



“带货女王”之争

导购电商app行业研究报告

极光大数据

2017.06

CHAPTER 01

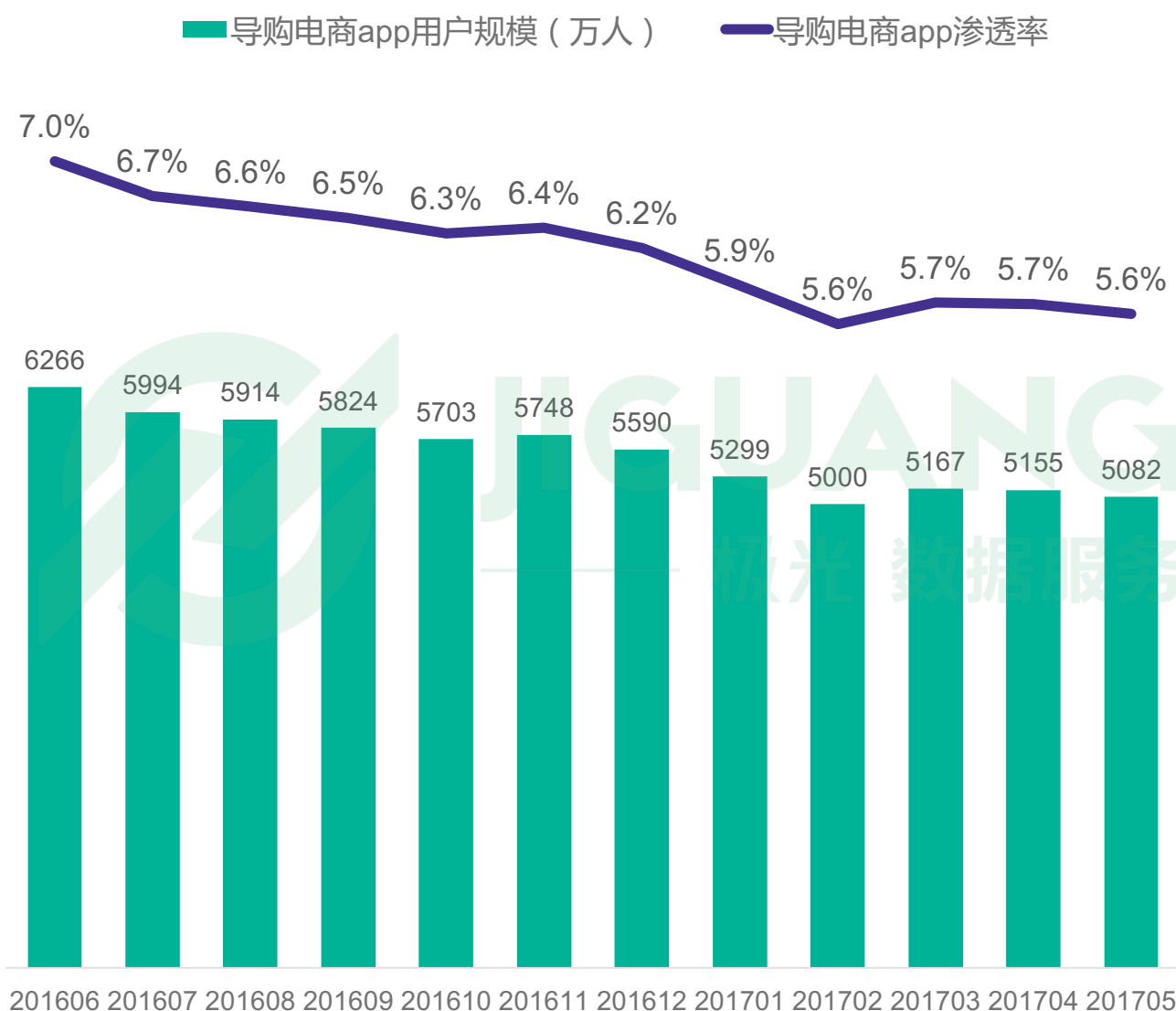
行业趋势

导购电商app渗透率及用户规模变化

截至2017年5月最后一周，导购电商app市场渗透率为5.6%，用户规模超过5000万

- 极光大数据显示，导购电商app行业渗透率在过去一年整体处于下滑状态，直至近三个月才出现小幅回暖

导购电商app用户规模及渗透率变化



- 数据来源：极光大数据
- 取数周期：2016.06-2017.05

导购电商app分类

目前导购电商主要分为三类：返利折扣型、全网比价型、内容驱动型

- 返利折扣型和全网比价型的导购电商app吸引价格敏感度高的用户，内容驱动型导购电商app更吸引重视品质和体验的用户

导购电商app分类



返利折扣型

代表app



一淘



返利网

返利折扣型的导购电商app通过用户完成交易后的部分金额返还或某件商品的直接折扣向用户提供淘宝、京东等电商平台的优惠



全网比价型

代表app



惠惠
购物助手



慢慢买

全网比价型导购电商app主要通过聚合各电商平台同一SKU的价格，向用户实时展现该SKU当前最优惠的价格



内容驱动型

代表app



淘宝
头条



什么
值得买

内容驱动型导购电商app的目标用户区别于前两类导购app针对的价格敏感用户，侧重向看中品质和体验的群体提供优质内容推荐

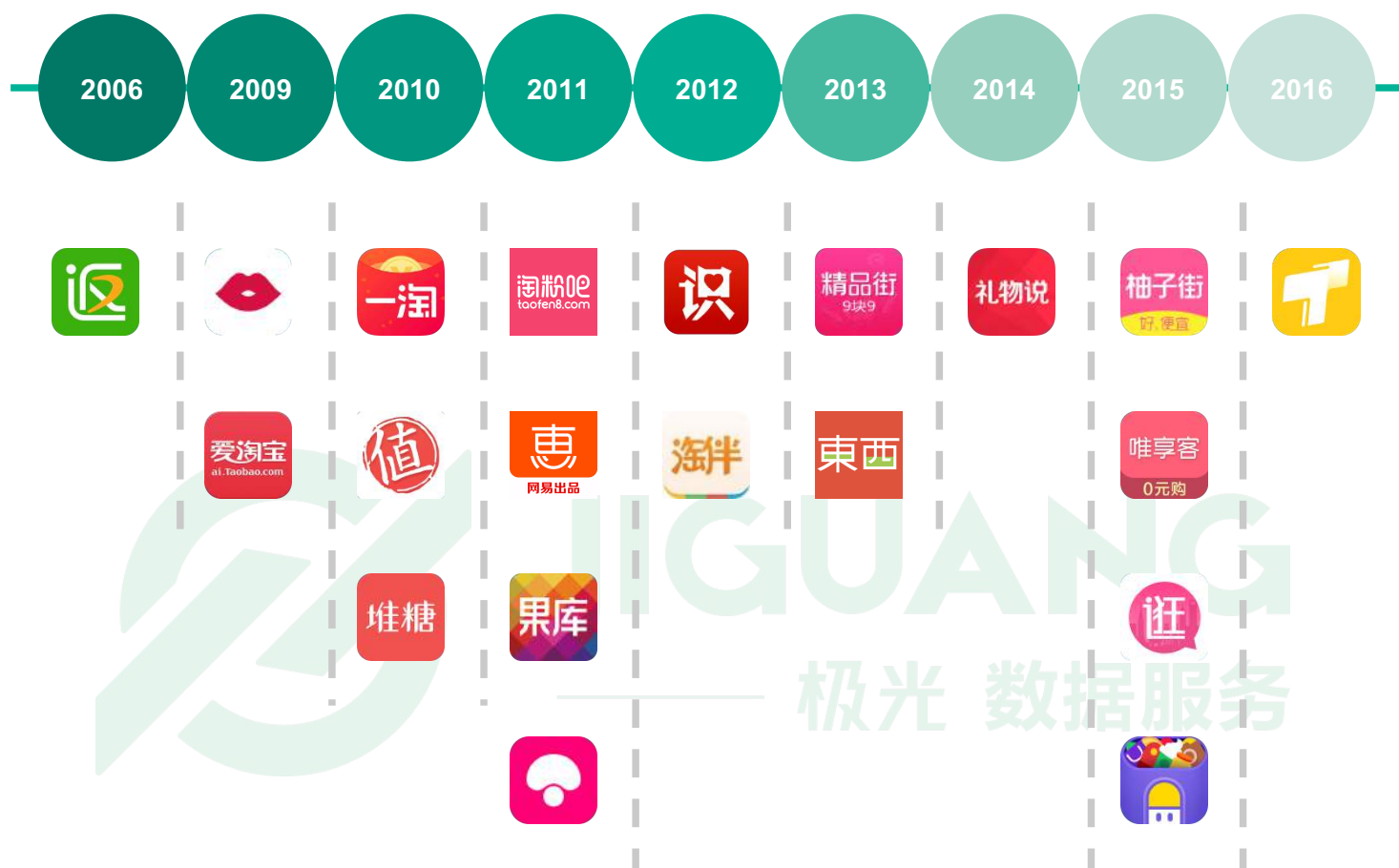
数据来源：公开资料整理

主流导购电商成立时间轴

导购电商平台从PC端时代就开始涉猎这一领域

- 国内最早涉足电商导购的返利网成立于PC时代，2010年移动互联网时代开始蓬勃发展的时期也抓住了机遇，在移动端获得了良好的持续发展，近日或在国内A股上市

主流导购电商成立时间轴



数据来源：公开资料整理

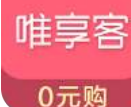
*做导购电商起家的蘑菇街、美丽说已转型为垂直电商平台，报告中提到的导购电商不包括这两个平台

主流导购电商app背景

阿里系导购电商app多达7款

- 早在2012年，淘宝就已经开始重视导购电商带来的流量，对非阿里系导购电商进行佣金接口限制，并于2014年3月投资堆糖，逐渐布局垂直海淘导购app淘我要、年轻女性导购分享社区app爱逛街和侧重内容营销的淘宝头条

