**阿里的10个大数据告诉你商机在哪**

个性化,是这个时代消费者的标签。在中国这样幅员辽阔的国家，选择有潜力的销售目的地，了解不同地区买家的喜好，对商家来说极为重要。

现在，借助阿里的大数据和第一财经的分析视野，我们为亲们打造中国最大的个性化消费数据库，以及中国最大的个性化消费经济地理信息数据库。这，或许是你掌握商业先机的一把金钥匙。

抢鲜没道理小编今天就独家为各位精编了10个干货数据，走过路过千万不要错过咯~

**数据一：哪些省居民最爱去网上买买买？**

根据阿里大数据,2013年用户网络平均购买水平的排名前三分别是上海、浙江、江苏。将2013年用户网络平均购买水平的分地区排名排名同来自国家统计局居民平均消费水平的分地区排名放在一起，你或许能看出一些结构差异。

2011-2014年居民平均消费及网购买水平排名

（数据来源：国家统计局阿里大数据）

有趣的是，以2013年的排名来看，部分边疆省份出现了网络平均购买排名大幅超过居民平均消费排名的情况。其中，云南、贵州、新疆是两项排名差异最大的前三省份。这三省的居民平均消费水平分别为第28位、30位和27位，但其用户网络平均购买水平排名分别为第7位、第9位和第12位。是不是觉得很出人意料？

**数据二：哪个省居民最爱网上买吃的？**

咳咳，民以食为天。小编有必要特意把吃单独拎出来讲一下。因为，隔壁老王说他也要出去卖家乡特产了。看来，大家都在打嘴巴的主意！

2014年，上海、安徽、江苏等长三角地区食品类产品消费比重都高于全国食品类产品消费平均值，表明这些地区的居民将更多的消费倾注到食品采购上。

（数据来源：阿里大数据）

在我们看来，这个现象当然不表示长三角的居民更“爱吃”，其背后应该反映的是上述地区冷链物流建设激发了居民在食品消费上的潜力。如果能满足中西部的冷链缺口，将极大释放这些地区在食品消费上的潜力，也能极大带动当地的农林牧渔产业，直接带动居民增收。

**数据三：男女有别，性别不同怎么一起买买买？**

性别不同怎么相爱，不对，性别不同可以相爱。BUT，说到买买买，那肯定是爱不到一起去的。

女性的消费购买力表现强大，互联网+同消费关联后，“她经济”成为把脉个性化消费的一把钥匙。阿里大数据显示，化妆品的消费一直呈增长趋势。2013年，彩妆类产品如口红、眉粉等的年销售增速都超过了100%。而最受网民最关注的彩妆产品BB霜，2014年在中国市场上的规模估测达到150亿以上。

“她经济”表现强劲，“他经济”却遭遇宏观经济周期性回调。男装消费在2013-2014年间出现下滑。2012年，阿里消费品大数据的排行榜单中，男装品类占了两个，销售良好。但2013年，男装品类就跌出了排名前二十名的行列。而到了2014年，销售排名前100的品类中，前些年表现良好的男装只剩下了一个产品。难道宏观经济不好，男士们跟着没心情买衣服了？

**数据四：如果你还只会去菜市场买菜，那就OUT了**

如果你不想去挤菜市场，不想面对一市场的蔬菜水果爆发选择恐惧症。那你很有必要了解这段内容。

当冷链建设升级了物流产业链之后，水产生鲜的销售业绩增速傲人，成为新的热点。以阿里大数据观察，2013年多个生鲜品类的涨幅惊人。数据显示，新鲜水果的销售增幅超过700%，而生鲜肉制品的增幅也超过了400%。到了2014年，这两类的增幅较上一年有所下降，分别为200%和150%左右，但销售规模在阿里的行业排名中仍然靠前，为28和58名。

