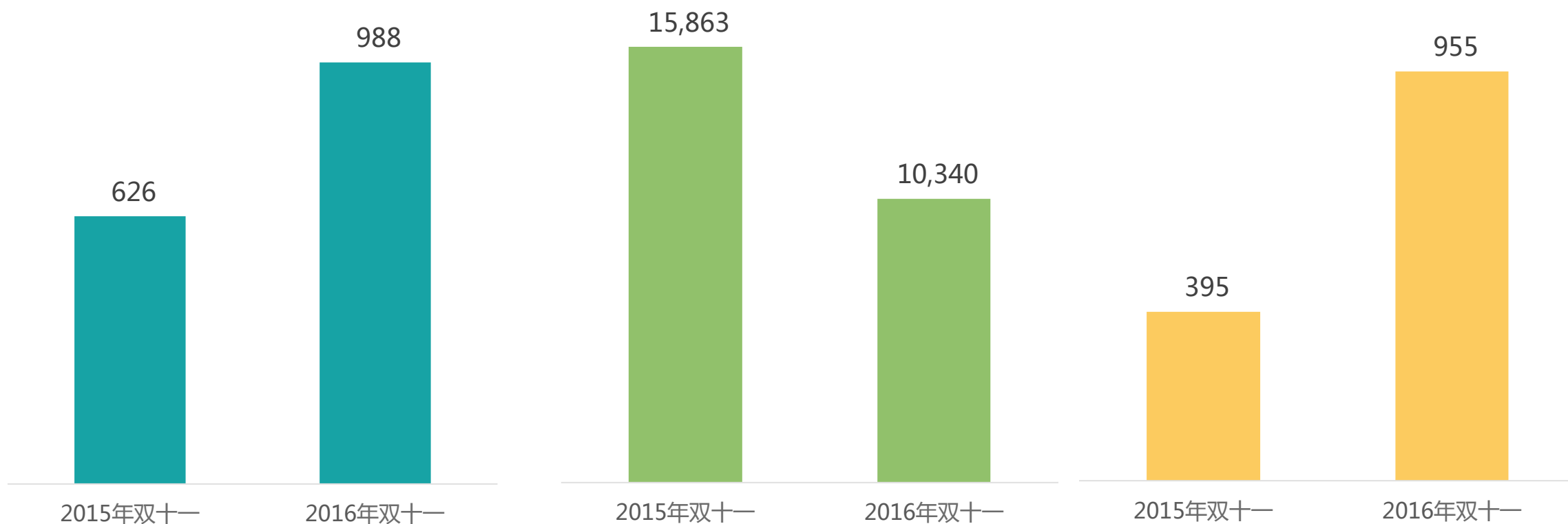
# 2016年双十一，淘宝&天猫移动端交易总额同比上涨57.8%

## 支付笔数同比下降34.8%,客单价提高近2.5倍

双十一淘宝&天猫移动端交易总额（亿元）