主流导购电商app背景



数据来源：公开资料整理

依靠导购电商起家的蘑菇街完成垂直电商转型，估值超过30亿美元

- 目前，主流导购电商app行业融资情况良好，除了背靠阿里、金立、豆瓣、网易、虎扑和唯品会等大牛的导购电商app，依靠导购电商起家的蘑菇街和返利网估值也已分别达到30亿和10亿美元

部分主流导购电商app融资情况



*做导购电商起家的蘑菇街、美丽说已转型为垂直电商平台，报告中提到的导购电商不包括这两个平台

CHAPTER 02

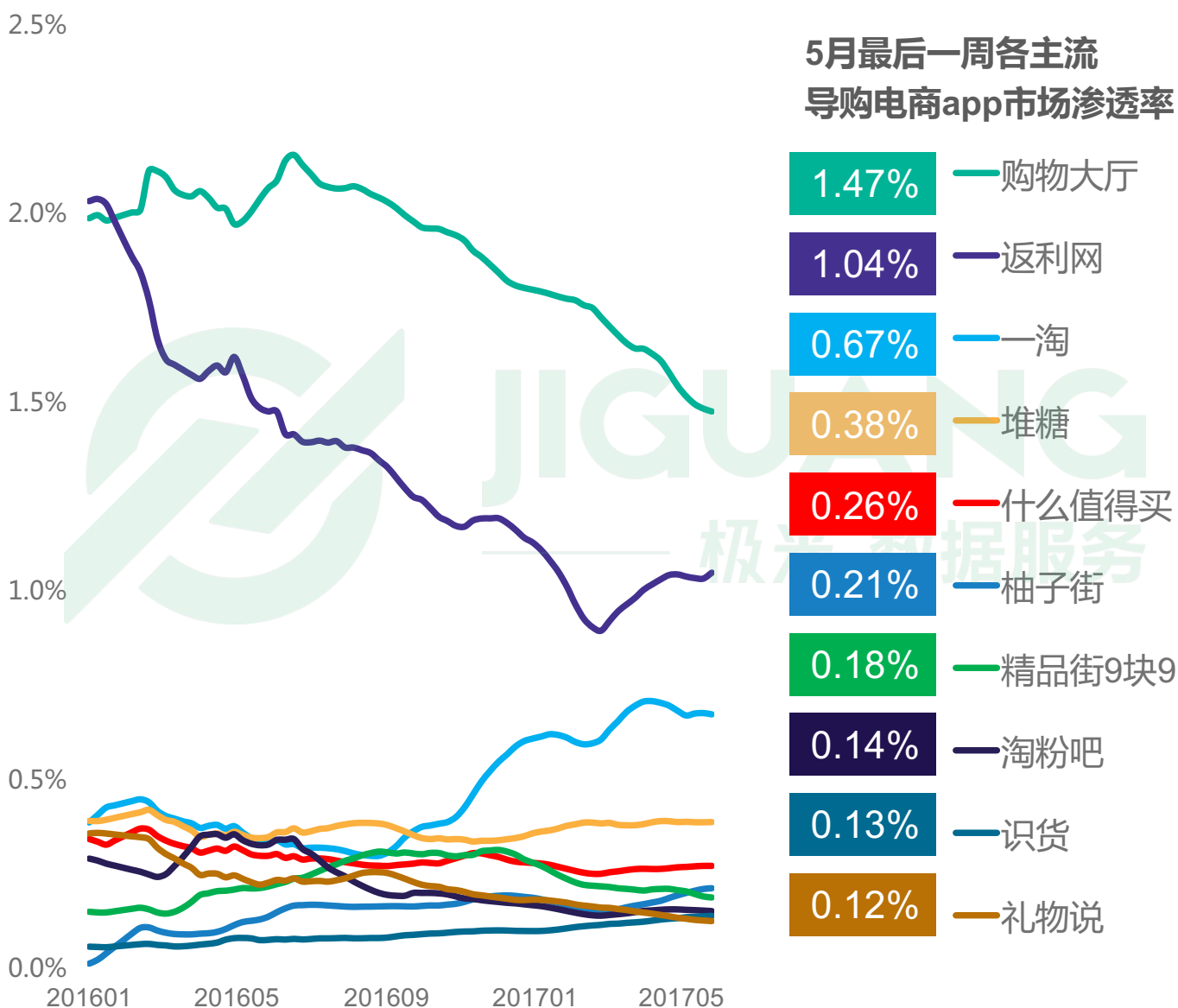
竞品分析

5月导购电商市场渗透率top10 app

购物大厅：背靠金立，渗透率名列导购电商app第一

- 根据极光大数据统计，导购电商市场渗透率top5 app分别为购物大厅、返利网、一淘、堆糖和什么值得买，其中购物大厅和返利网过去一年的渗透率整体上明显处于下跌状态

5月导购电商市场渗透率top10 app



数据来源：极光大数据

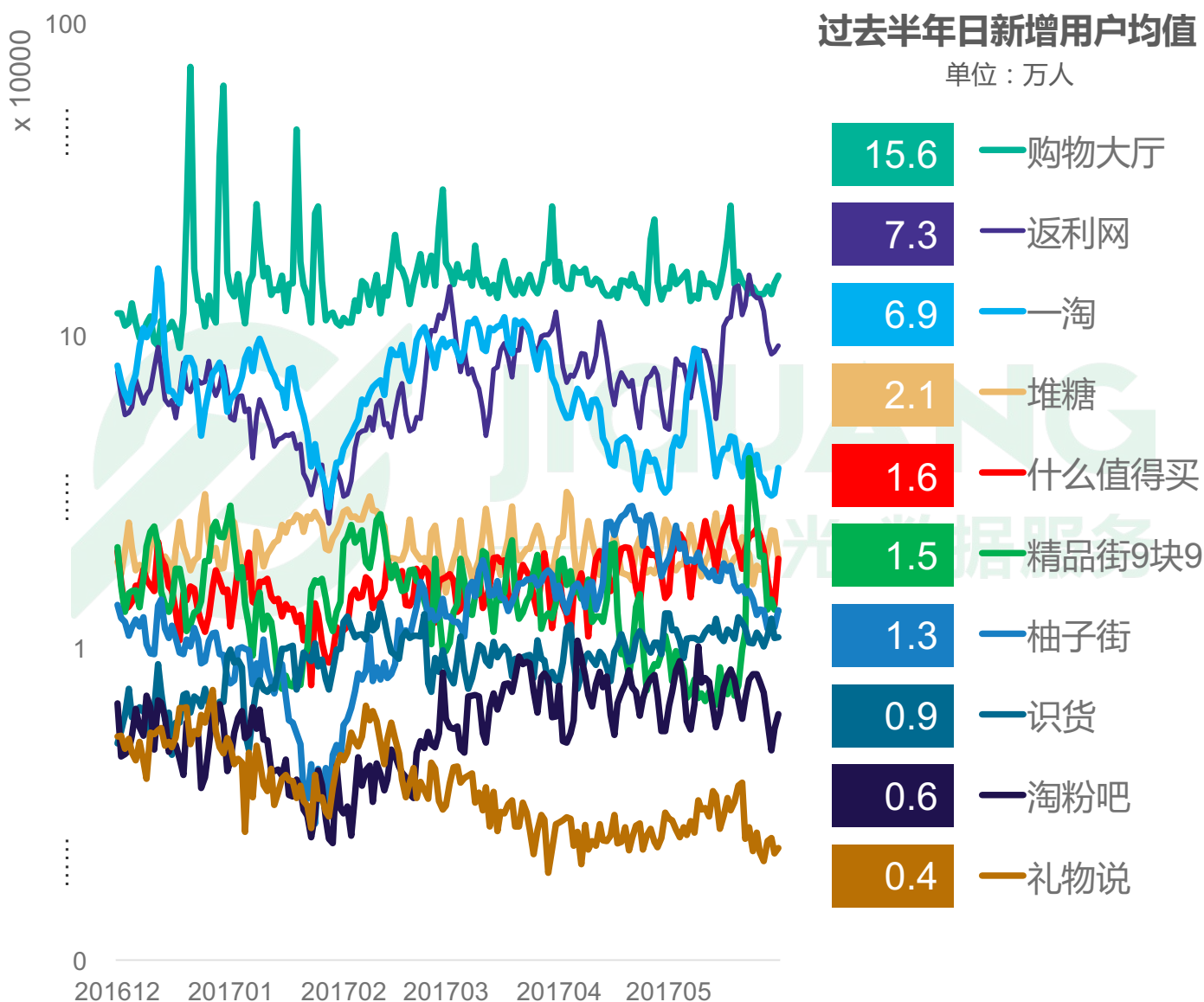
取数周期：2016.01-2017.05

渗透率top10 app(日新增用户数量)

