



货比三家再剁手

2017年度网络购物app市场研究报告

极光大数据

2018.1

关键发现



2017年全国网上零售额约为7.18万亿，占全国社会消费品零售总额19.6%



2017年最后一周，网络购物app渗透率为69.9%，用户规模达7.13亿



手机淘宝app渗透率达53.3%，京东为20.6%，折扣电商类app拼多多渗透率增长至19.4%



手机淘宝、京东、唯品会2017年12月MAU破亿



16-35岁用户为网络购物主力军，占比达85.5%



网络购物app用户偏好手机淘宝、支付宝和美团

目录

1

行业概况



2

行业数据



3

运营数据



4

用户画像



网络购物平台图谱

目前国内网络购物平台可主要分为七类

- 目前国内网络电商可主要分为七类：综合电商、母婴电商、生鲜电商、跨境电商、二手电商、折扣优惠、商家服务，涵盖手机淘宝、京东、贝贝、多点、小红书、闲鱼、拼多多、微店等多款app
- 移动支付方式和国内外物流的完善是网络电商发展的重要支持性服务

国内网络购物平台图谱



数据来源：根据公开资料整理

*本页出现的企业logo排名不分先后，不包括行业内所有app

网络购物平台背景矩阵

头部网络购物平台多有阿里、腾讯背景

- 根据公开资料显示，淘宝、苏宁易购、闲鱼、天猫等背后皆有阿里巴巴背景，腾讯则投资了京东、唯品会、拼多多等网络购物平台，此外，网易、滴滴、顺丰等也通过多种方式进军网络购物行业

主流网络购物平台背景矩阵



数据来源：根据公开资料整理

*本页出现的企业logo排名不分先后，不包括行业内所有app

主流网络购物平台上线时间

综合电商出现较早，近年来细分类型平台快速发展

- 根据公开资料显示，当当、淘宝、京东、唯品会等综合性电商平台均于2008年及以前上线，近年来，母婴电商、跨境电商、二手电商、生鲜电商等切中用户细分需求的平台快速发展

主流网络购物平台上线时间



数据来源：根据公开资料整理

*本页出现的企业logo不包括行业内所有app

主流网络购物平台融资估值

头部平台已完成IPO上市

- 根据公开资料显示，阿里巴巴、京东等网络购物头部平台已完成IPO上市，阿里巴巴目前总市值为4671.54亿美元，京东为661.57亿美元
- 小红书、贝贝、优信二手车、每日优鲜、拼多多等细分类别平台也进入B轮及以后融资阶段

主流网络购物平台融资估值

IPO					
	阿里巴巴 市值 \$4671.54亿		苏宁云商 市值 ￥1278.27亿		
	京东 市值 \$661.57亿		聚美优品 市值 \$5.42亿		唯品会 市值 \$94.65亿
新三板		E轮		C轮	
	孩子王 市值 ￥140.21亿		蜜芽 2011.01 ¥1亿		小红书 2016.03 \$1亿
D轮		B轮			楚楚街 2016.05 ￥10亿
	贝贝 2016.06 \$1亿		拼多多 2016.07 \$1.1亿		返利网 2015.04 \$1亿
	优信二手车 2017.01 \$5亿	A轮			中粮我买网 2015.10 ￥2.2亿
	每日优鲜 2017.12 \$5亿		转转 2017.04 \$2亿		