生鲜产品消费增速及排名

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级类目** | **二级类目** | **2013年增速** | **2013年增速排名** |
| 水产生鲜 | 新鲜水果 | 733.50% | 7 |
| 水产生鲜 | 生肉/肉制品 | 428.71% | 10 |
| 水产生鲜 | 水果制品 | 300.46% | 19 |
| 粮油蔬果 | 食用油/调味油 | 252.13% | 26 |
| 粮油蔬果 | 烘焙原料/辅料/食品添加剂 | 106.24% | 113 |
| 粮油蔬果 | 米/面粉/杂粮 | 99.99% | 130 |
| 零食坚果 | 糕点/点心 | 97.50% | 140 |
| 粮油蔬果 | 调味品/果酱/沙拉 | 94.83% | 145 |
| 零食坚果 | 山核桃/坚果/炒货 | 92.58% | 155 |
| 零食坚果 | 糖果零食/果冻/布丁 | 86.78% | 175 |
| 水产生鲜 | 新鲜蛋糕 | 86.62% | 176 |
| **一级类目2** | **二级类目3** | **2014年增速** | **2014年增速排名** |
| 水产生鲜 | 海鲜/水产品/制品 | 93.38% | 101 |
| 水产生鲜 | 新鲜水果 | 207.35% | 21 |
| 粮油蔬果 | 调味品/果酱/沙拉 | 90.70% | 108 |
| 粮油蔬果 | 米/面粉/杂粮 | 89.49% | 112 |
| 水产生鲜 | 生肉/肉制品 | 157.23% | 29 |
| 零食坚果 | 奶酪/乳制品/ | 109.78% | 59 |
| 水产生鲜 | 蛋/蛋制品 | 90.17% | 111 |
| 水产生鲜 | 熟食/凉菜/私房菜 | 91.27% | 107 |

（数据来源：阿里大数据）

来自业内公开渠道的数据显示，生鲜电子商务毛利率平均可达30%-40%，其中海鲜和冻肉最高，水果次之，即使扣除20%的损耗率，也依然远高于其它垂直品类。

未来5年，随着冷物流和仓储技术的提高，农产品品质的提高，生鲜互联网改造将是一个千亿级别市场。这也意味着将会有百亿市值的生鲜互联网改造企业出现。

**数据五：东西虽小，但有些产品藏着服务业大商机**

大众创新、万众创业，赚钱都是从小生意开始的。阿里的大数据显示，由于互联网降低了服务消费交易成本、扩大的服务消费覆盖面，有些服务性产品正因此面临一个大时代。我们以美甲和WiFi产品为例。

中国，这些年美甲行业的发展十分盛行。除了明星们蔡依林等人开美甲店格外引人注意外，全国各大城市的大街小巷涌现出甚至超过沙县小吃曝光率的美甲店。2014年，美甲工具类产品的销售规模排名在整个行业虽仅位列第89名，但它的增速排名却位列第3名。有意思的是，这一品类此前3年内的销售并未进入过阿里大数据销售的前160名。

在2014年，还有一项服务产品的增速引人关注。阿里大数据发现，WIFI租用服务的购买金额在2014年大幅增长了392.31%，增速排在所有品类产品的第12位。

**数据六：哪个省网购的主力最年轻**

毫无悬念，中国网购人群的近一半分布在19-28岁这一年龄段，但29-35岁的轻熟群体是购买力最强的人群。因为前者冲动，后者有钱。如果一个城市网购人口的在19-35岁年龄集中，其消费稳定性会较一般的城市更好，远期的消费潜力可能也会更大。

根据阿里大数据的统计，这样的城市大多出现在中部地区。这些城市网购消费人群中有近六成在19-28岁年龄段，而全国平均的比重只有约44.1%左右。

部分地区19-28岁网购人群合计

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **省** | **市** | **2014年19-28岁网购人群合计** |
| 河南省 | 商丘市 | 71.0% |
| 河南省 | 周口市 | 69.9% |
| 河南省 | 郑州市 | 68.5% |
| 江西省 | 南昌市 | 68.2% |
| 安徽省 | 阜阳市 | 68.0% |
| 安徽省 | 亳州市 | 67.8% |
| 安徽省 | 宿州市 | 66.7% |
| 安徽省 | 合肥市 | 66.4% |
| 河南省 | 新乡市 | 66.6% |
| 湖北省 | 武汉市 | 64.0% |
| 内蒙 | 呼和浩特 | 64.1% |
| 山西省 | 晋中市 | 64.1% |
| 江苏省 | 宿迁市 | 62.9% |