日新增用户量top3 app：购物大厅、返利网、一淘

- 购物大厅过去半年日均新增用户量为15.6万，返利网和一淘则分别为7.3万和6.9万，其余主流导购电商app的日均新增用户量不到3万

导购电商市场渗透率top10 app-日新增用户量



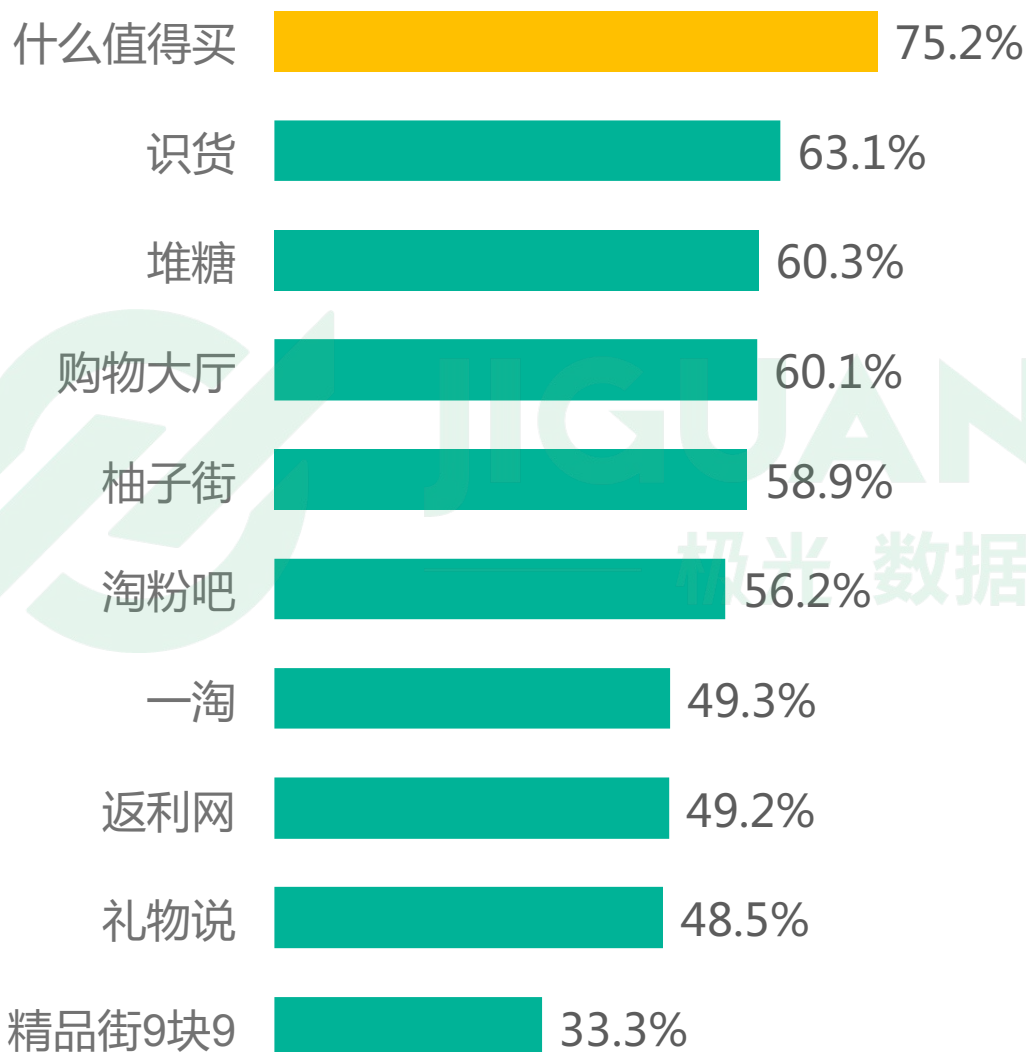
*因app间的量级差异，纵坐标轴为对数刻度

渗透率top10 app(30天留存率)

什么值得买：新用户体验最佳，30天留存率高达75.2%

- 在导购电商渗透率top10 app中，什么值得买、识货、堆糖和购物大厅的30天留存率超过六成

导购电商市场渗透率top10 app-30天留存率均值



数据来源：极光大数据

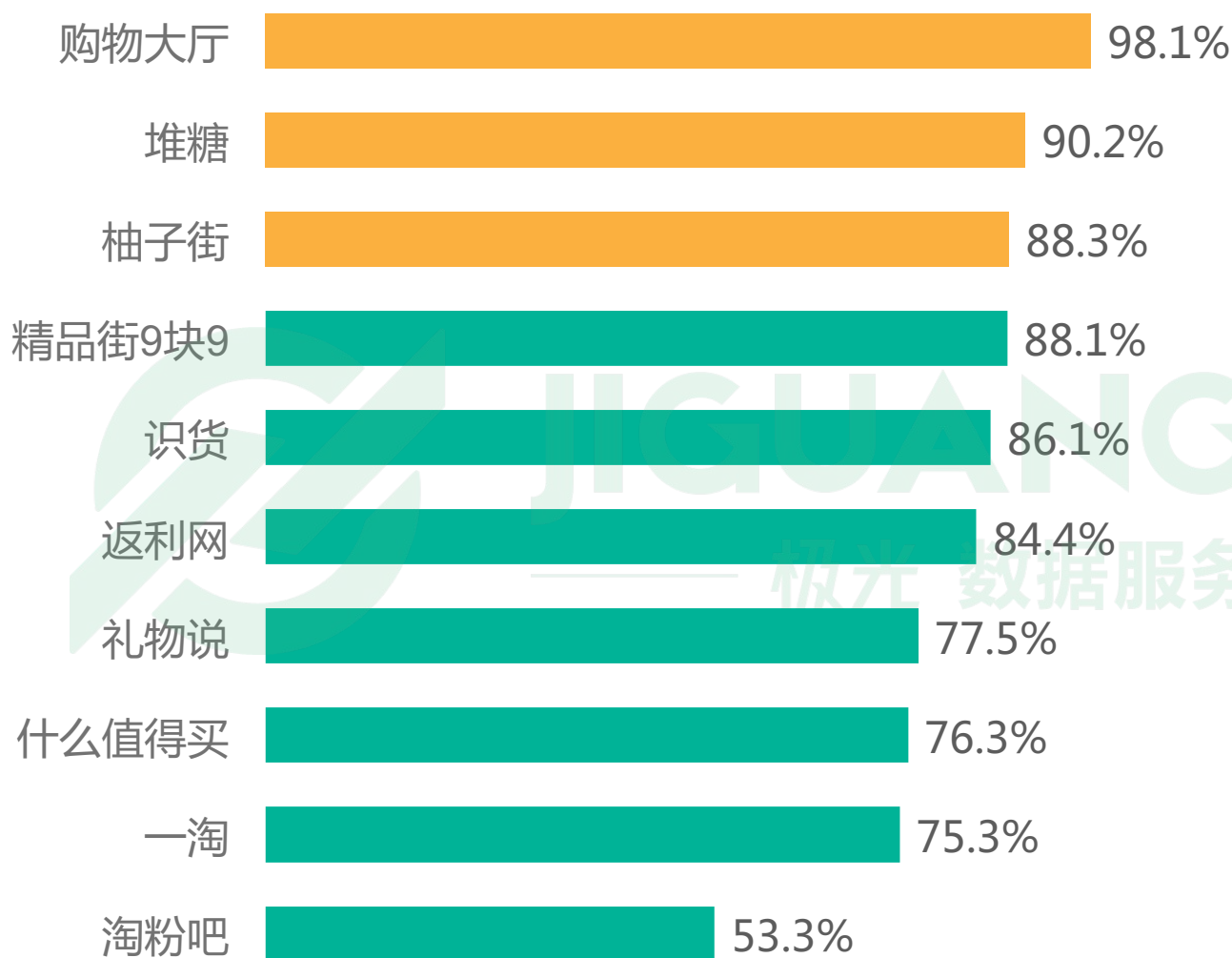
取数周期：2017.01.01-2017.05.03

渗透率top10 app(app独占率)