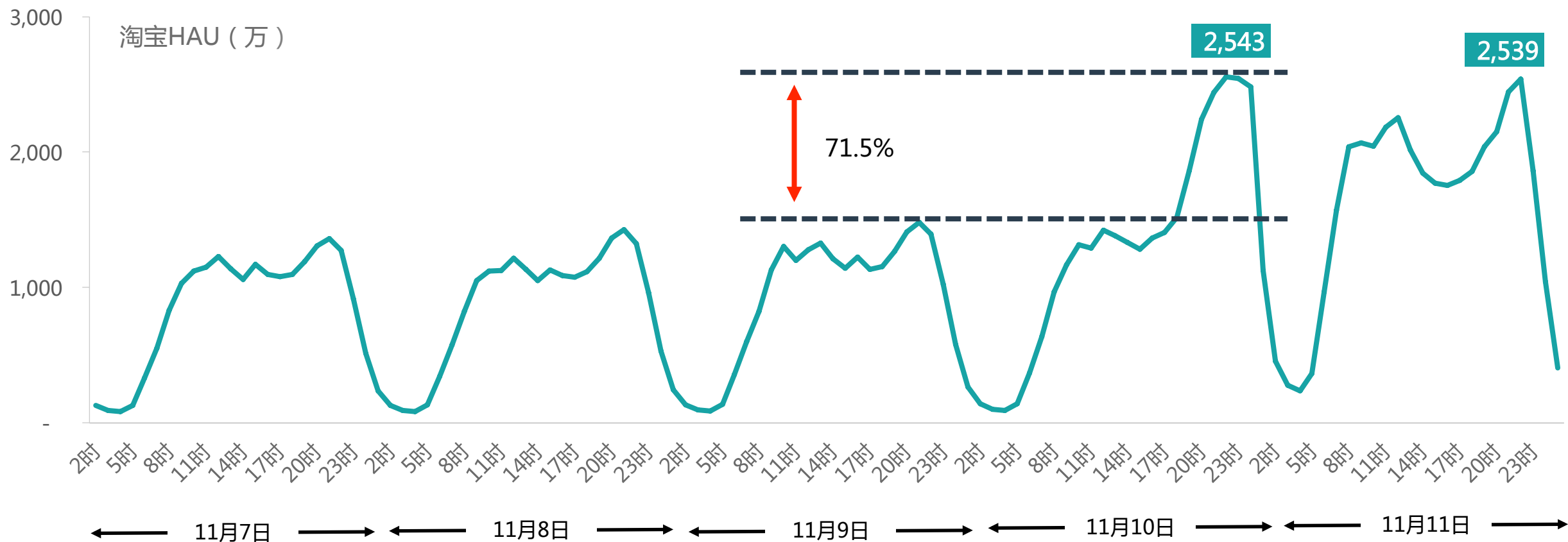
双十一淘宝&天猫移动端支付笔数（万）

双十一淘宝&天猫移动端平均客单价（元）

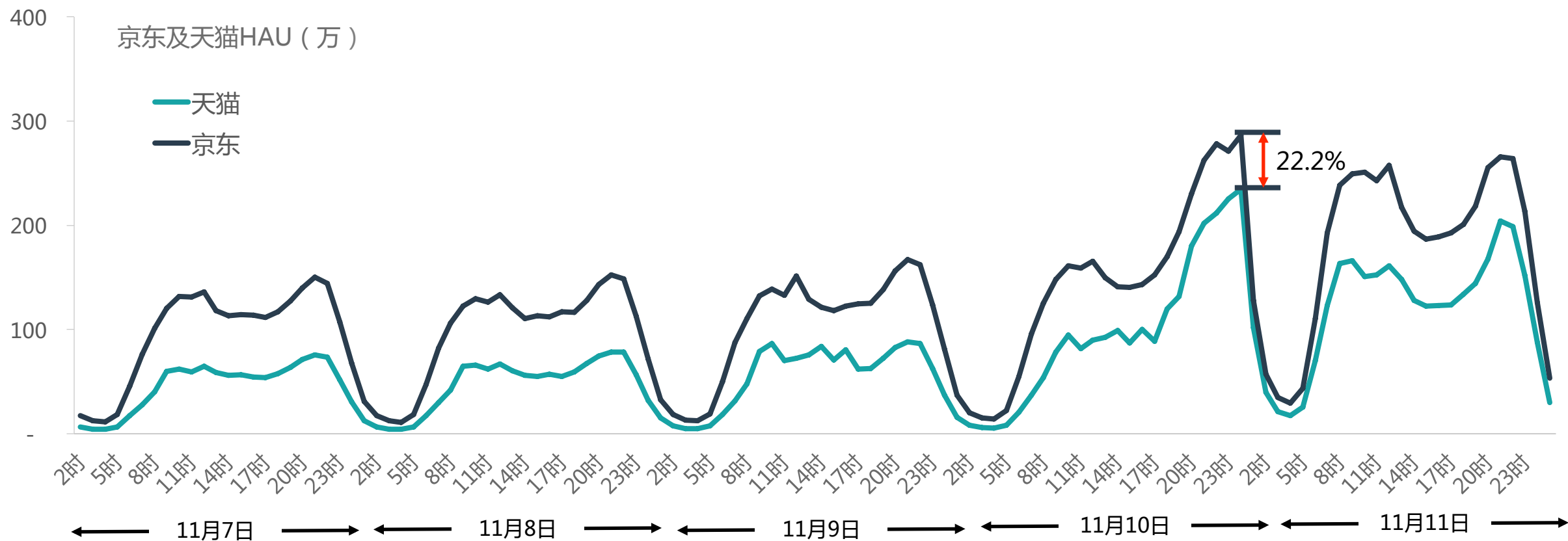