数据来源：根据公开资料整理

*本页出现的企业logo排名不分先后，不包括行业内所有app

目录

1

行业概况



2

行业数据



3

运营数据



4

用户画像



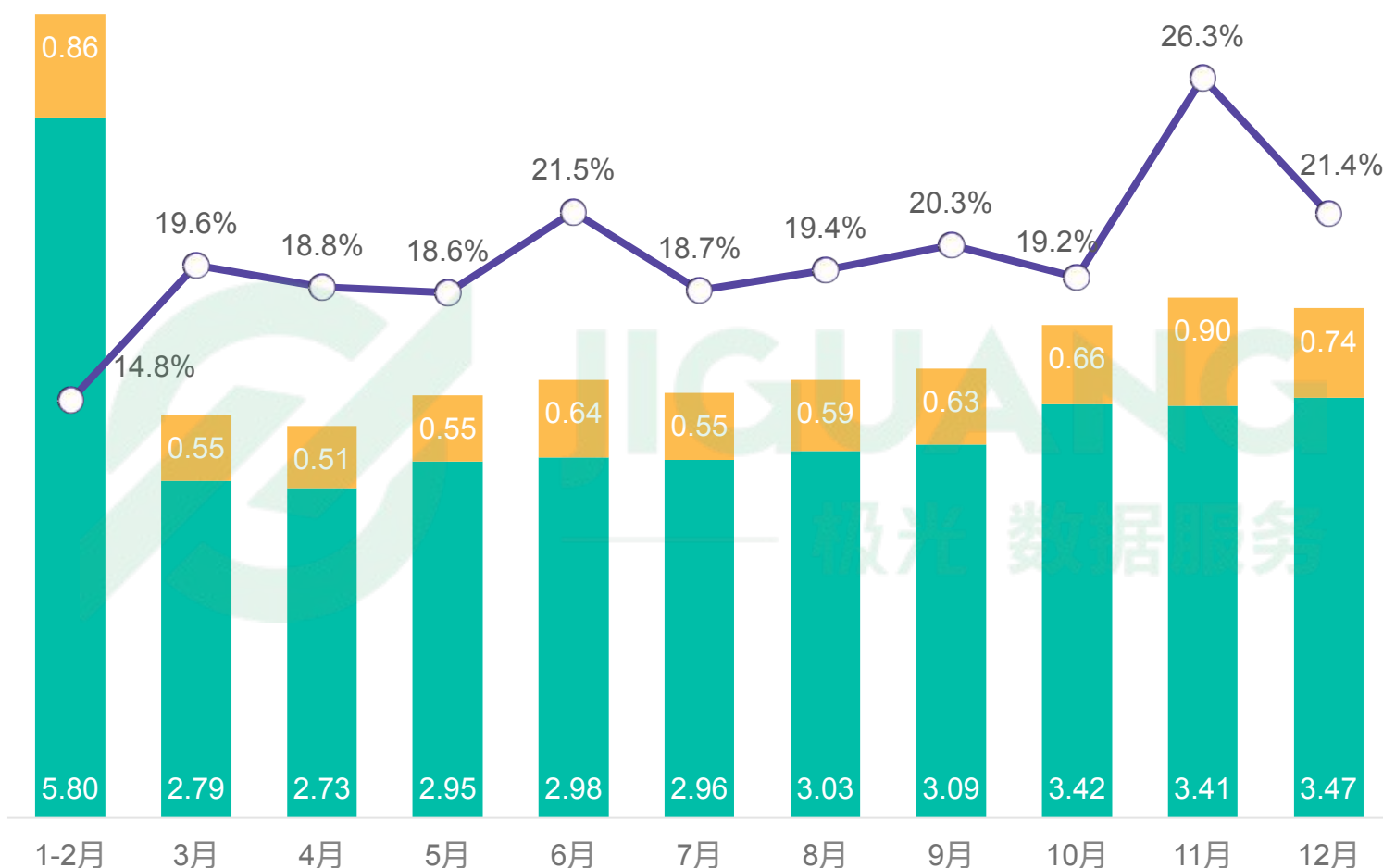
2017年全国网上零售额

2017年全国网上零售额约为7.18万亿元

- 据中华人民共和国国家统计局公布数据，2017年全国社会消费品零售总额约为36.63万亿元，其中全国网上零售额约为7.18万亿元，占比约为19.6%

2017年全国网上零售额

■ 社会消费品零售总额（万亿元） ■ 网上零售额（万亿元） —○— 占比



数据来源：中华人民共和国国家统计局

*网上零售额：指通过公共网络交易平台（包括自建网站和第三方平台）实现的商品和服务零售额之和。商品和服务包括实物商品和非实物商品（如虚拟物品、服务类商品等）

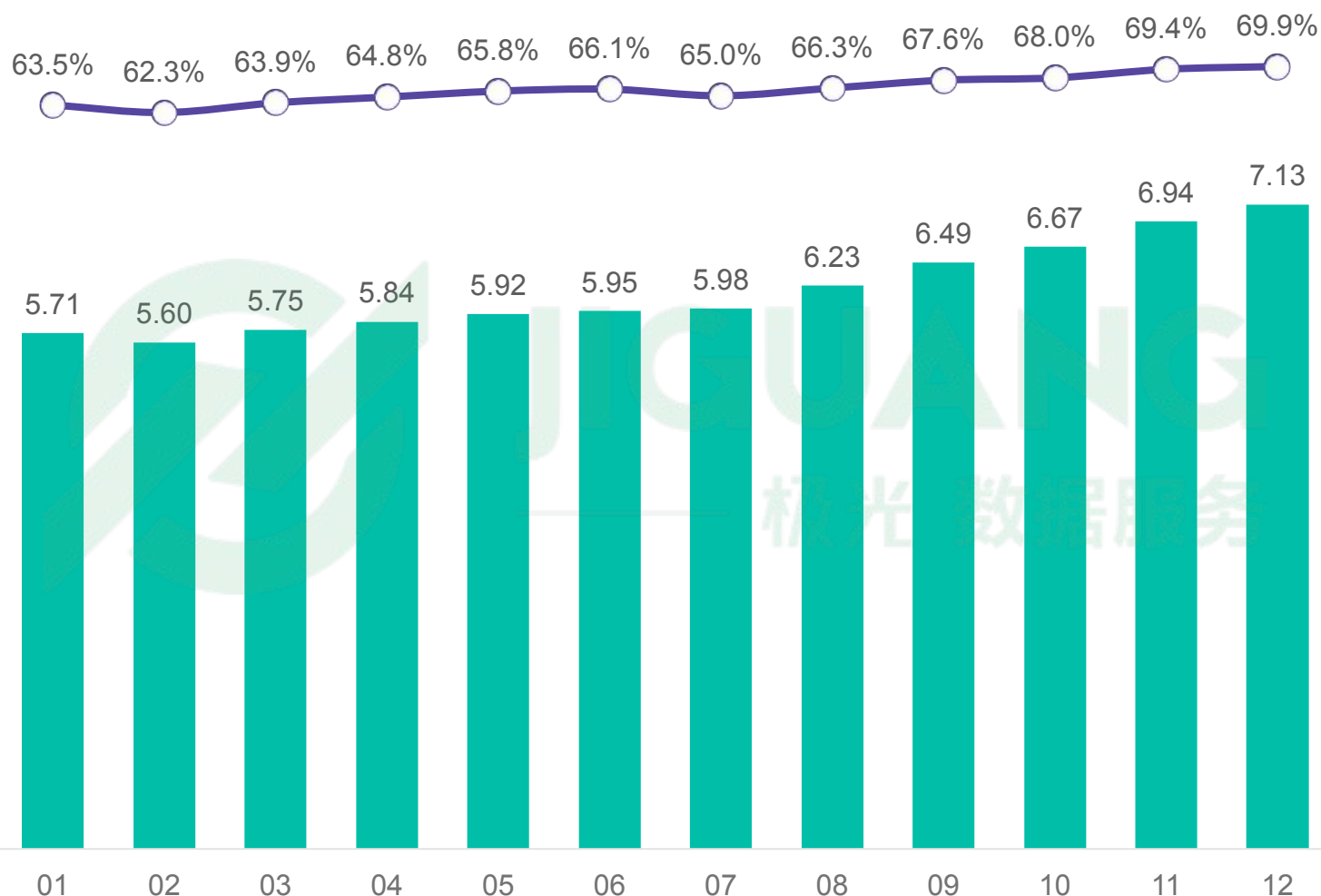
网络购物app渗透率及用户规模

截至2017年最后一周，网络购物app渗透率为69.9%

- 根据极光大数据统计，2017年网络购物app渗透率从63.5%增长至69.9%，用户规模达7.13亿

2017年网络购物app渗透率及用户规模

■ 用户规模（亿人） ○ 渗透率



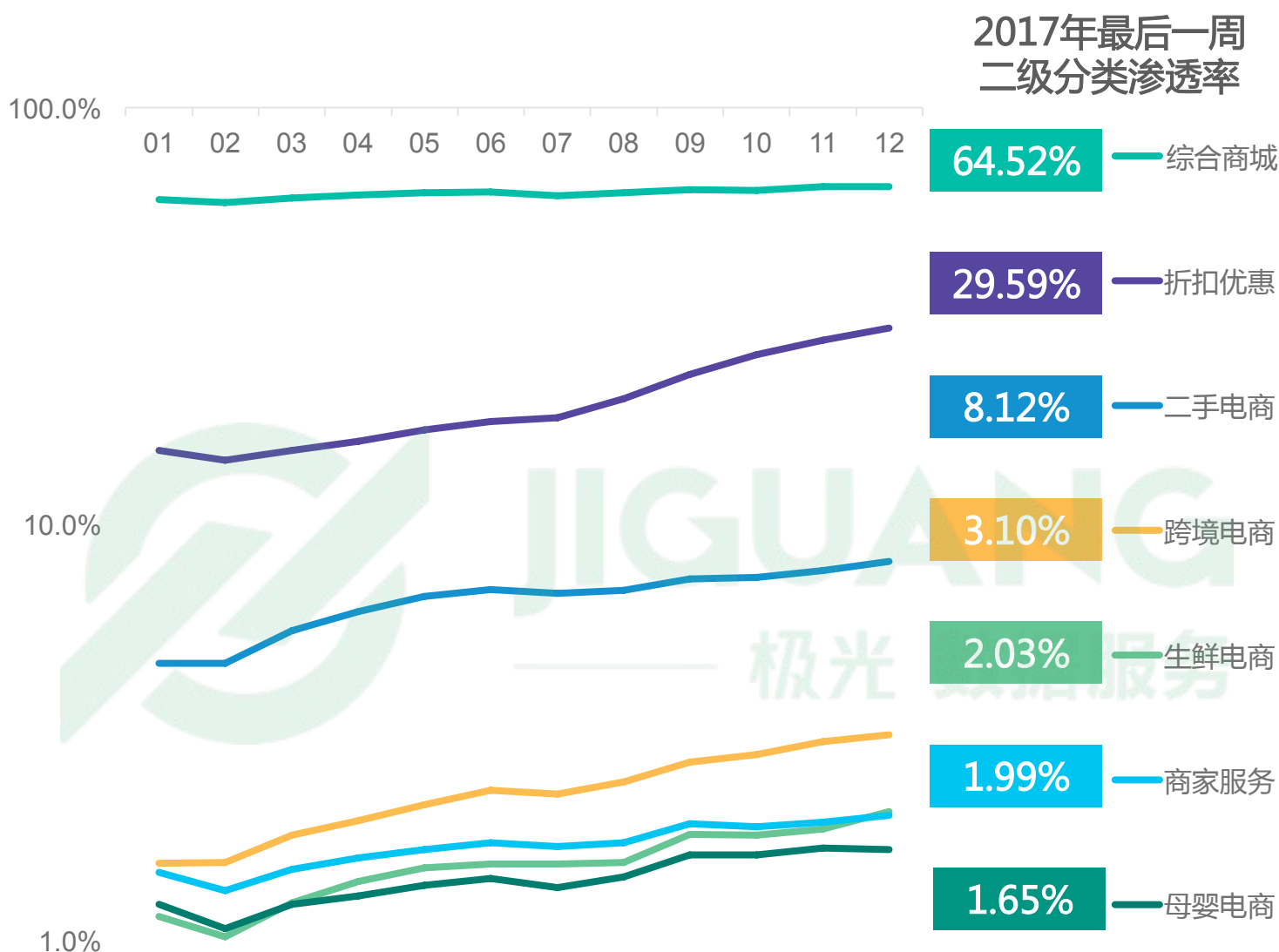
数据来源：极光大数据
取数周期：2017.01-2017.12

网络购物二级分类app渗透率

截至2017年最后一周，综合电商类app渗透率达64.52%

- 根据极光大数据统计，2017年，折扣优惠类、二手电商类、跨境电商类app渗透率提升较为明显，综合电商类app渗透率最高，为64.52%，用户规模达6.59亿

2017年网络购物二级分类app渗透率