购物大厅app独占率最高，堆糖和柚子街其次

- 在购物大厅的用户中，未安装竞品的用户高达98.1%，用户忠诚度高
- 堆糖和柚子街的忠诚用户比例则分别为90.2%和88.3%

导购电商市场渗透率top10 app-app独占率



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.05

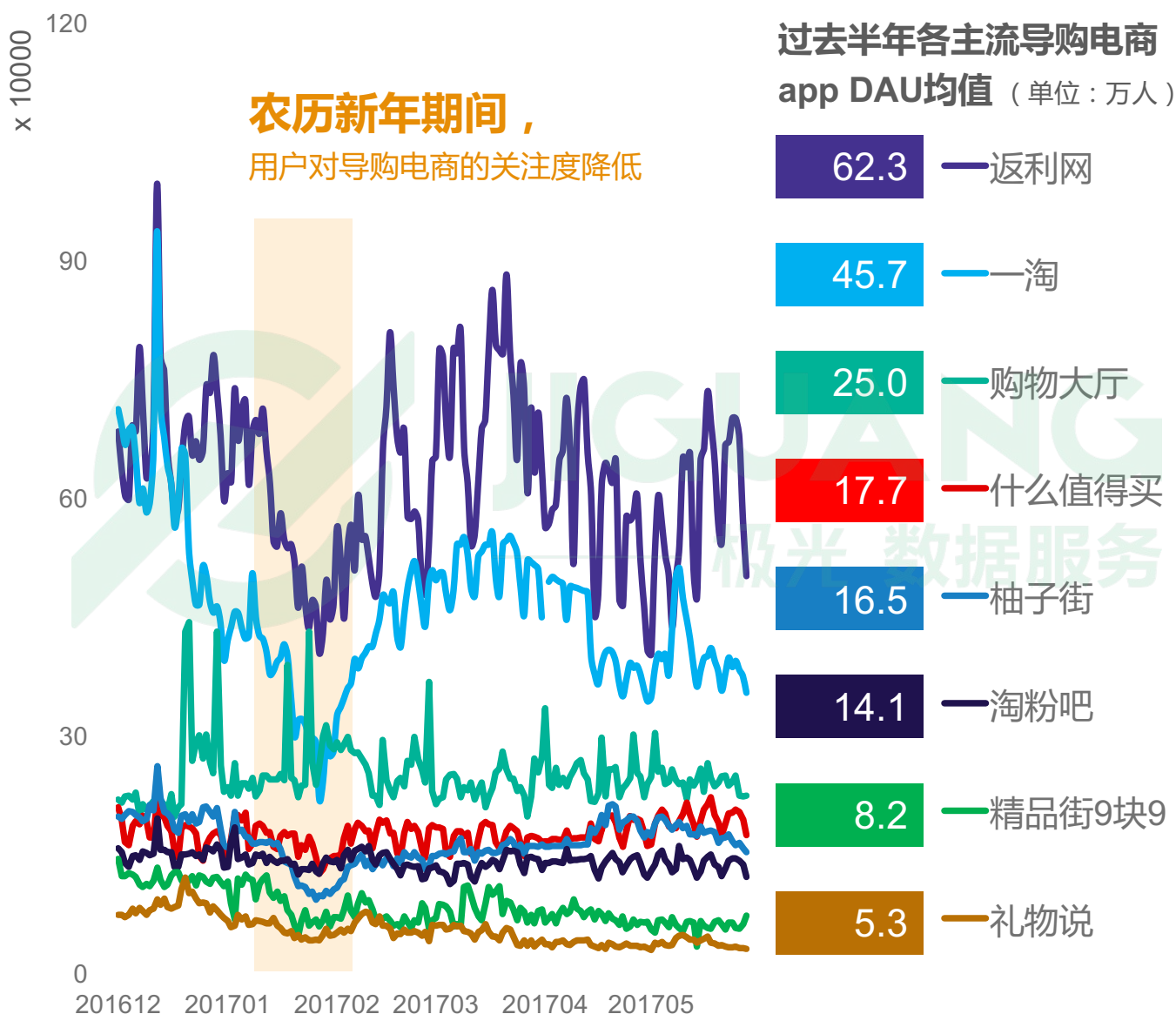
*app独占率=仅安装目标app的用户/安装目标app的所有用户

主要导购电商app DAU

返利网：过去半年日均DAU达62.3万

- 电商盛典“双十二”对返利网和一淘DAU的拉动效果显著
- 用户在农历新年期间对导购电商的关注度下降，多款导购电商app的DAU在此期间跌至过去半年的谷底

主要导购电商app DAU

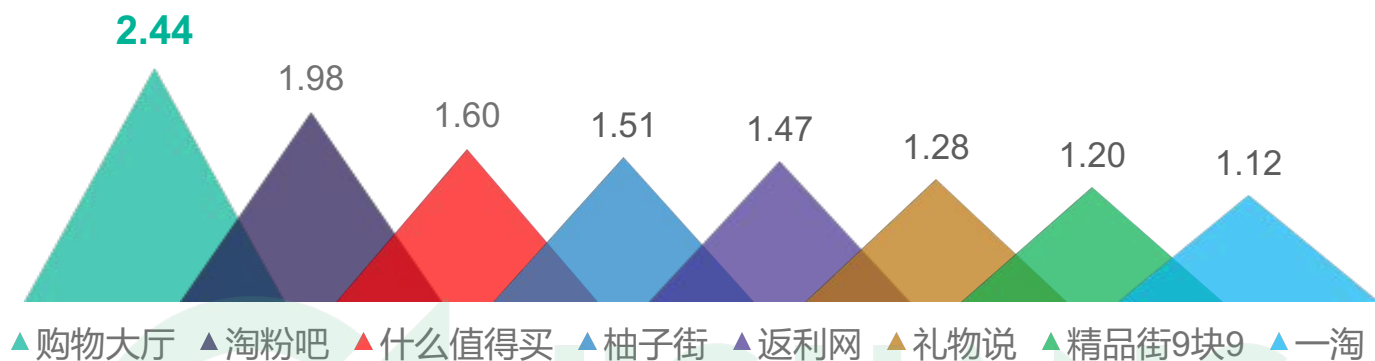


主要导购电商app用户使用习惯

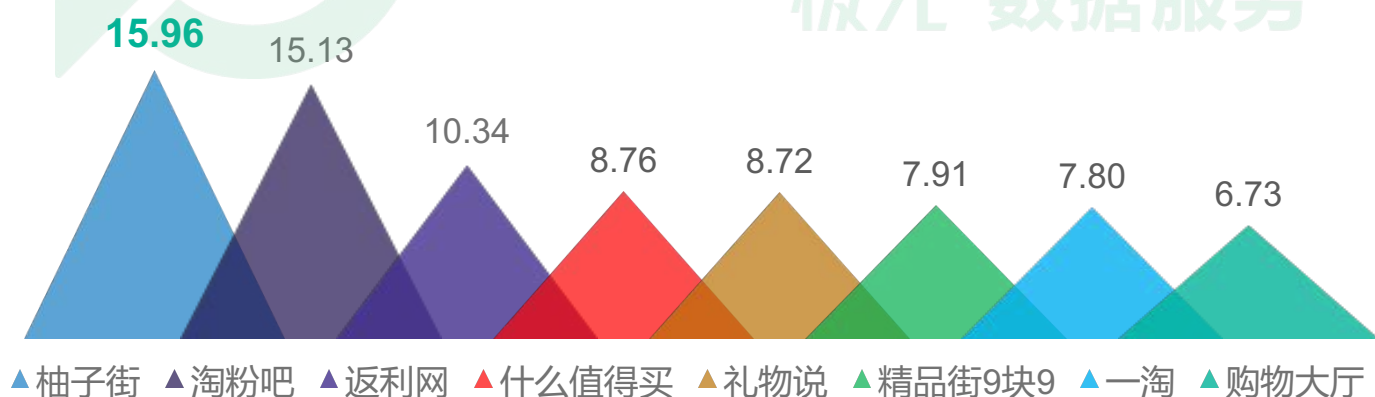
淘粉吧的用户使用习惯表现出色

- 购物大厅活跃用户日均使用次数最高，日均使用时长却是最短的
- 淘粉吧的活跃用户日均使用次数和使用时长均名列前茅

主要导购电商app日均使用次数



主要导购电商app日均使用时长



*日均使用次数：半小时内的所有使用次数均统计为一次

数据来源：极光大数据

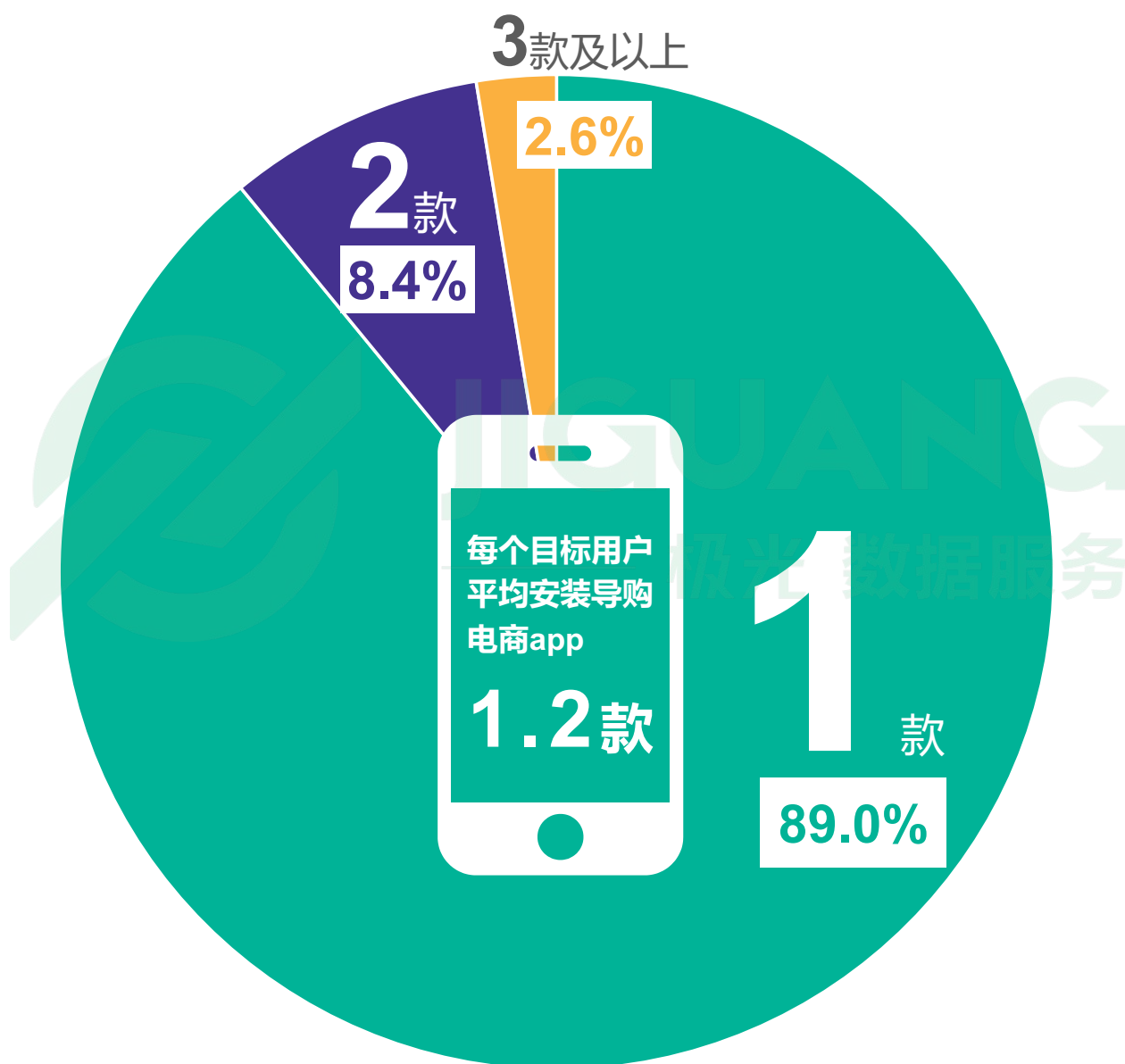
取数周期：2017.05

用户安装导购电商app数量分布