（数据来源：阿里大数据）

**数据七：耐用消费品在哪里最有市场？**

说到耐用消费品，大家肯定想到了“三大件”。70年代，手表、自行车、缝纫机。80年代，冰箱、彩电、洗衣机。90年代，空调、电脑、录像机。现在，我们认为是，手机、电脑、汽车。当然，这个只是给大家一个便于理解的说法，其实，耐用消费品，就是……很耐用的消费品。

阿里大数据的信息揭示，耐用消费品在过去主浪（即主要消费对象）衰减中有消费方式从线下转入线上的小升浪，一些耐用消费品在线上交易呈短暂爆发状态，但在稳定后又进入了增速下行的通道。

2015年耐用消费品整体占比中，四五六线城市明显高于一二三线城市，大家电和家具消费占比重亦是如此。这是由于一二三线城市消费已成熟，耐用品拥有比已经比较高，而四五六线城市每百户居民拥有的耐用品数量占比相对较低，市场还未饱和，可能是未来这类耐用消费品的核心市场。

每百户居民拥有的耐用品数量

（数据来源：国家统计局）

**数据八：全国淘宝村都在哪里？**

想致富，先修路。修了路做什么？弄个淘宝村好像不错。“淘宝村”是大量网商聚集在某个行政村，以淘宝为主要交易凭台，形成规模和协同效应的网络商业群聚现象。其认定标准之一是电子商务年交易额达到1000万元以上。

2014年全国淘宝村的数量和分布

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **省** | **市** | **区/县** | **镇/乡/街道** | **淘宝村数量** |
| 广东省 | 广州市 | 增城市 | 新塘镇 | 9 |
| 广东省 | 广州市 | 白云区 | 太和镇 | 7 |
| 山东省 | 菏泽市 | 曹县 | 大集乡 | 6 |
| 河北省 | 邢台市 | 清河县 | 葛仙庄镇 | 6 |
| 河北省 | 保定市 | 高碑店市 | 白沟新城 | 5 |
| 山东省 | 滨州市 | 博兴县 | 锦秋街道 | 5 |
| 浙江省 | 温州市 | 永嘉县 | 桥下镇 | 5 |
| 江苏省 | 徐州市 | 睢宁县 | 沙集镇 | 5 |
| 福建省 | 泉州市 | 安溪县 | 尚卿乡 | 5 |
| 浙江省 | 金华市 | 义乌市 | 江东街道 | 4 |
| 浙江省 | 台州市 | 天台县 | 坦头镇 | 4 |
| 浙江省 | 台州市 | 温岭市 | 泽国镇 | 4 |
| 广东省 | 揭阳市 | 普宁市 | 占陇镇 | 4 |
| 福建省 | 莆田市 | 仙游县 | 榜头镇 | 3 |
| 江苏省 | 南通市 | 通州区 | 川姜镇 | 3 |
| 广东省 | 广州市 | 番禺区 | 南村镇 | 3 |
| 浙江省 | 杭州市 | 临安市 | 清凉峰镇 | 3 |
| 广东省 | 广州市 | 花都区 | 狮岭镇 | 3 |
| 浙江省 | 湖州市 | 吴兴区 | 织里镇 | 3 |

（数据来源：阿里研究院）

2014年，全国共发现212个淘宝村，分布在福建、广东、浙江等10个省市。根据农村网商的家庭经营特点，按每个网店约4个从业者计算，预计淘宝村整体带来直接就业达28万人以上。

**数据九：全国在线产业带如何分布？**

由点及面，除了淘宝村，阿里大数据还给我们绘出了有趣的在线产业带。

截止到2014年3月，全国已同1688.com签约的产业带和专业市场共有101个，覆盖了浙江、广东、江苏等19个省市，包含服装、母婴、数码、食品、百货、机械、包装、原材料等16大类产品。在线产业带目前已覆盖阿里巴巴B2B内贸网商50万家，其中活跃网商数量约9万家。