- 支付笔数下滑疑似与各平台推出满减及跨店合并支付优惠政策有关

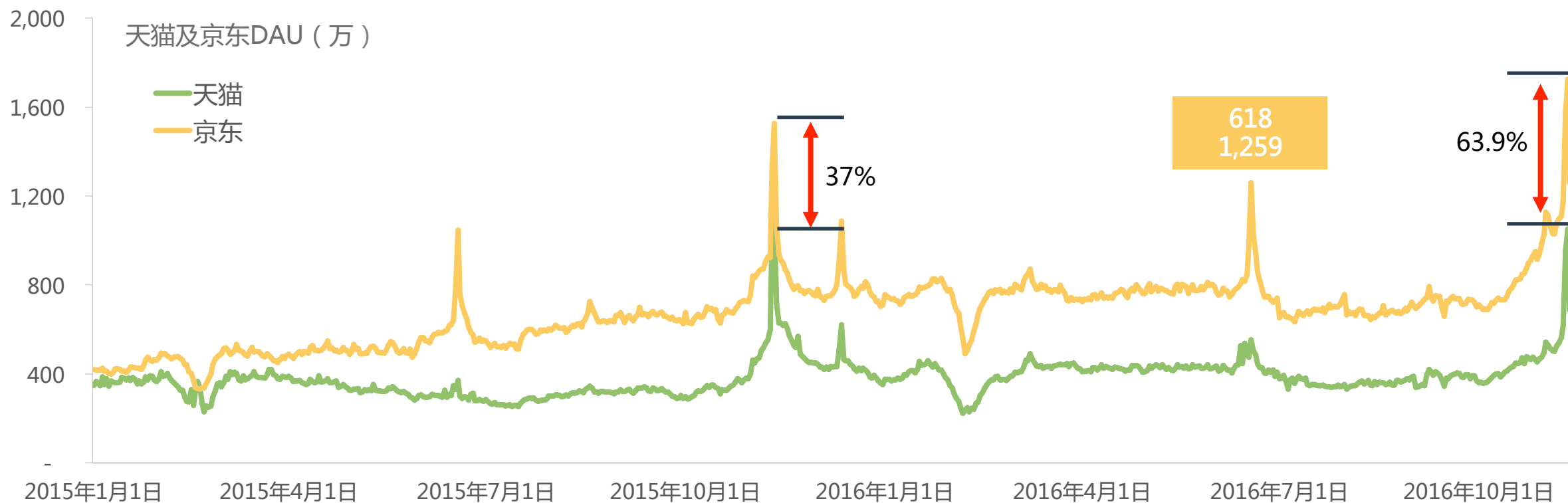
# 2016年双十一，淘宝高峰依旧出现在0时左右 HAU ( Hourly Active Users ) 超出平时71.5%