近九成用户仅安装一款导购电商app

- 在导购电商app用户中，平均每个用户安装1.2款导购电商app，89.0%和8.4%的用户会分别安装1款和2款，不到3%的用户会安装2款以上导购电商应用

用户安装导购电商app数量分布



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.05

CHAPTER 03

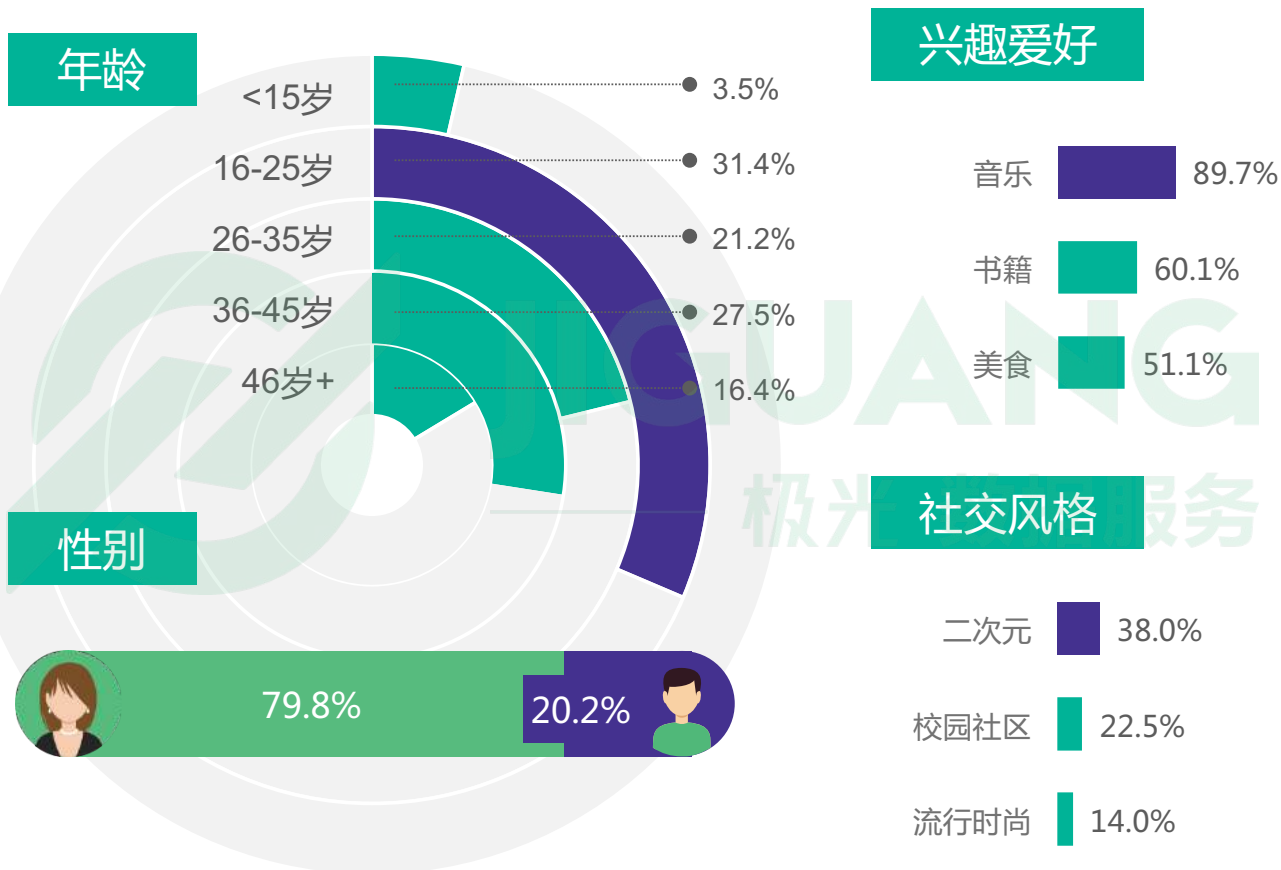
用户画像

导购电商app用户画像

导购电商app用户：女性主场，“老少皆宜”

- 在导购电商app用户中，接近八成为女性，各年龄段分布均匀，16-25岁、26-35岁和36-45岁的用户量接近，占比均在两成到三成之间，46岁以上用户占比也超过了15%

导购电商app用户画像



数据来源：极光大数据

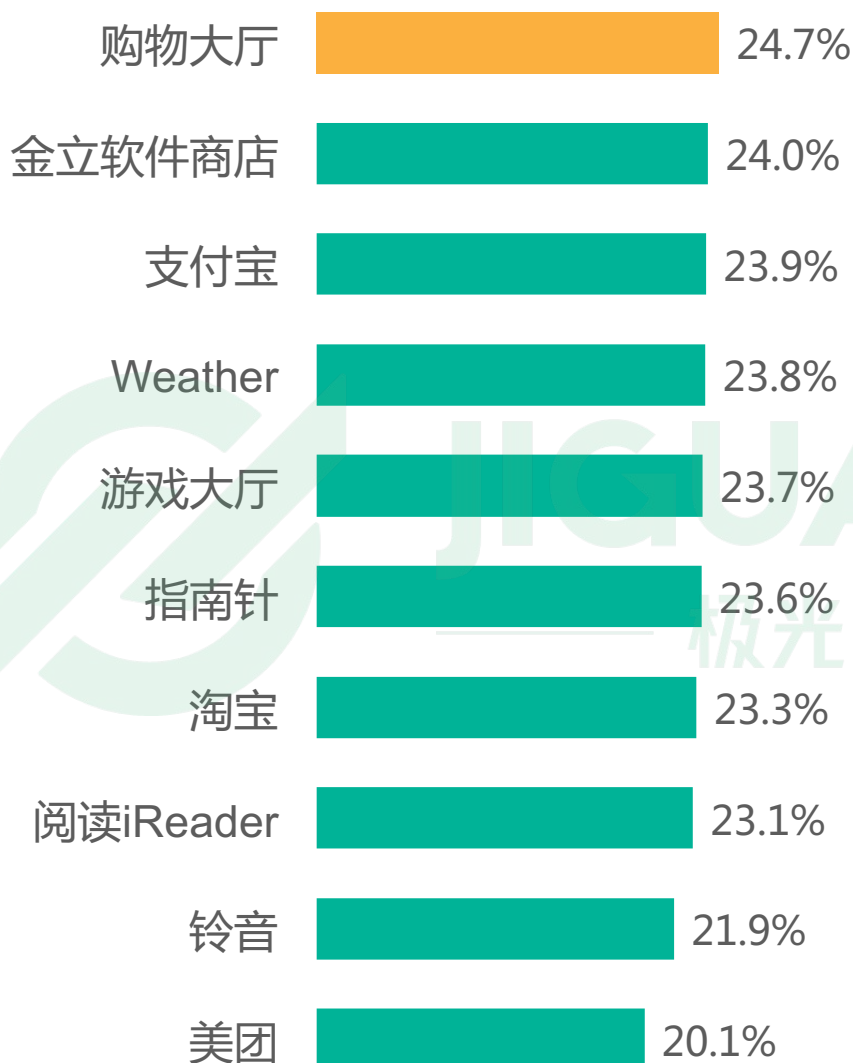
取数周期：2017.05

导购电商app用户画像

最受导购电商app用户偏爱的app：购物大厅

- 购物大厅、金立软件商店和支付宝在导购电商app用户中的渗透率较它们在全国移动网民中的渗透率分别高24.7%、24.0%和23.9%

导购电商app用户应用偏好度



*数据来源：极光大数据

*偏好度取数范围：在导购电商app整体用户中达到渗透率top500的应用

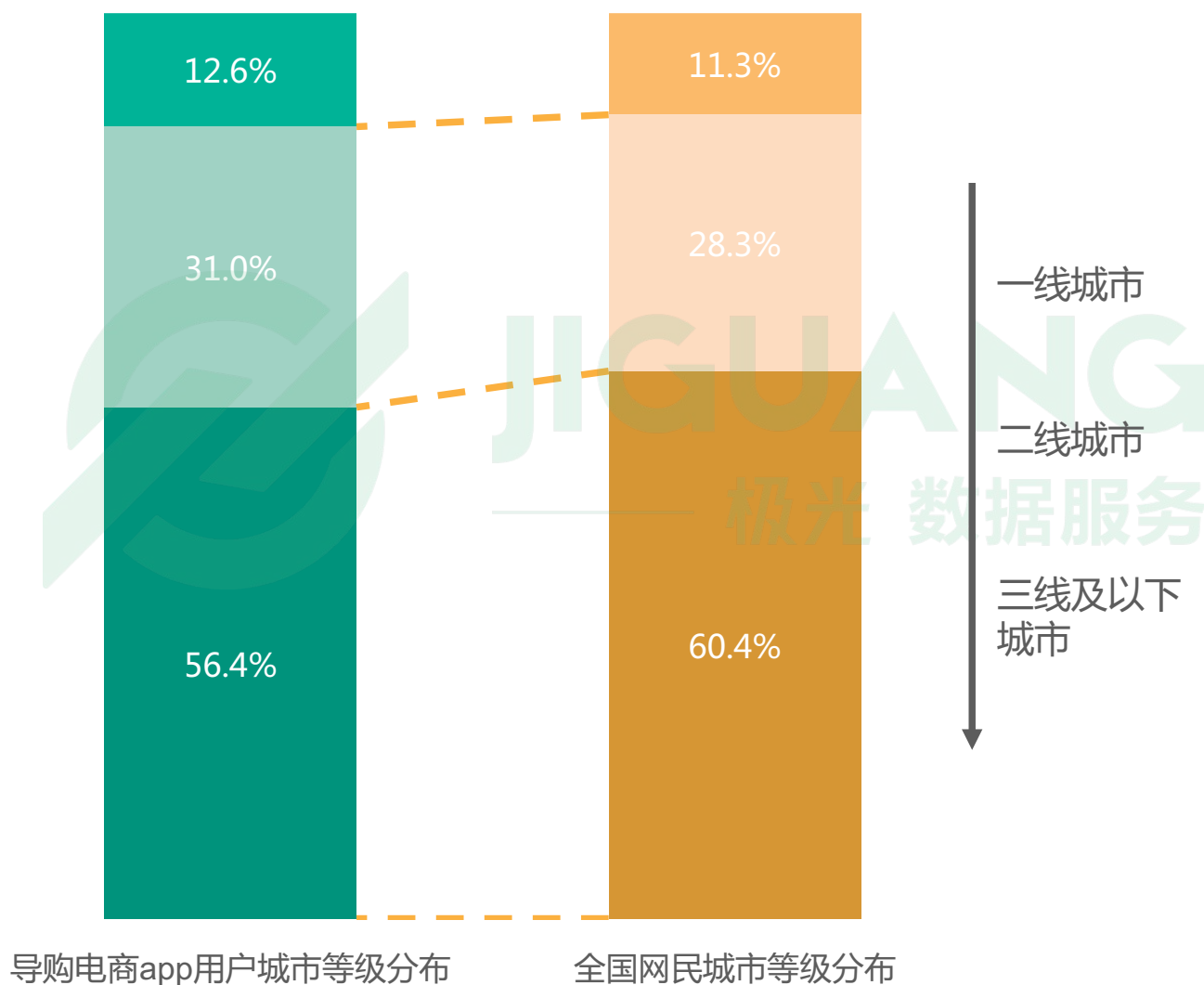
*应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比