从省级层面来看，浙江省以30个签约在线产业带和专业市场位居各省市榜首，广东省（17个）、福建省（7个）分别位居第2位和第3位。

2014年中国在线产业带

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **省份** | **城市** | **名称** | **优势行业** |
| **北京** | **北京** | 北京服装批发基地 | 服装 |
| **福建** | **泉州** | 安溪产业带 | 茶叶 |
| **泉州** | 石狮产业带 | 服装 |
| **泉州** | 晋江产业带 | 鞋 |
| **南平** | 武夷山产业带 | 茶叶 根雕 |
| **漳州** | 漳州产业带 | 茶叶 |
| **厦门** | 厦门象屿五金机电城 | 五金机电 |
| **南安** | 中国南安水暖城 | 水暖建材 |
| **广东** | **东莞** | 虎门产业带 | 服装 |
| **东莞** | 东莞大朗毛织批发市场 | 羊毛衫 |
| **东莞** | 虎门大莹女装城 | 女装 |
| **东莞** | 虎门富民时装城 | 服装 |
| **东莞** | 樟木头电子城 | 电子电器 |
| **佛山** | 佛山童装批发市场 | 童装 |
| **佛山** | 佛山家具市场 | 家具 |
| **佛山** | 佛山产业带 | 家具 |
| **佛山** | 广东家居市场 | 日用百货 |
| **广州** | 广州十三行服装批发街 | 服装 |
| **广州** | 广州沙河服装批发商圈 | 服装 |
| **广州** | 广州新塘牛仔城 | 牛仔 |
| **揭阳** | 潮汕内衣批发商城 | 内衣 |
| **中山** | 广东中山灯具批发市场 | 灯具 |
| **中山** | 沙溪休闲服装批发商圈 | 服装 |
| **深圳** | 深圳南油服装批发市场 | 服装 |
| **深圳** | 深圳安防城 | 安防 |
| **广西** | **南宁** | 南宁产业带 | 东盟进口食品 |
| **荔浦** | 广西荔浦中国衣架之都 | 衣架 |
| **钦州市** | 广西东盟商贸城 | 小商品 |
| **贵州** | **遵义** | 遵义产业带 | 农特产品 |
| **贵阳** | 资源能源云市场 | 煤矿、钢铁 |
| **贵阳** | 乡村好货源云市场 | 农产品 |
| **毕节** | 毕节产业带 | 冶金 |
| **河北** | **廊坊** | 香河产业带 | 家具 |
| **保定** | 白沟国际箱包城 | 箱包 |
| **石家庄** | 南三条小商品批发市场 | 小商品 |
| **河南** | **郑州** | 郑州产业带 | 女裤 |
| **洛阳** | 洛阳产业带 | 轴承、老北京布鞋 |
| **商丘** | 商丘产业带 | 针织内衣、量具、冶金 |
| **漯河** | 漯河产业带 | 食品 |
| **郑州** | 河南科技市场 | 3C数码 |
| **湖北** | **黄冈** | 武穴产业带 | 医药化工、建材 |
| **黄冈** | 红安产业带 | 农产品 |
| **武汉** | 武汉汉正街服装批发市场 | 服装 |
| **湖南** | **株洲** | 株洲产业带 | 女装，童装 |
| **长沙** | 长沙产业带 | 汽车零配件 |
| **株洲** | 芦淞服饰城 | 服装 |
| **吉林** | **辽源** | 辽源产业带 | 袜业 |
| **江苏** | **南通** | 南通产业带 | 家纺 |
| **无锡** | 无锡产业带 | 紫砂壶、电动车 |
| **徐州** | 睢宁产业带 | 化工产品 |
| **南通** | 叠石桥家纺专业市场 | 家纺 |
| **苏州** | 常熟服装城 | 服装 |
| **常熟** | 服装分销市场 | 服装 |