渗透率：安装目标app的设备数 / 市场总设备数

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

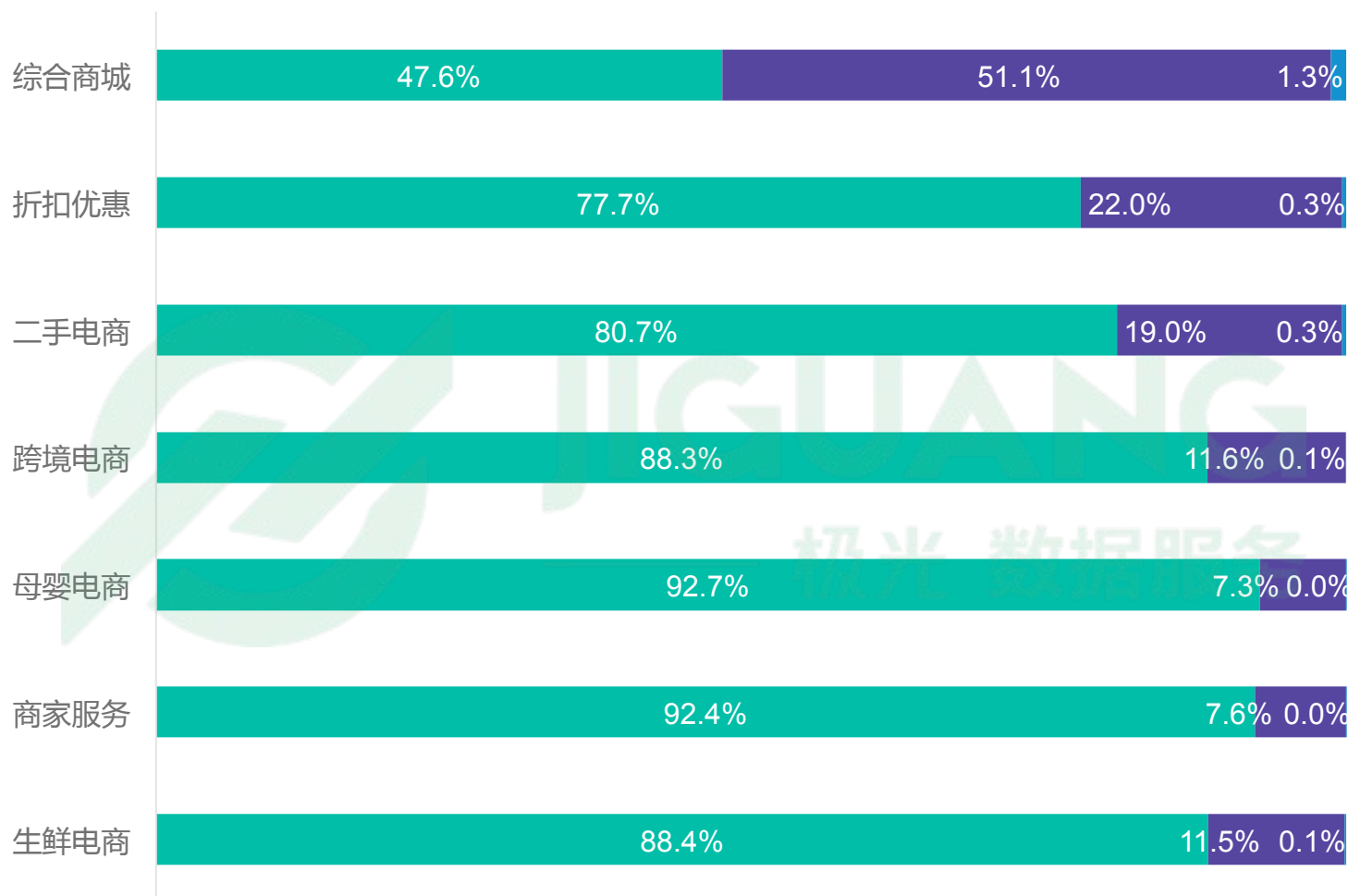
网络购物用户安装app数量

51.1%综合商城用户安装2-5个此类型app

- 根据极光大数据统计，47.6%综合商城用户仅安装1个此类app，1.3%综合商城用户安装此类app数量在6个及以上

用户安装app数量分布

■ 1个 ■ 2-5个 ■ 6个及以上



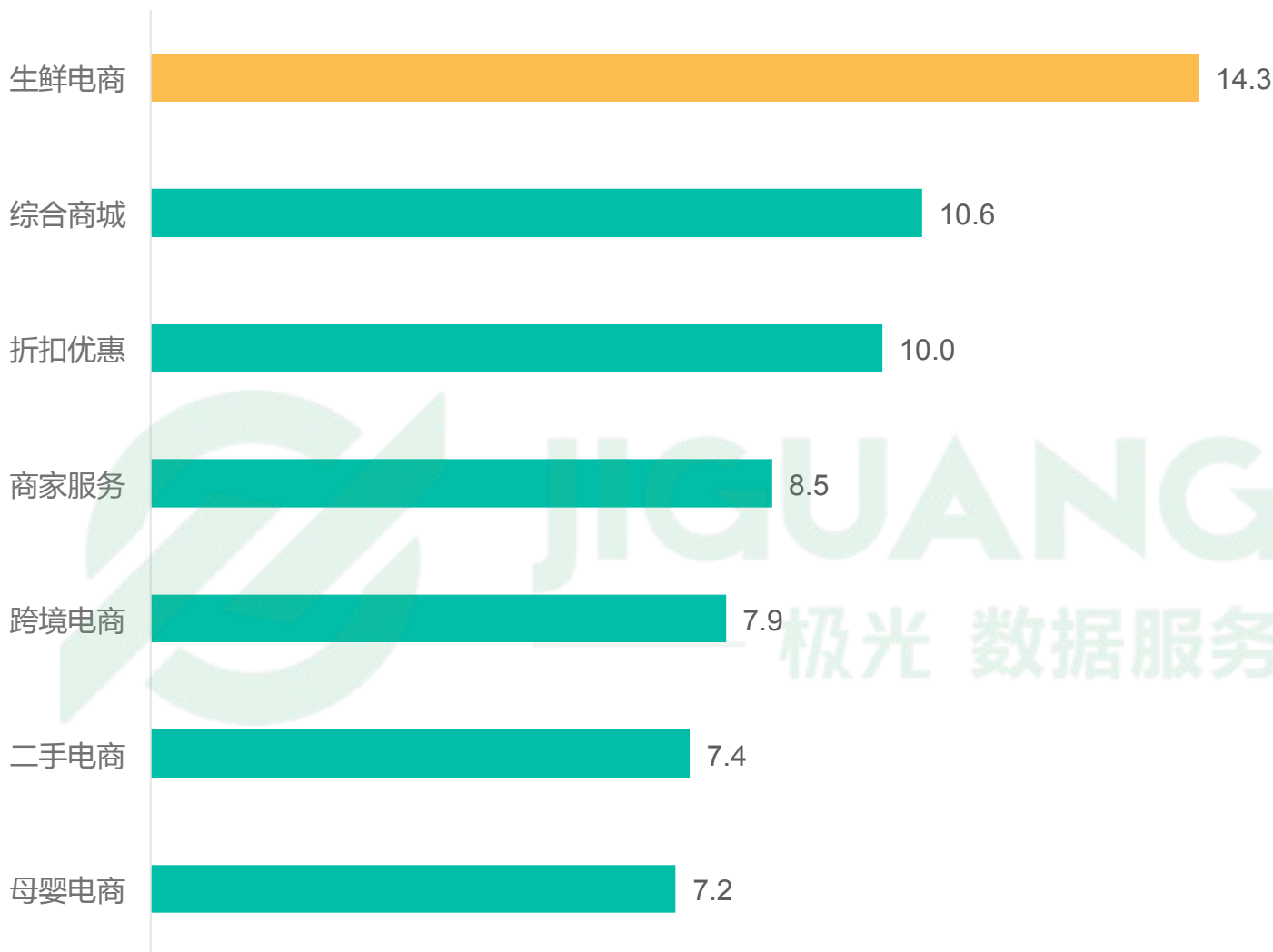
数据来源：极光大数据
取数周期：2017.12

二级分类使用时长

生鲜电商用户日均使用14.3分钟

- 根据极光大数据统计，生鲜电商用户日均使用此类app时长最长，其次为综合商城和折扣优惠类，三者使用时长均在10分钟及以上

二级分类过去半年日均使用时长（min）



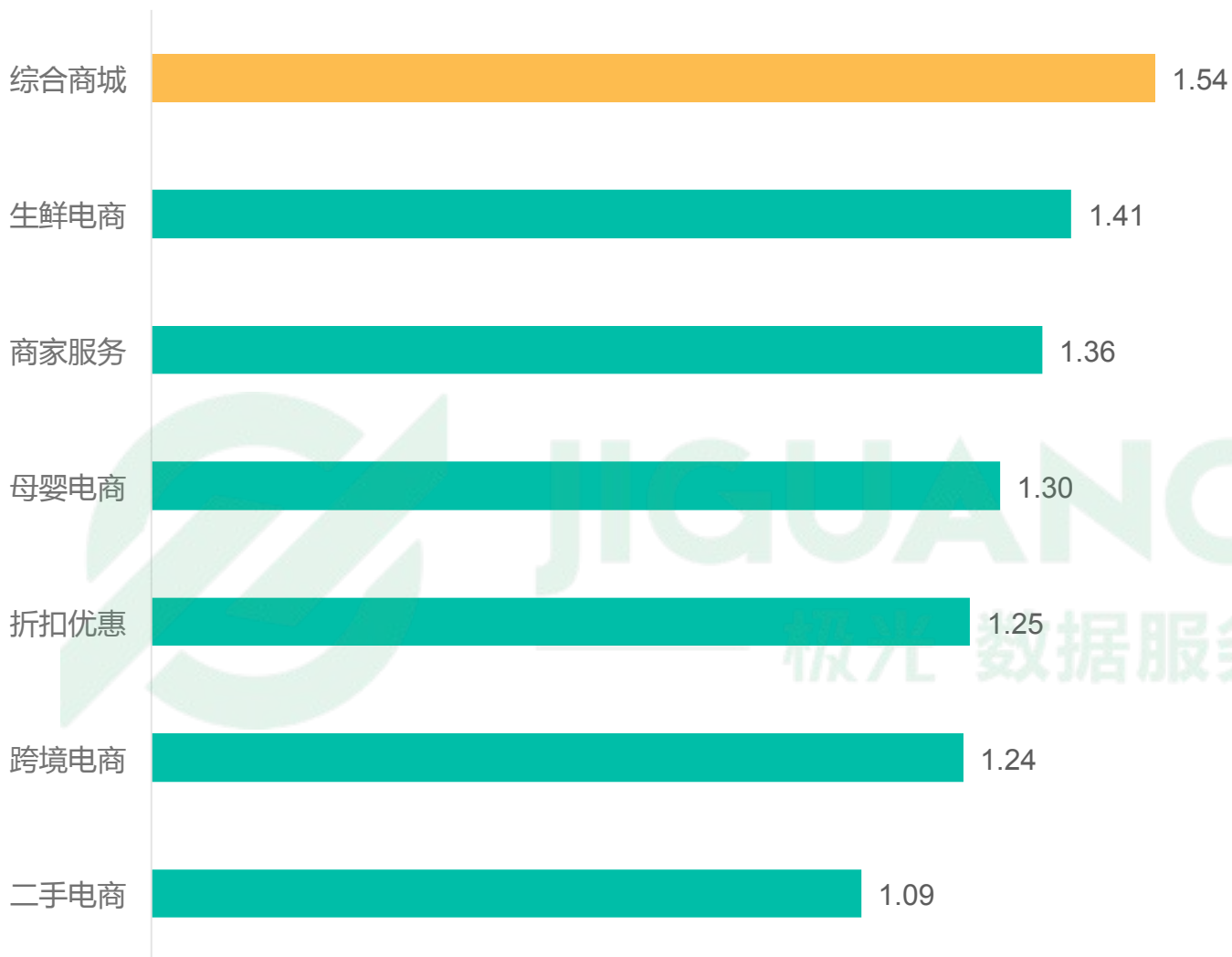
二级分类日均使用时长：二级分类下单个app日均使用时长取均值
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.7-2017.12

二级分类使用频次

综合电商用户过去半年日均使用1.54次

- 根据极光大数据统计，过去半年，综合电商用户日均使用此类app 1.54次，生鲜电商用户日均使用此类app 1.41次

二级分类过去半年日均使用频次



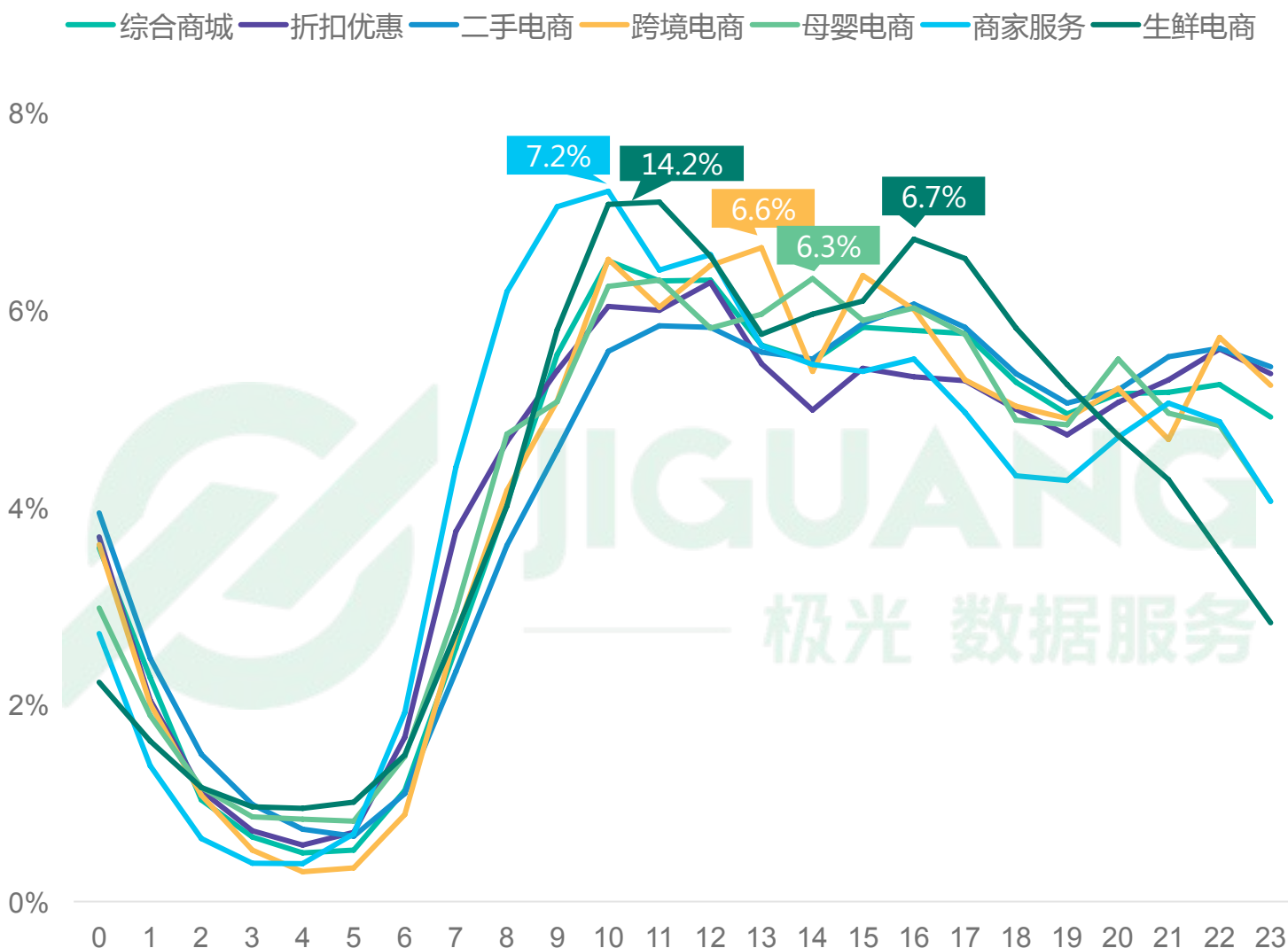
二级分类日均使用频次：二级分类下单个app日均使用频次取均值
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.7-2017.12