导购电商app用户画像

导购电商用户城市等级分布与全国移动网民基本一致

- 43.6%的导购电商app用户来自一二线城市，其中12.6%和31.0%的用户分别来自一线城市和二线城市

导购电商app用户城市等级分布变化趋势



数据来源：极光大数据，一线城市：北上广深、天津

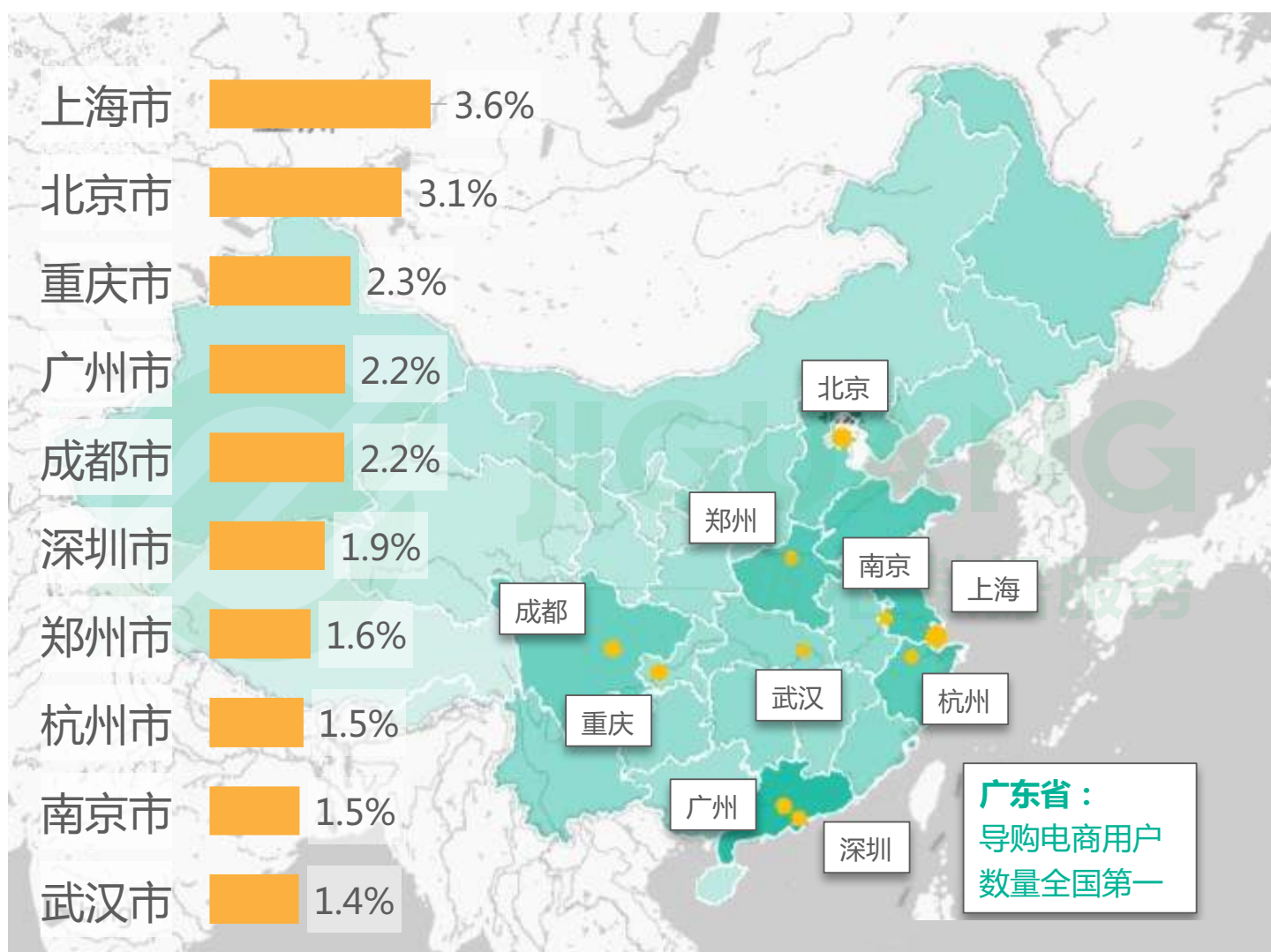
取数周期：2017.05

导购电商app用户画像

广东省：得益于广深两城的拉动，导购电商用户量打败全国其余33个省级行政区，名列第一

- 导购电商用户量占比top5城市分别是上海、北京、重庆、广州和成都，用户量占比均在2%以上

导购电商app用户量占比top10城市



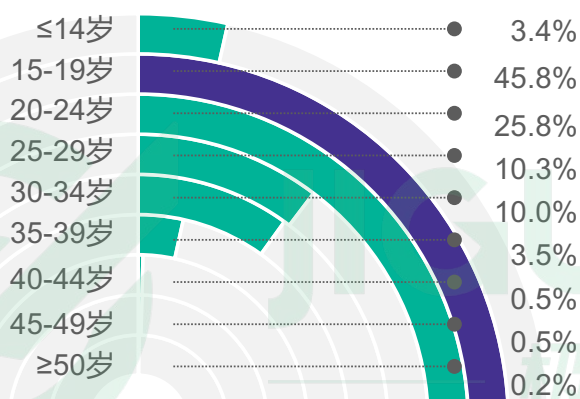
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.05