| **辽宁** | **葫芦岛** | 葫芦岛产业带 | 泳衣 |
| **鞍山** | 鞍山产业带 | 新材料 |
| **沈阳** | 南塔产业带 | 鞋 |
| **沈阳** | 沈阳五爱批发市场 | 小商品 |
| **山东** | **威海** | 威海产业带 | 渔具 |
| **威海** | 山东工艺家纺城 | 家纺 |
| **威海** | 中国海洋食品名城 | 海产品 |
| **山西** | **长治** | 长子产业带 | 辣椒、煤矿 |
| **长治** | 山西太行山农产品物流园 | 农产品 |
| **四川** | **成都** | 成都荷花池服装批发商圈 | 女鞋 |
| **成都** | 成都北欧鞋履批发商圈 | 女鞋 |
| **成都** | 四川农食批发商圈 | 农副产品 |
| **成都** | 女鞋之都 | 女鞋 |
| **泸州** | 泸州（中国）西南国际商贸城 | 百货 |
| **天津** | **天津** | 天津产业带 | 化工电子 |
| **天津** | 天津崔黄口地毯市场 | 家纺 |
| **天津** | 天津家纺批发市场 | 地毯 |
| **浙江** | **杭州** | 桐庐产业带 | 笔 |
| **杭州** | 建德产业带 | 五金工具、低压电器、床品套件 |
| **杭州** | 杭州四季青服装批发市场 | 女装 |
| **金华** | 义乌产业带 | 小商品 |
| **金华** | 永康五金城 | 劳保用品、五金厨具 |
| **金华** | 义乌服装服饰批发商圈 | 服装 |
| **金华** | 义乌家居批发商圈 | 日用百货 |
| **金华** | 义乌围巾批发商圈 | 围巾 |
| **金华** | 义乌小商品批发商圈 | 小商品 |
| **金华** | 义乌国际小商品城 | 小商品 |
| **临安** | 临安产业带 | 山核桃 |
| **湖州** | 织里产业带 | 童装 |
| **湖州** | 织里童装批发商圈 | 童装 |
| **绍兴** | 诸暨产业带 | 珍珠、袜子 |
| **绍兴** | 柯桥轻纺城 | 家纺 |
| **绍兴** | 绍兴大唐袜业批发市场 | 袜子 |
| **绍兴** | 诸暨国际商贸城 | 服饰 |
| **丽水** | 丽水产业带 | 农食产品、青瓷等 |
| **台州** | 温岭产业带 | 鞋 |
| **台州** | 黄岩产业带 | 日用百货 |
| **台州** | 路桥中国日用品商城 | 日用品 |
| **温州** | 苍南产业带 | 包装 |
| **温州** | 温州产业带 | 鞋 |
| **温州** | 温州站南服饰批发广场 | 服装 |
| **温州** | 温州中国礼品城 | 日用百货 |
| **温州** | 温州中国印刷包装城 | 包装印刷 |
| **温州** | 中国鞋都 | 皮鞋 |
| **衢州** | 衢州家具生活馆 | 家居建材 |
| **嘉兴** | 平湖中国服装城 | 羽绒服 |
| **宁波** | 镇海装备制造专业市场 | 五金机械 |
| **重庆** | **重庆** | 重庆产业带 | 汽摩及配件 |

（数据来源：阿里研究院）

**数据十：中西部地区怎么抓住网购商机**

淘宝村、产业带听过去都是东部省份的事。其实不然，中部地区也早已看到无限商机。从产品结构上看，东部地区以消费品和轻工业为主，如浙江嵊州的领带，广东河源的手机；中部以资源型集群为主，如湖南株洲的铅锌硬质合金、湘潭的槟郎加工；东北仍保留有较重的计划经济痕迹，以重工业为主，如辽宁开原的起重机制造等。

与2013年相比，2014年，中部地区产业集群增长迅速，湖北省实现同比增长200%，安徽省一年之内实现从零到6个在线产业带的快速增长，新疆、四川、黑龙江等西部和东北地区也实现了零的突破。

看到这里，你是不是对这份含金量十足的专业报告有了基本认识？如果，你恰好正在寻找互联网商机，那么很有必要读一读这份报告全文。