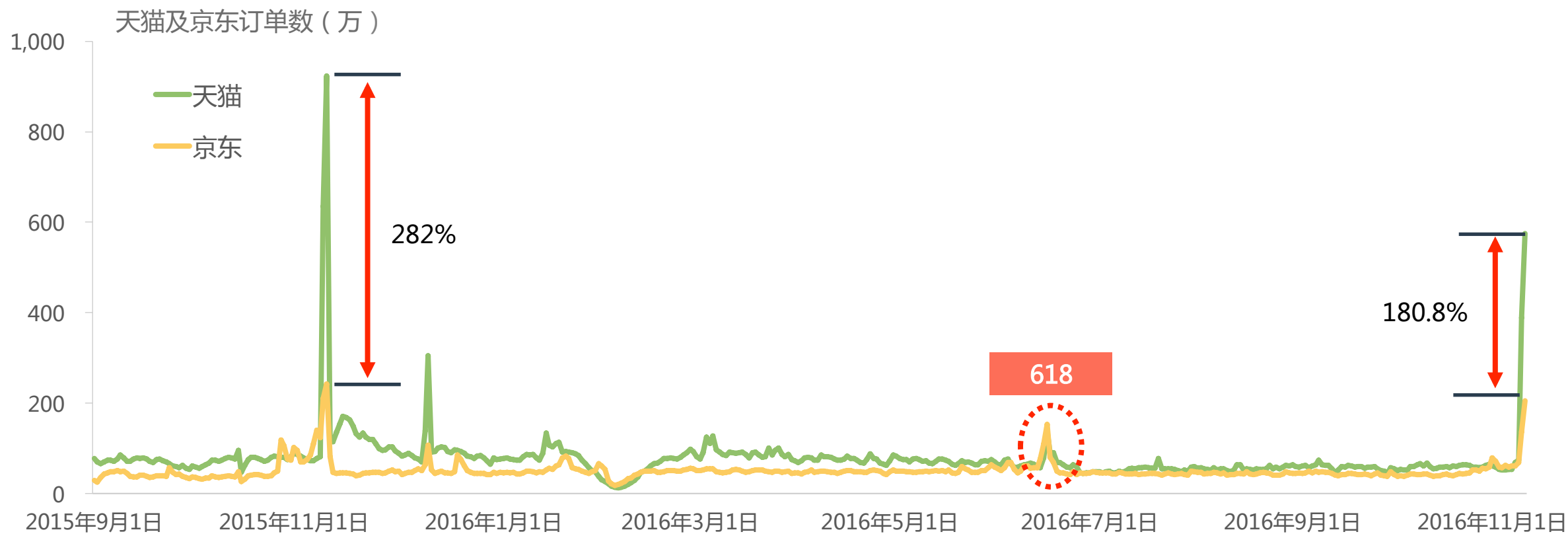
# 双十一高峰时段，京东HAU（Hourly Active Users）超出天猫22.2%