二级分类使用时段

生鲜电商使用高峰为10:00-12:00

- 根据极光大数据统计，过去半年，14.2%生鲜电商用户在10:00-12:00使用此类app，7.2%商家服务用户在10:11-11:00使用此类app，6.6%的跨境电商用户在13:00-14:00使用此类app，6.3%母婴电商用户在14:00-15:00使用此类app

二级分类过去半年使用时段分布



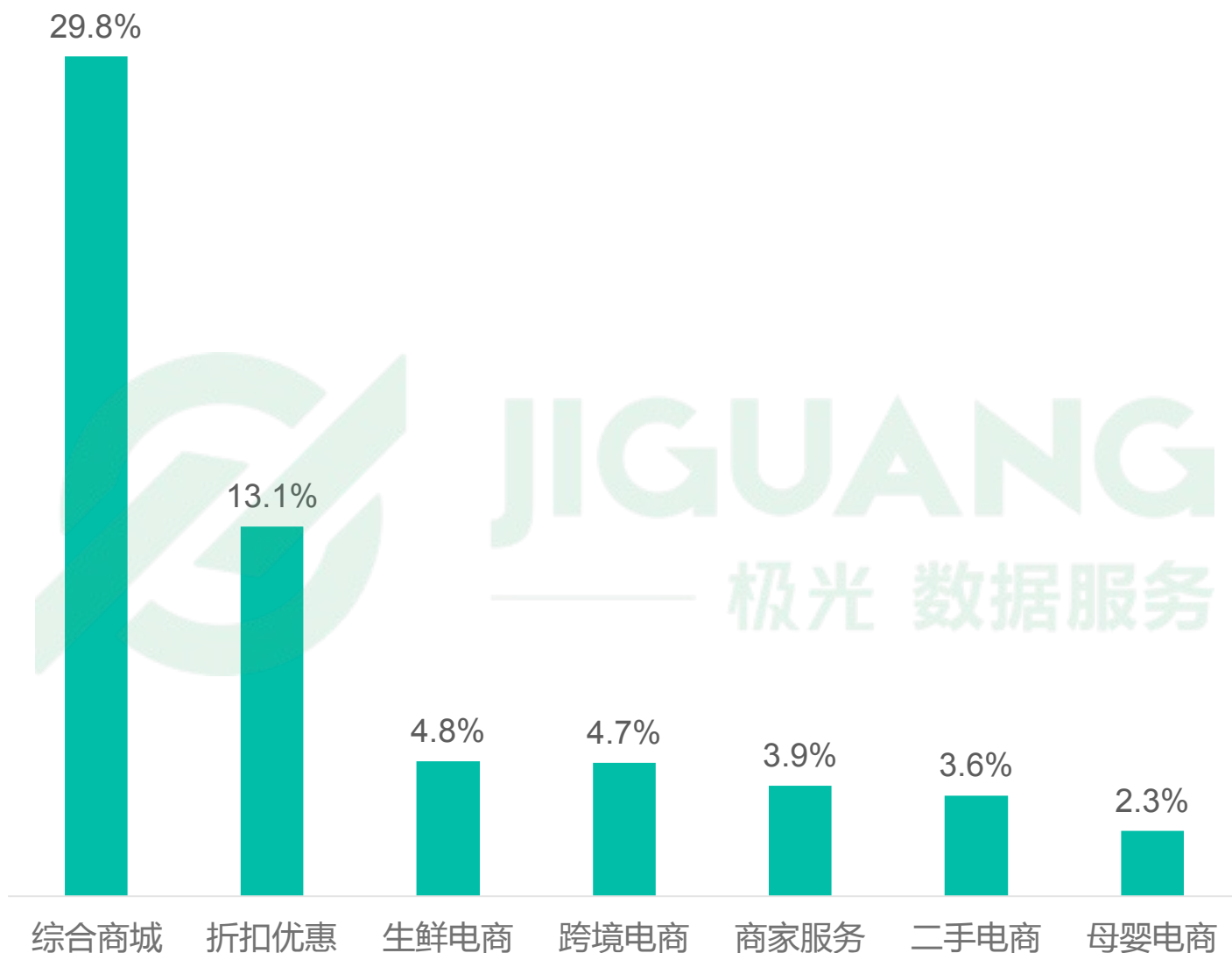
二级分类使用时段分布：单个app使用时段分布取均值
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.7-2017.12

二级分类独占率

综合商城类独占率达29.8%

- 根据极光大数据统计，29.8%综合商城用户未安装其他二级分类网络购物app，折扣优惠类独占率为13.1%

网络购物二级分类独占率



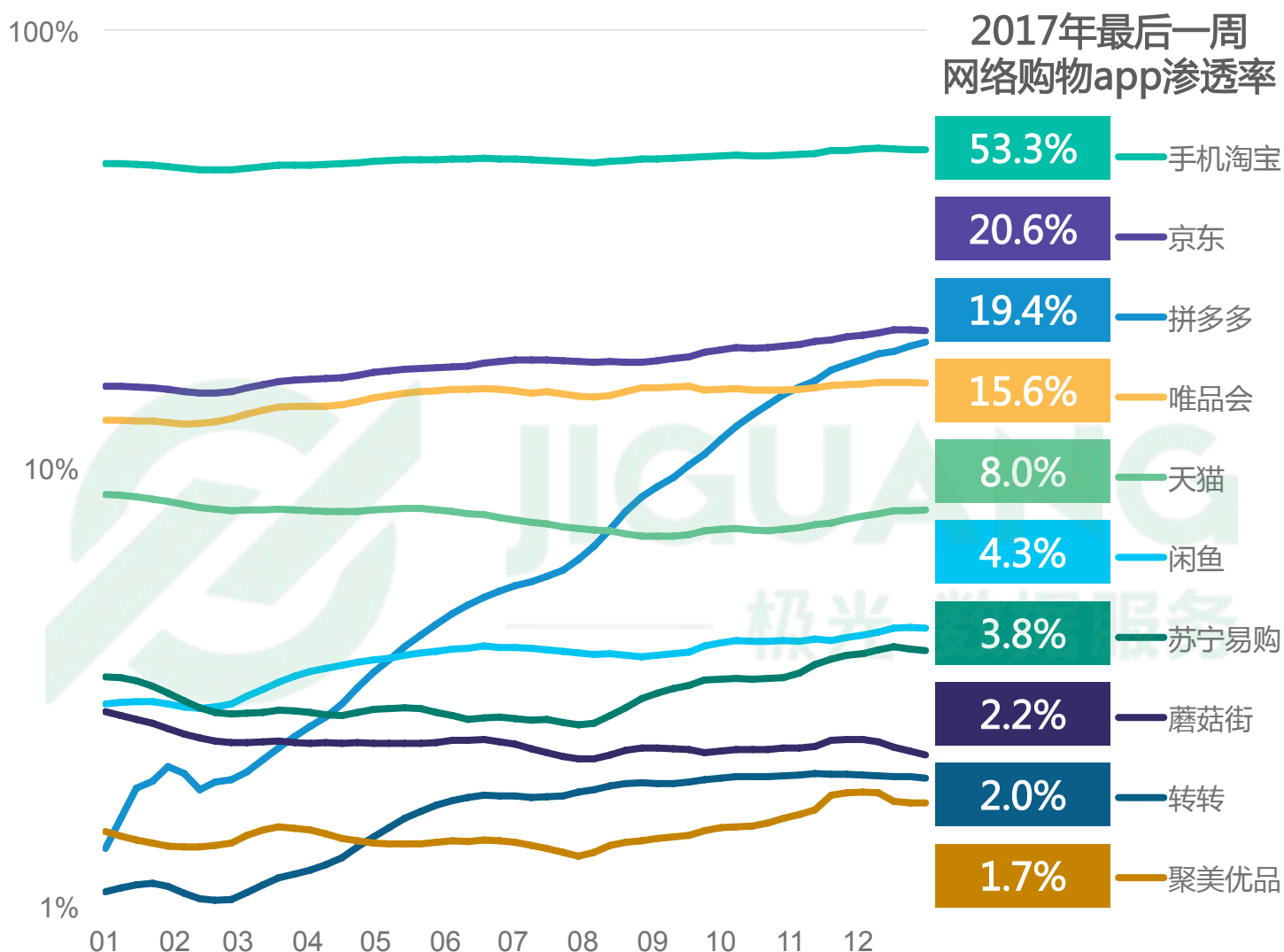
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.12