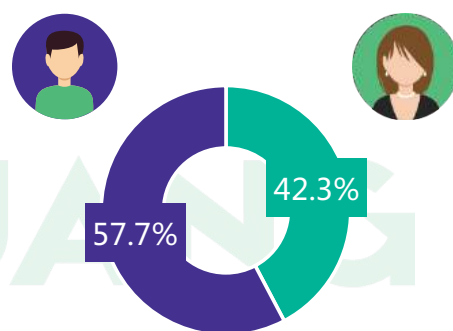
购物大厅用户画像

购物大厅：用户低龄化，接近五成用户不到20岁

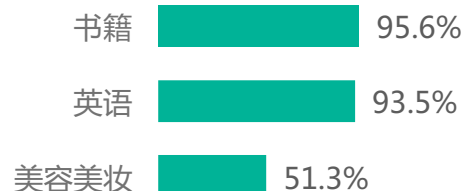
年龄



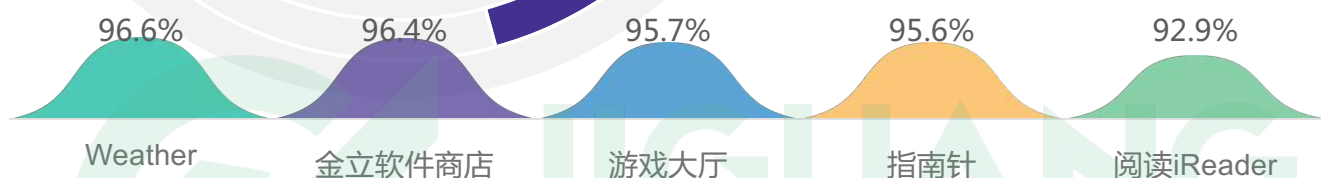
性别



兴趣爱好



app偏好



安卓机型偏好



*偏好度取数范围：在目标app整体用户中达到渗透率top500的应用或渗透率top500的安卓机型

取数周期：2017.05

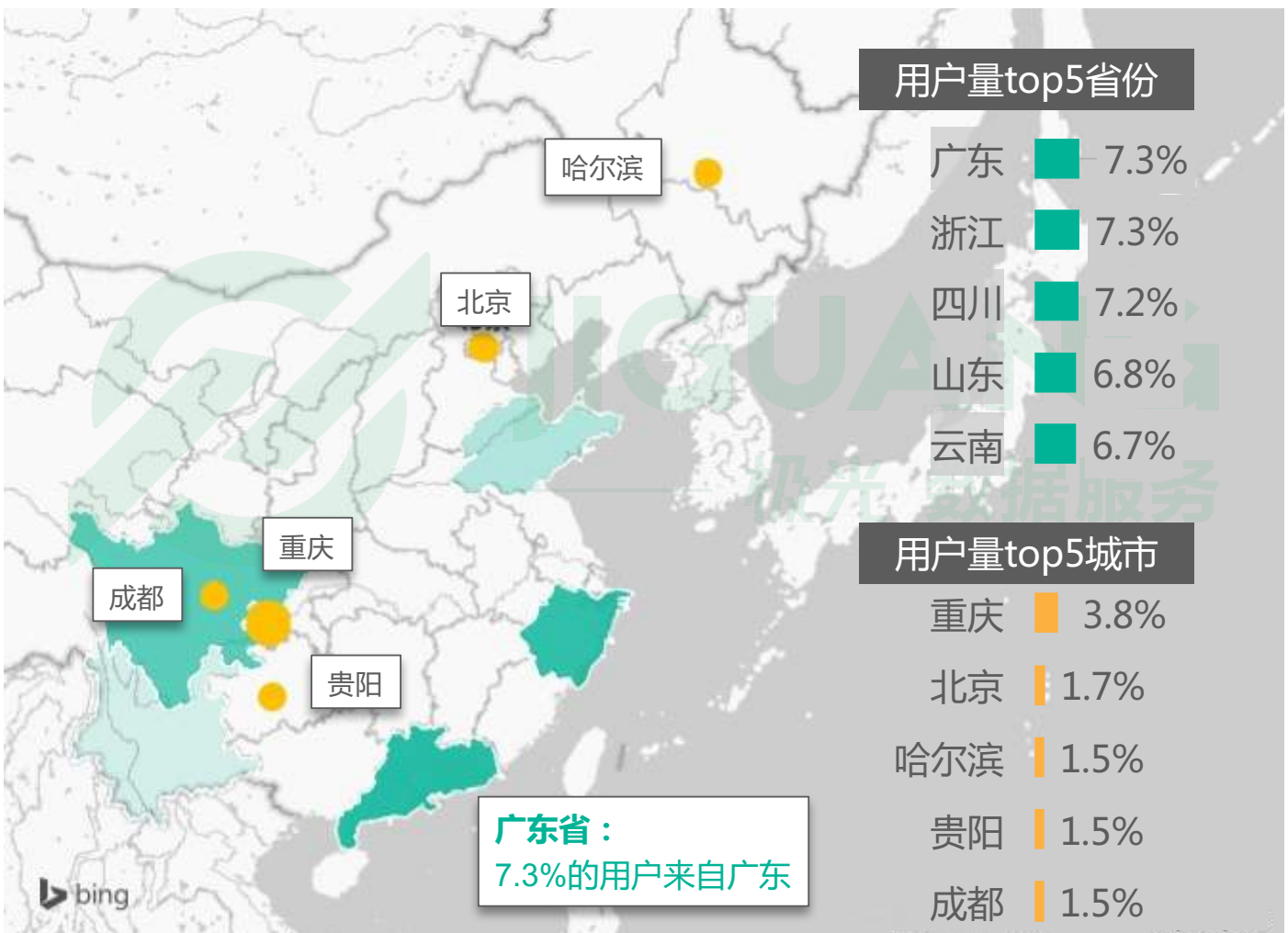
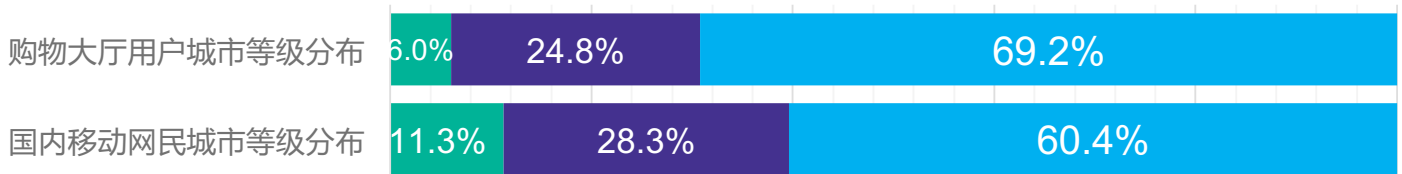
购物大厅用户画像

用户量最高的省份和城市分别为广东和重庆

- 接近七成的购物大厅用户来自三线及以下城市，占比高于国内移动网民

购物大厅app地区分布概况

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



数据来源：极光大数据，一线城市：北上广深、天津

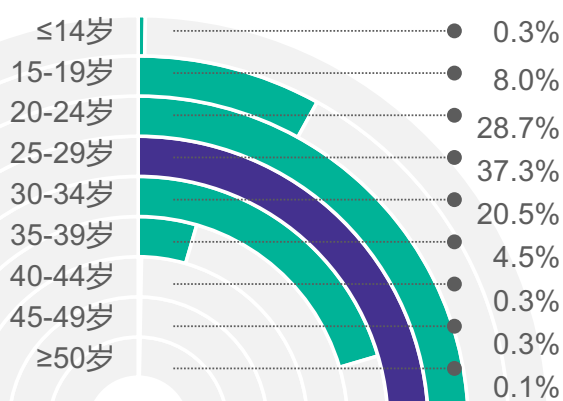
取数周期：2017.05

返利网用户画像

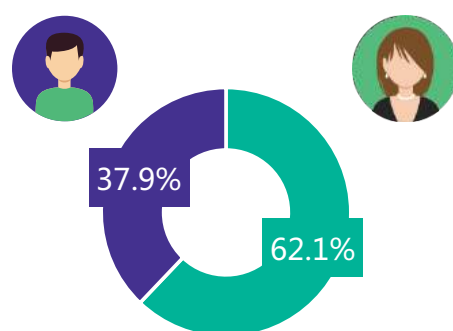
返利网用户：偏爱支付宝和淘宝，青睐OPPO R9

- 极光大数据显示，返利网超过六成用户为女性，逾七成用户不到30岁

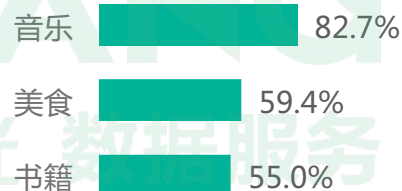
年龄



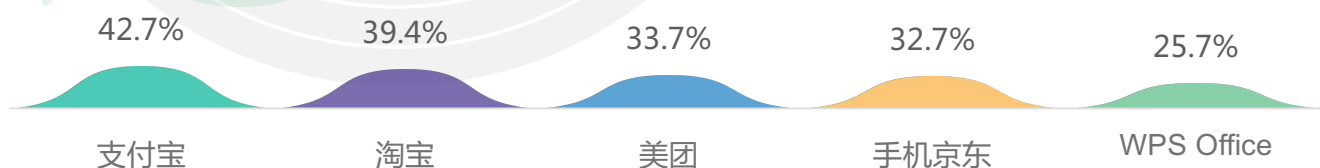
性别



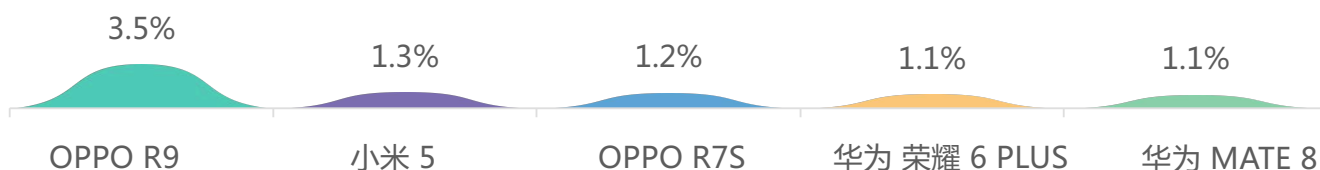
兴趣爱好



app偏好



安卓机型偏好



*偏好度取数范围：在目标app整体用户中达到渗透率top500的应用或渗透率top500的安卓机型

取数周期：2017.05

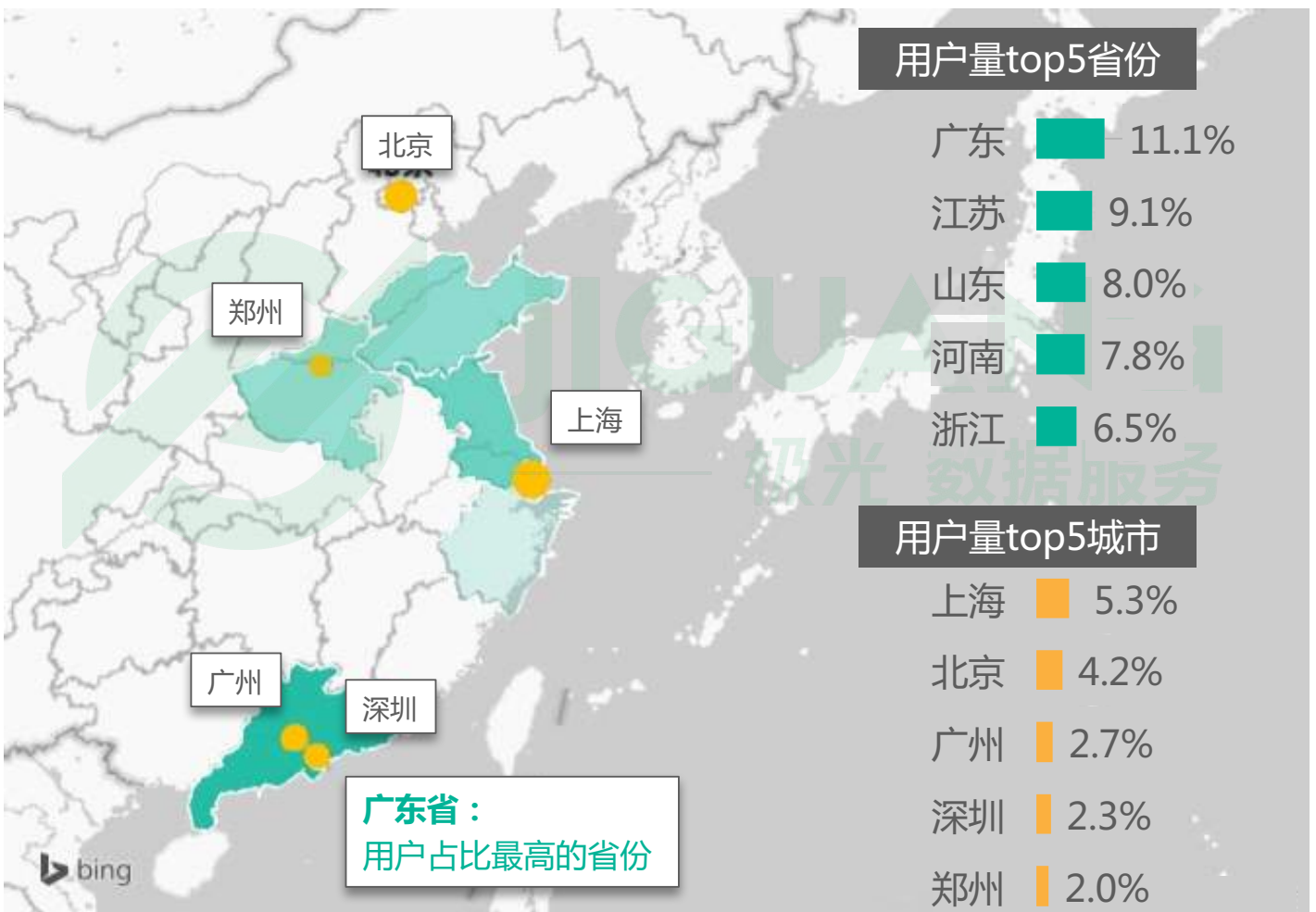
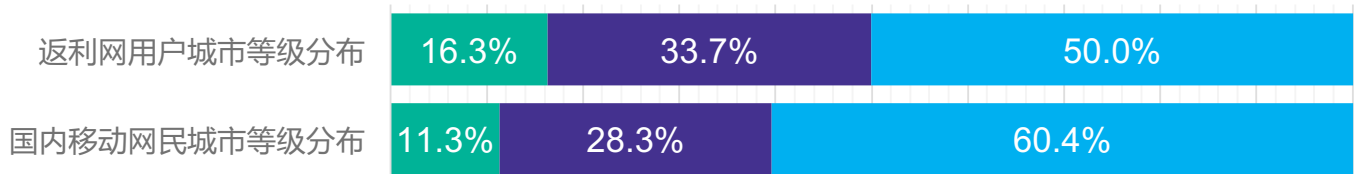
返利网用户画像