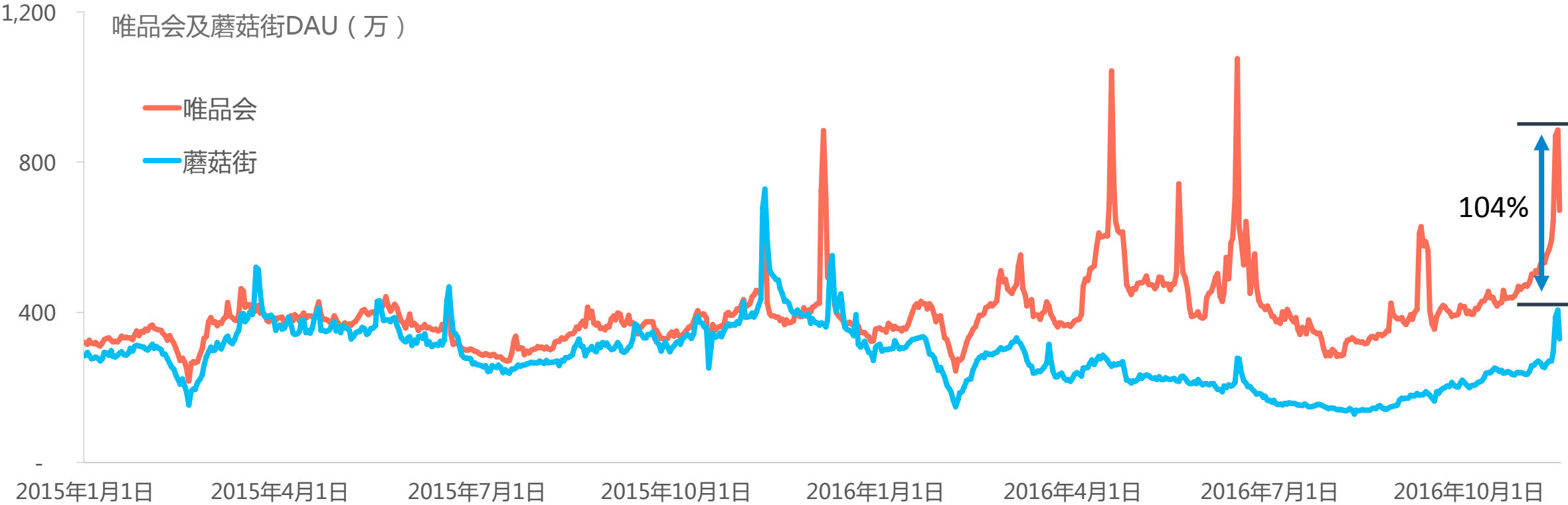
## 与往年相比，2016年双十一天猫与京东DAU差距进一步扩大



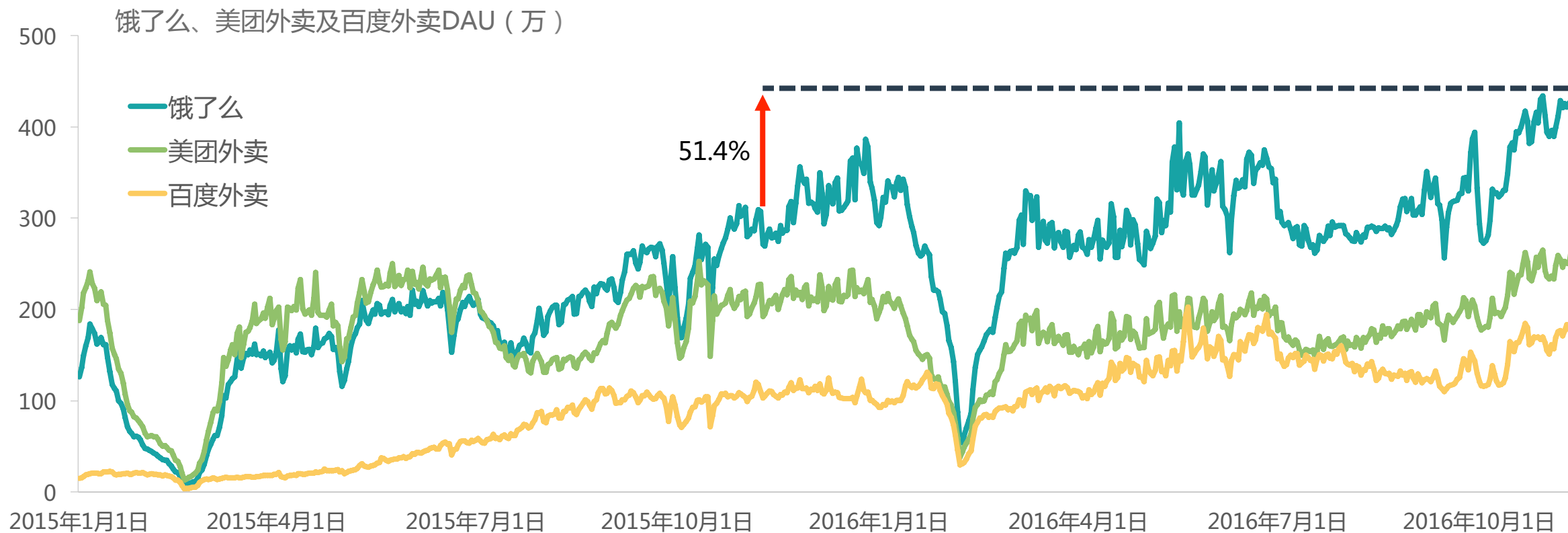
# 2016年618大促，主导者京东与天猫订单笔数不相伯仲 双十一，京东大幅落后天猫



# 2016年，唯品会DAU反超蘑菇街 双十一两者差距进一步拉大



# 2016年双十一，饿了么DAU同比增长51.4%



- 美团外卖仅包含美团外卖App，不含美团团购，向美团App导流数据量约为外卖App的两倍





Trust Us, Trust Data