网络购物渗透率top10 app

拼多多渗透率增长至19.4%

- 根据极光大数据统计，2017年最后一周，手机淘宝以53.3%渗透率居于首位，京东渗透率为20.6%，拼多多从年初的1.4%增长至19.4%

网络购物渗透率top10 app



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

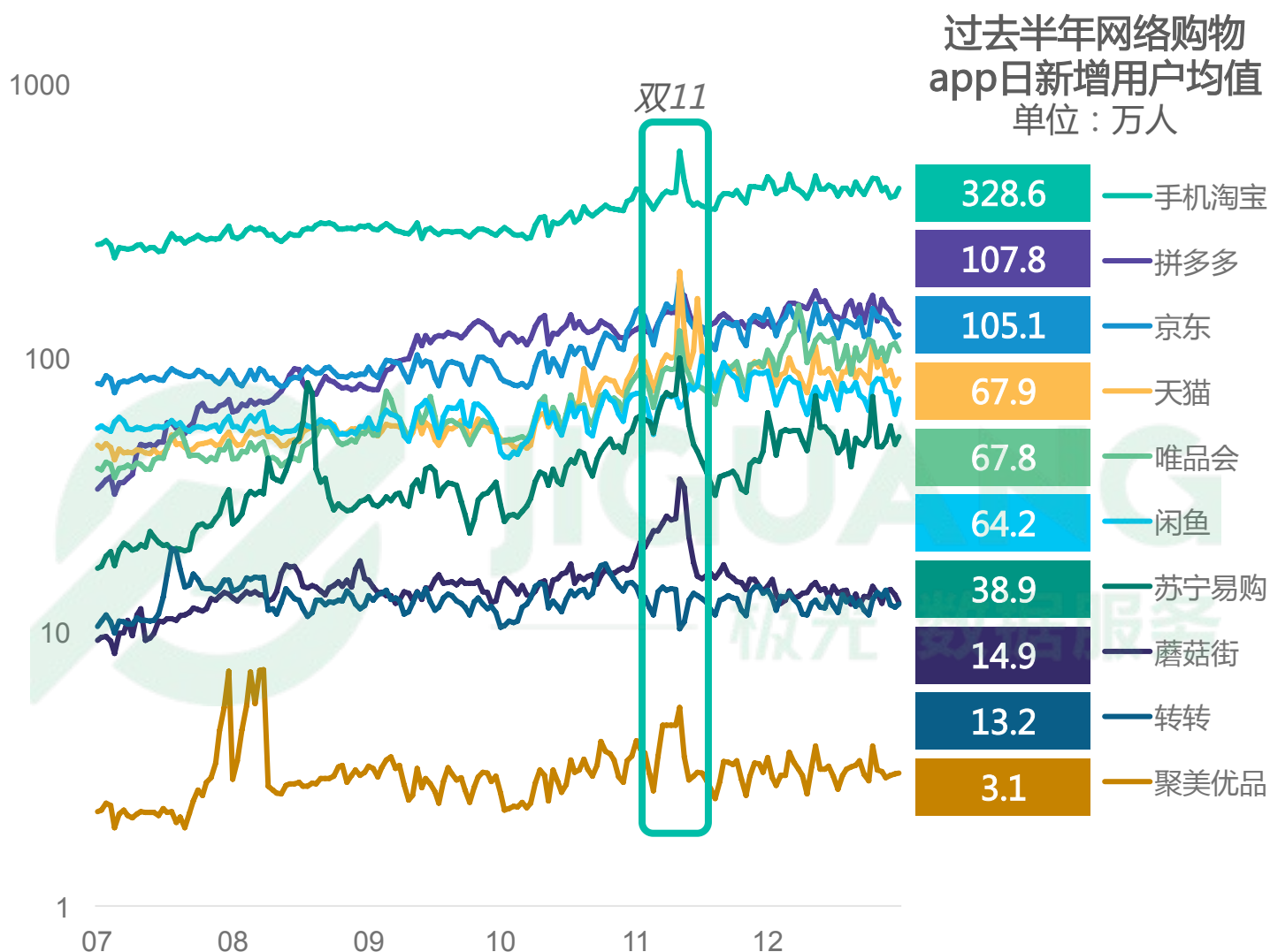
*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

网络购物渗透率top10 app（日新增用户）

手机淘宝、拼多多、京东过去半年日新增用户均值破百万

- 根据极光大数据统计，手机淘宝过去半年日新增用户均值为328.6万，拼多多为107.8万，京东为105.1万

网络购物app日新增用户数量



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

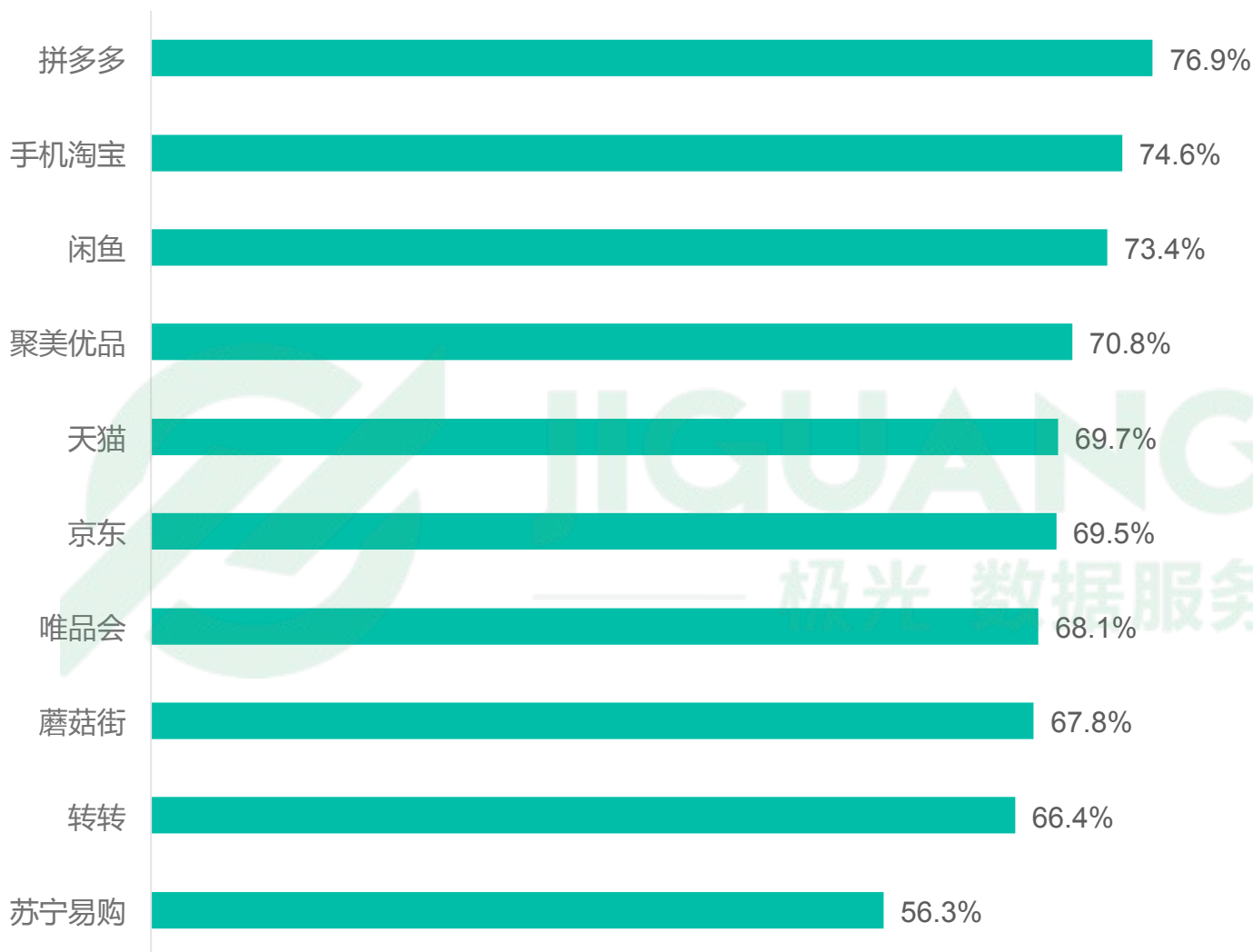
*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

网络购物渗透率top10 app（7日留存率）

拼多多过去半年7日留存率居于首位

- 根据极光大数据统计，拼多多、手机淘宝、闲鱼、聚美优品过去半年7日留存率均值都在70%以上，其中拼多多以76.9%居于首位

网络购物app过去半年7日留存率均值



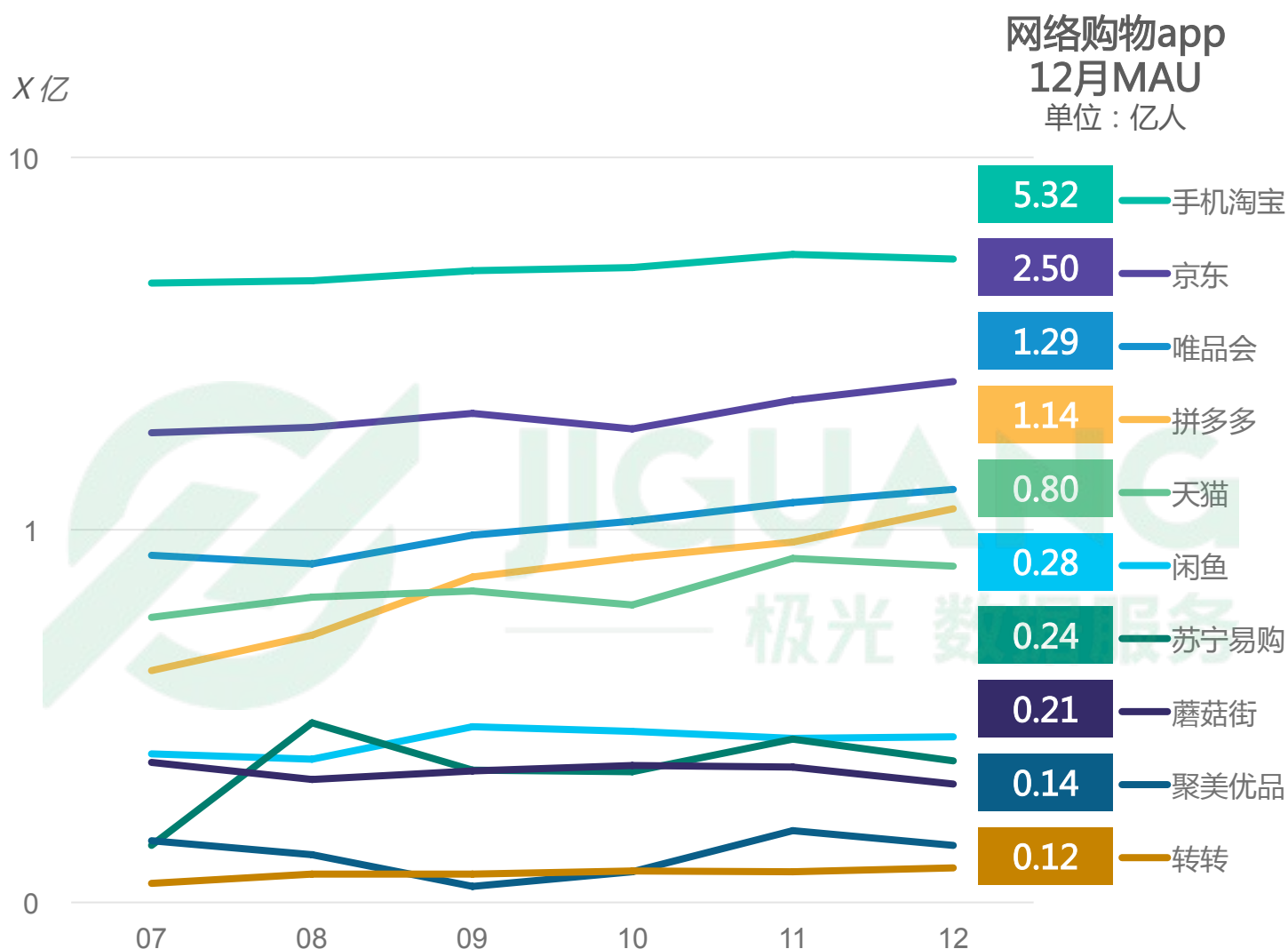
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