返利网：约五成用户来自一二线城市

- 返利网来自一二线城市用户占比高于国内移动网民，北上广深四大一线城市用户量占比为14.5%

返利网app地区分布概况

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



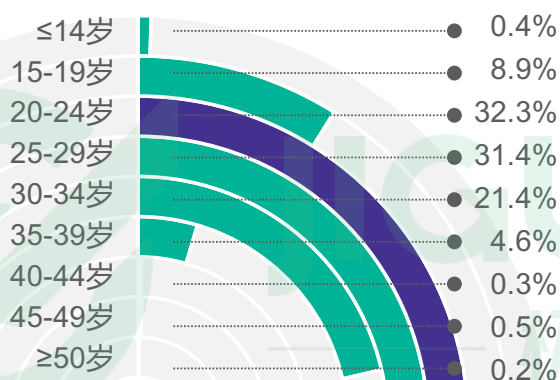
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.05；一线城市：北上广深、天津

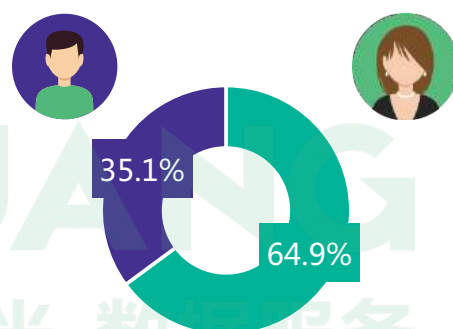
一淘用户画像

一淘：女性用户居多，20-29岁的用户占比超过六成

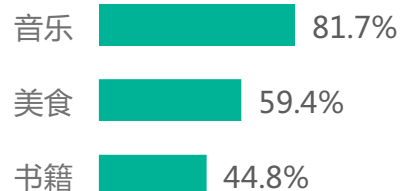
年龄



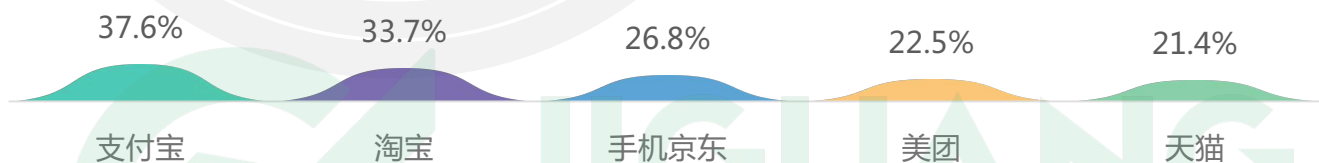
性别



兴趣爱好



app偏好



安卓机型偏好



*偏好度取数范围：在目标app整体用户中达到渗透率top500的应用或渗透率top500的安卓机型

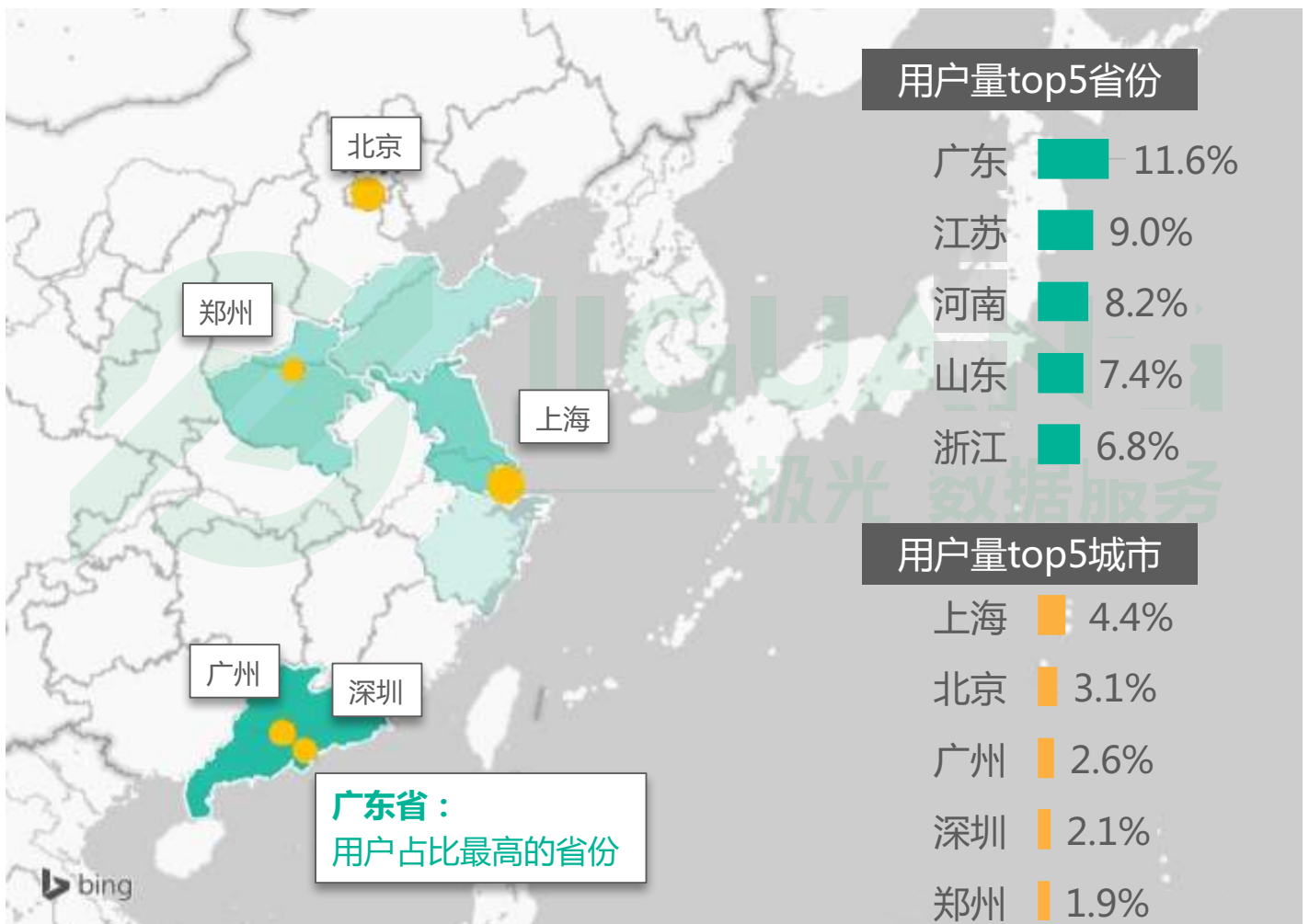
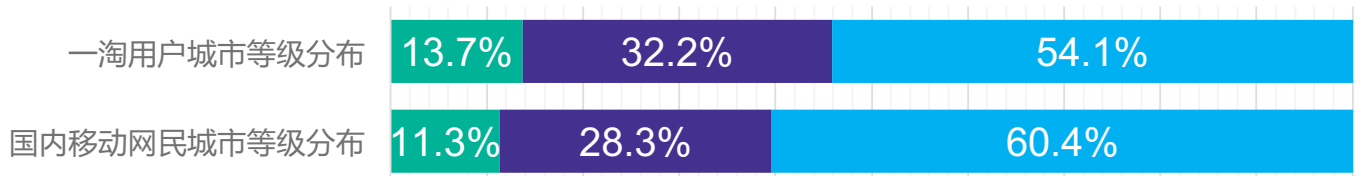
取数周期：2017.05

一淘用户画像

一淘：每100个用户中有接近12个来自广东，9个来自江苏，8个来自河南

一淘app地区分布概况

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



数据来源：极光大数据；一线城市：北上广深、天津

取数周期：2017.05

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据周期

报告整体时间段：2016年1月-2017年5月

具体数据指标请参考各页标注

3. 数据说明

导购电商app包括购物大厅、一淘、豆瓣东西等230余款应用

4. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光 (www.jiguang.cn) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。至今我们已经服务了超过50万款移动应用，累计覆盖超过80亿个移动终端，月独立活跃设备超过7亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光广告服务和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光广告服务：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



极光大数据

Kenneth

Tel: +86 138-0296-0066

Email: kenneth.tang@jiguang.cn

数据改变世界