网络购物渗透率top10 app (MAU)

手机淘宝12月MAU为5.32亿

- 根据极光大数据统计，手机淘宝、京东、唯品会、拼多多2017年12月MAU均在一亿以上

网络购物app MAU



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

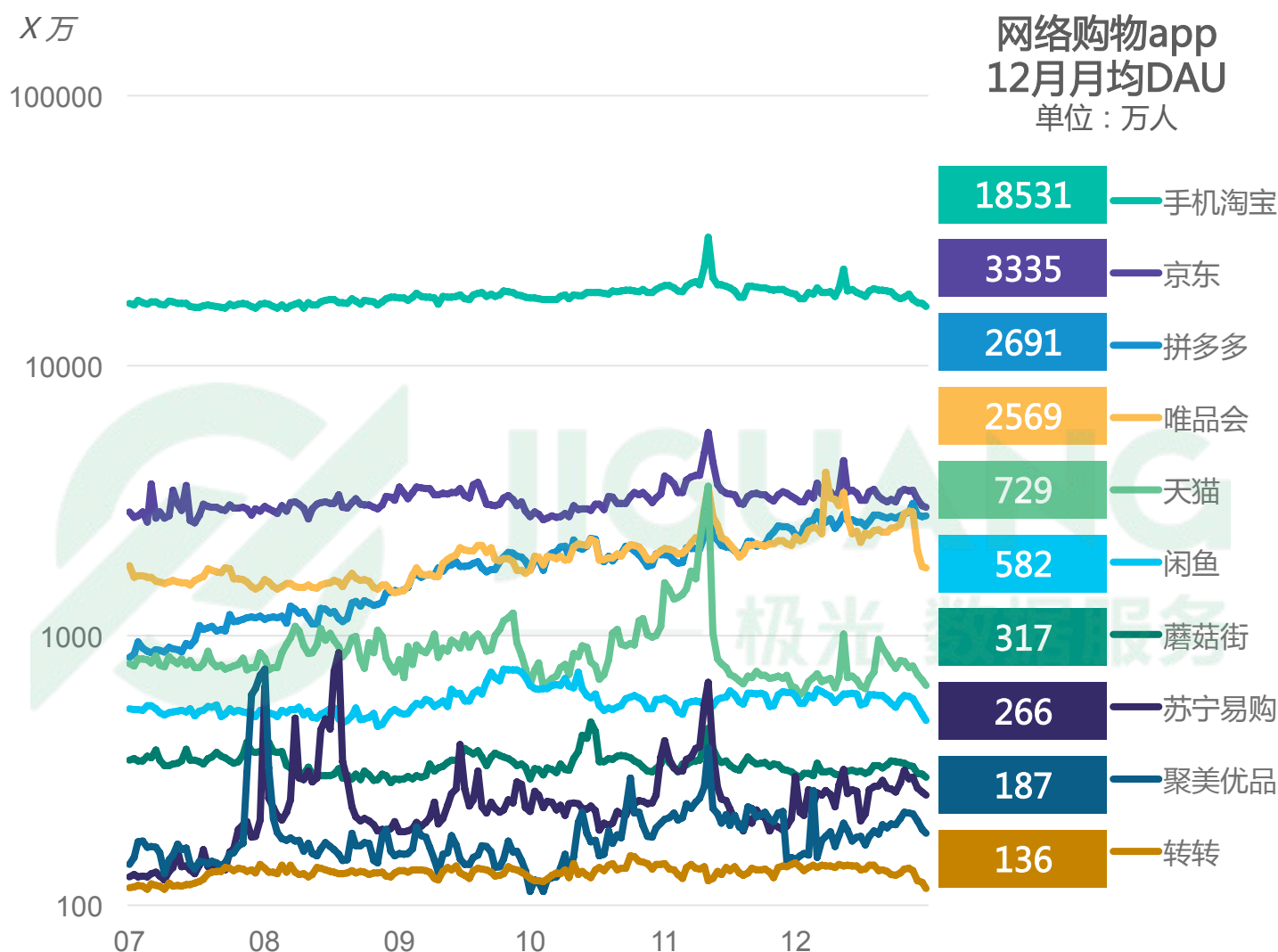
*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

网络购物渗透率top10 app (DAU)

手机淘宝、京东、拼多多、唯品会12月月均DAU破千万

- 根据极光大数据统计，手机淘宝2017年12月月均DAU约为1.85亿，京东为3335万，拼多多为2691万，唯品会为2569万

网络购物app DAU



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

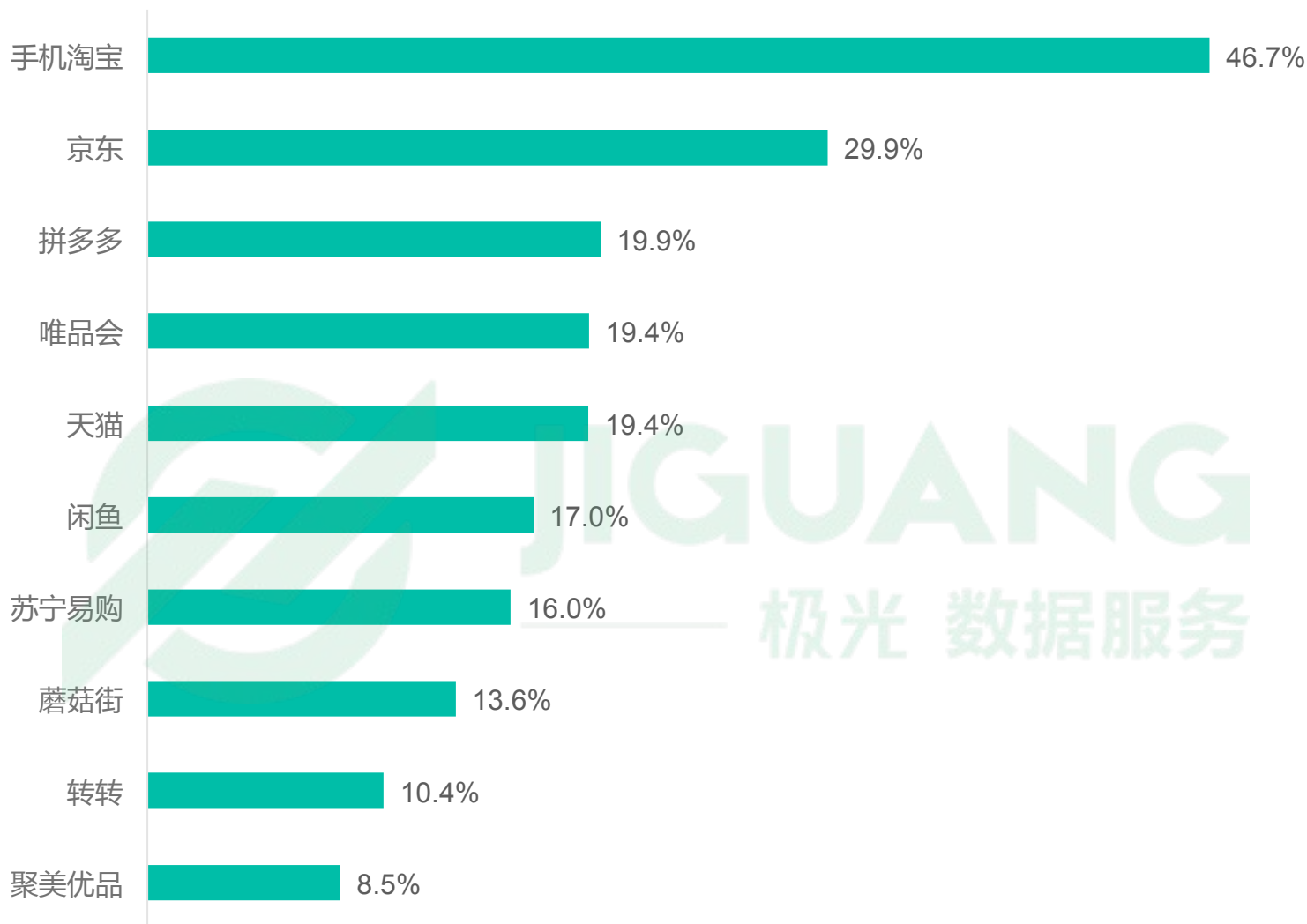
*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

网络购物渗透率top10 app（月复装率）

手机淘宝过去半年月复装率均值为46.7%

- 根据极光大数据统计，手机淘宝过去半年月复装率均值最高，为46.7%，京东以29.9%居于次位

网络购物app过去半年月复装率均值



月复装率：更换设备的此用户中当月重新安装此app的占比
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

目录

1

行业概况

2

行业数据

3

运营数据

4

用户画像

3

运营数据

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

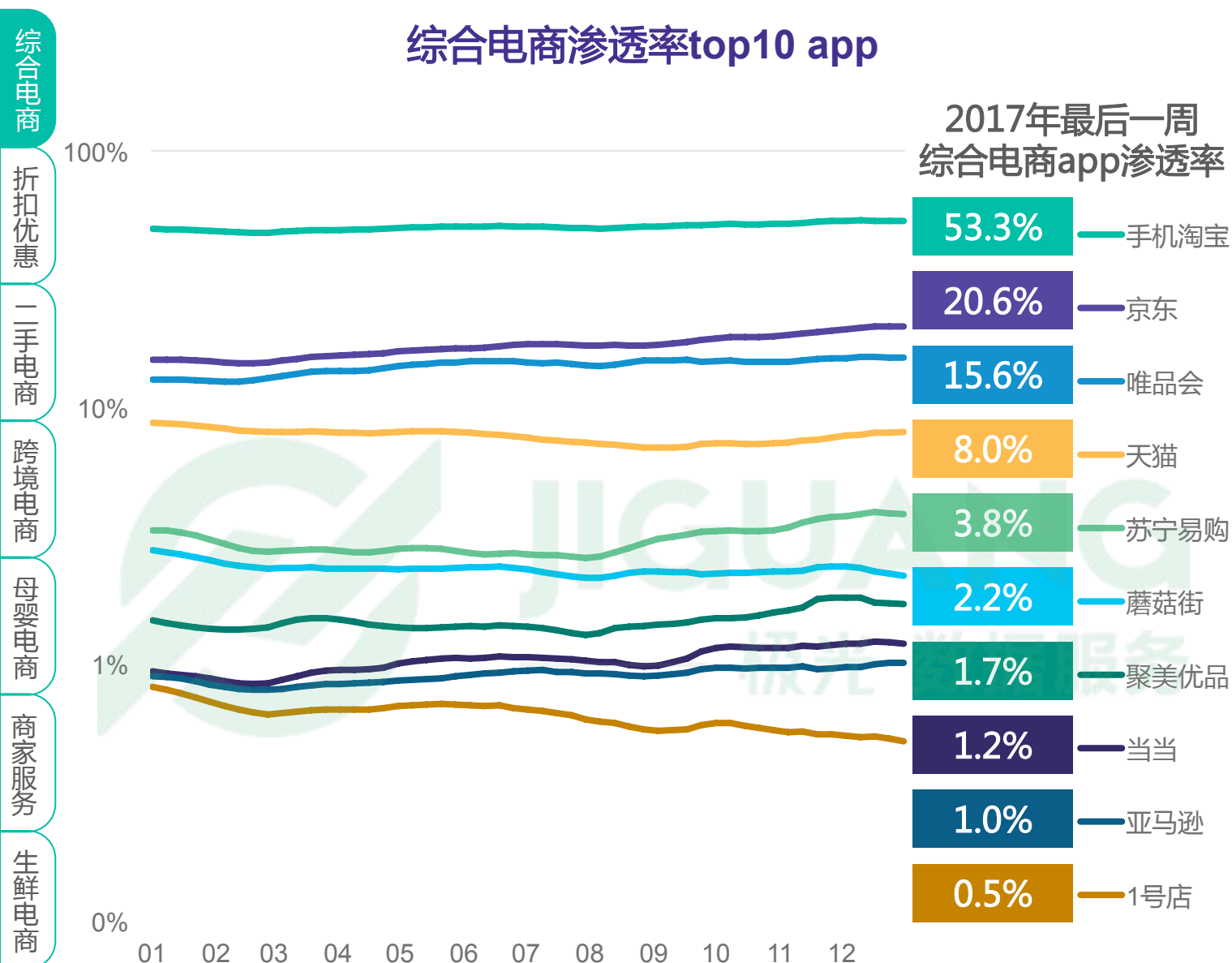
商家服务

生鲜电商

综合电商渗透率top10 app

截至2017年最后一周，手机淘宝渗透率为53.3%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，手机淘宝、京东、唯品会渗透率均在15%以上



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

综合电商渗透率top5 app（日新增用户）

“双十一” 时期各综合电商app新增用户较多

- 根据极光大数据统计，过去半年，手机淘宝、京东日新增用户均值均在百万以上，天猫日新增用户均值为67.9万，唯品会为67.8万，苏宁易购为38.9万，在818活动期间，苏宁易购app日新增用户量也有较为明显提升

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

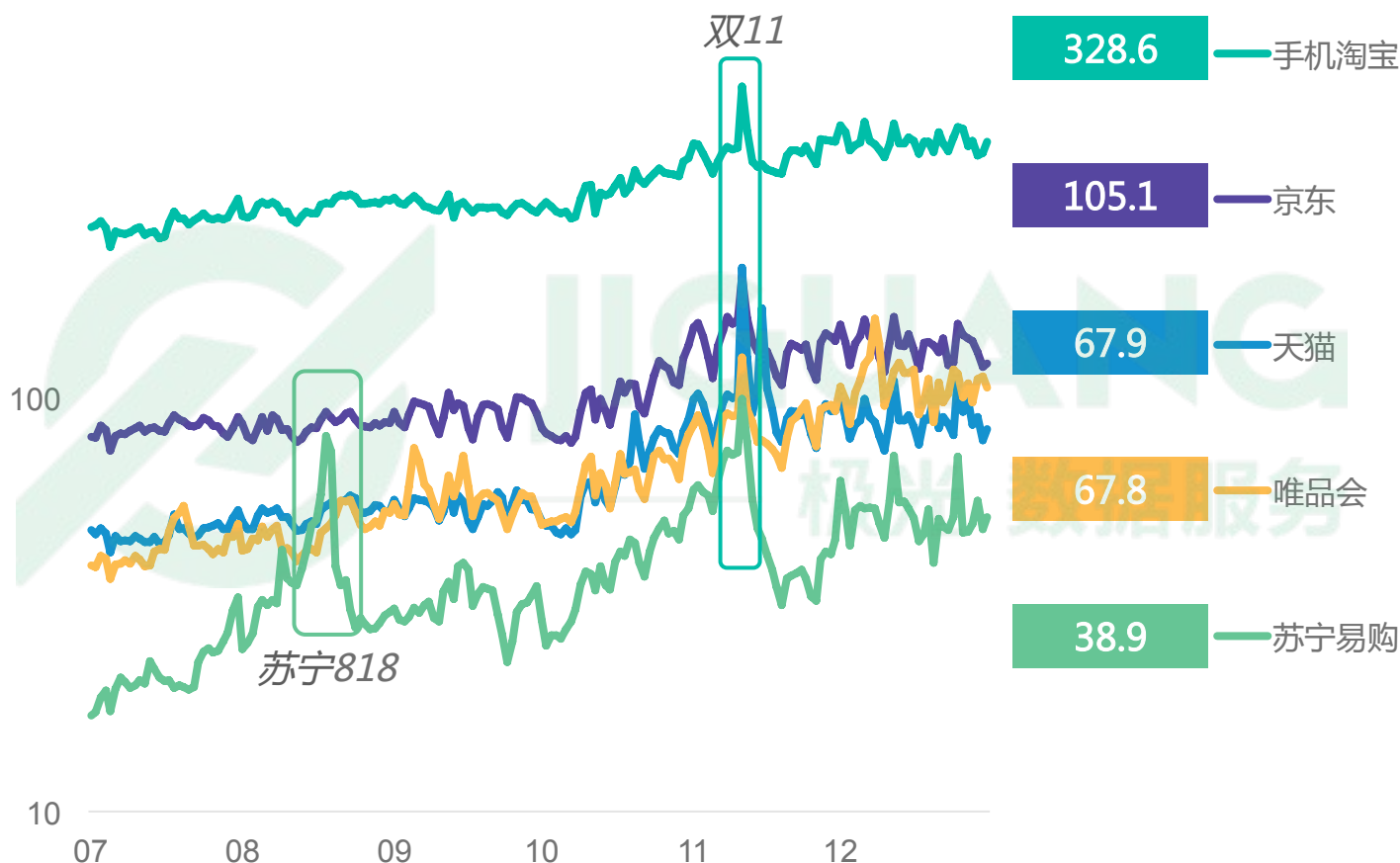
商家服务

生鲜电商

综合电商app日新增用户数量

过去半年综合电商
app日新增用户均值
单位：万人

x 万
1000



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

综合电商渗透率top5 app（7天留存率）

手机淘宝7天留存率均值为74.6%

- 根据极光大数据统计，过去半年，手机淘宝7天留存率为74.6%，天猫为69.7%，京东为69.5%

综合电商

折扣优惠

二手电商

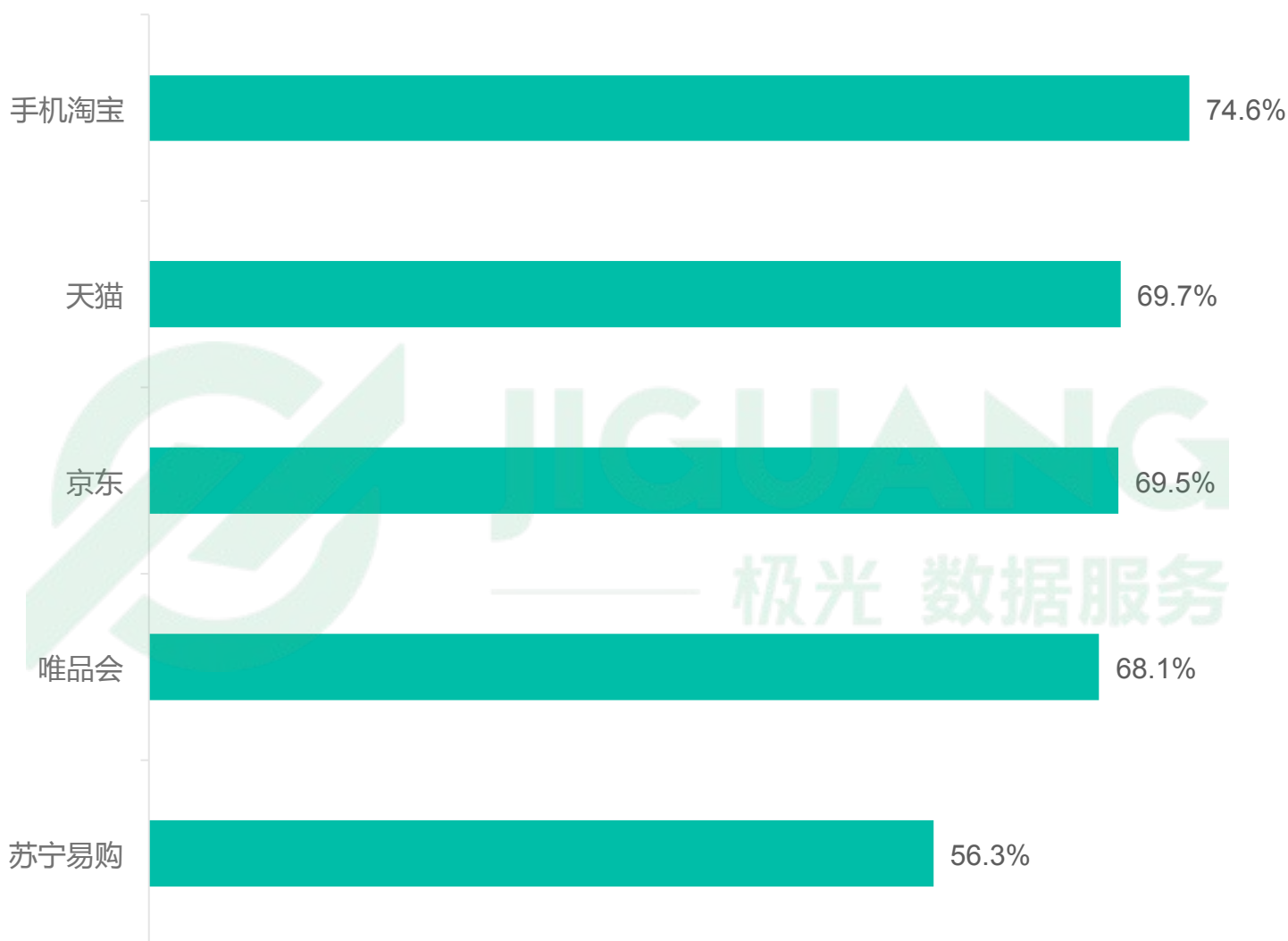
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

综合电商app过去半年7天留存率均值



留存率：某日新增安装用户在指定周期之后未卸载的比例

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

综合电商渗透率top5 app (MAU)

手机淘宝、京东、唯品会12月MAU破亿

- 根据极光大数据统计，手机淘宝2017年12月MAU为5.32亿，京东为2.50亿，唯品会为1.29亿

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

综合电商app MAU

x 亿

10

1

0.1

综合电商app
12月MAU
单位：亿人

5.32

手机淘宝

2.50

京东

1.29

唯品会

0.80

天猫

0.24

苏宁易购

07 08 09 10 11 12

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

综合电商渗透率top5 app (DAU)

手机淘宝12月月均DAU约为京东的5.6倍

- 根据极光大数据统计，手机淘宝2017年12月DAU约为1.85亿，居于第二位的京东为3335万，唯品会以2569万居于第三位

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

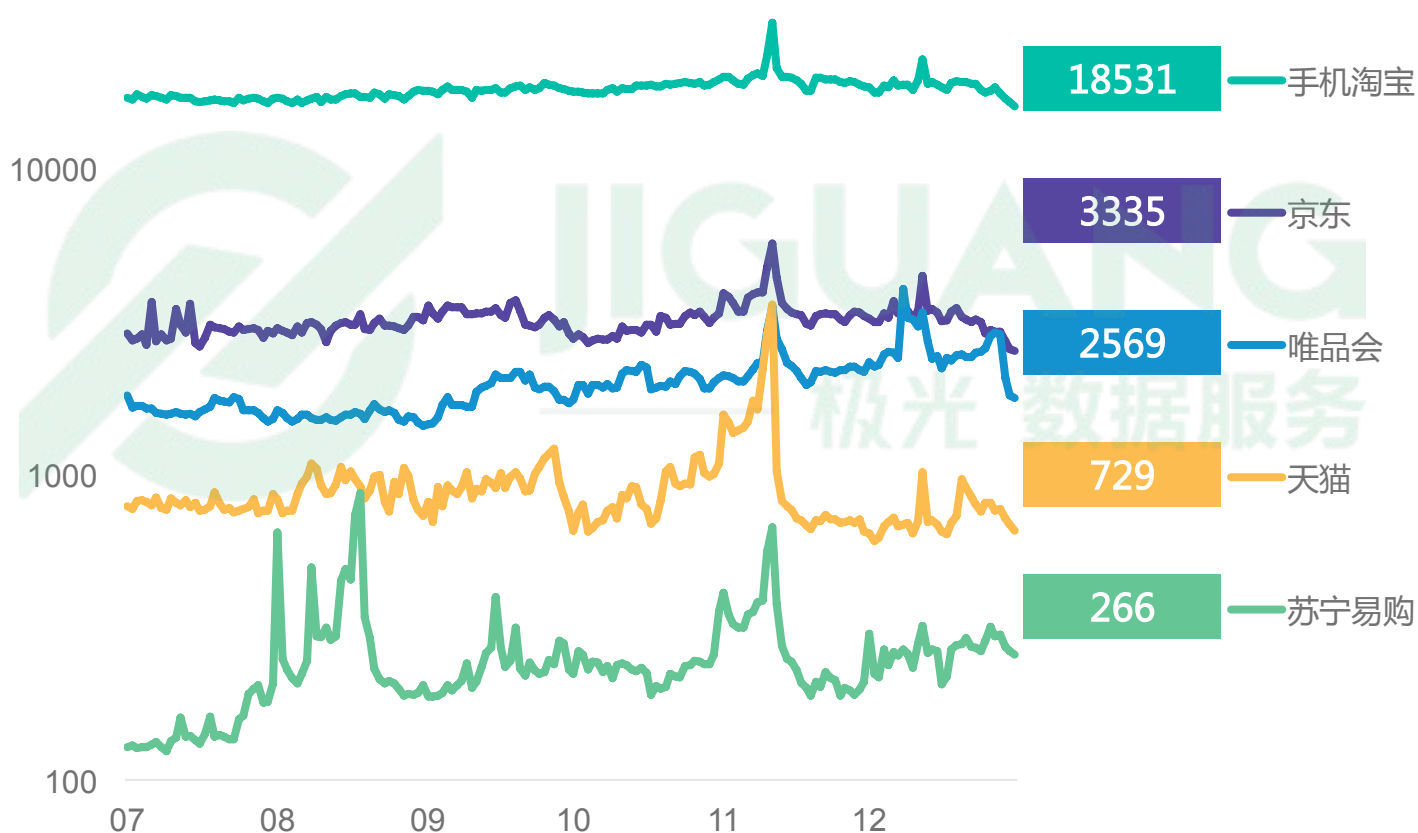
商家服务

生鲜电商

综合电商app DAU

x 万
100000

综合电商app
12月月均DAU
单位：万人

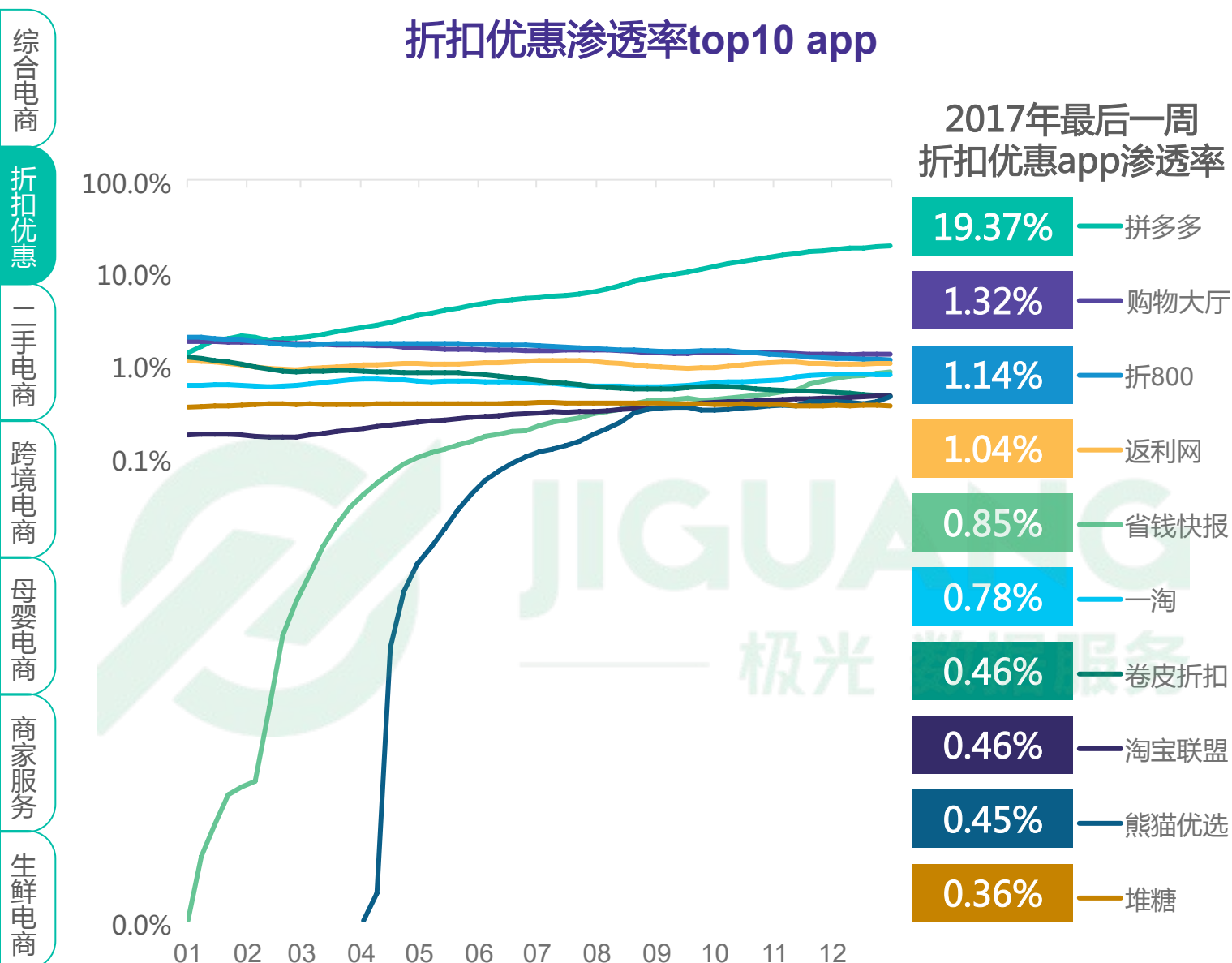


数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

折扣优惠渗透率top10 app

截至2017年最后一周，拼多多渗透率为19.37%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，拼多多渗透率为19.37%，购物大厅、折800、返利网渗透率也均超过1%



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

折扣优惠渗透率top5 app（日新增用户）

拼多多过去半年日新增用户均值过百万

- 根据极光大数据统计，过去半年，拼多多日新增用户均值为107.8万，购物大厅为24.8万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

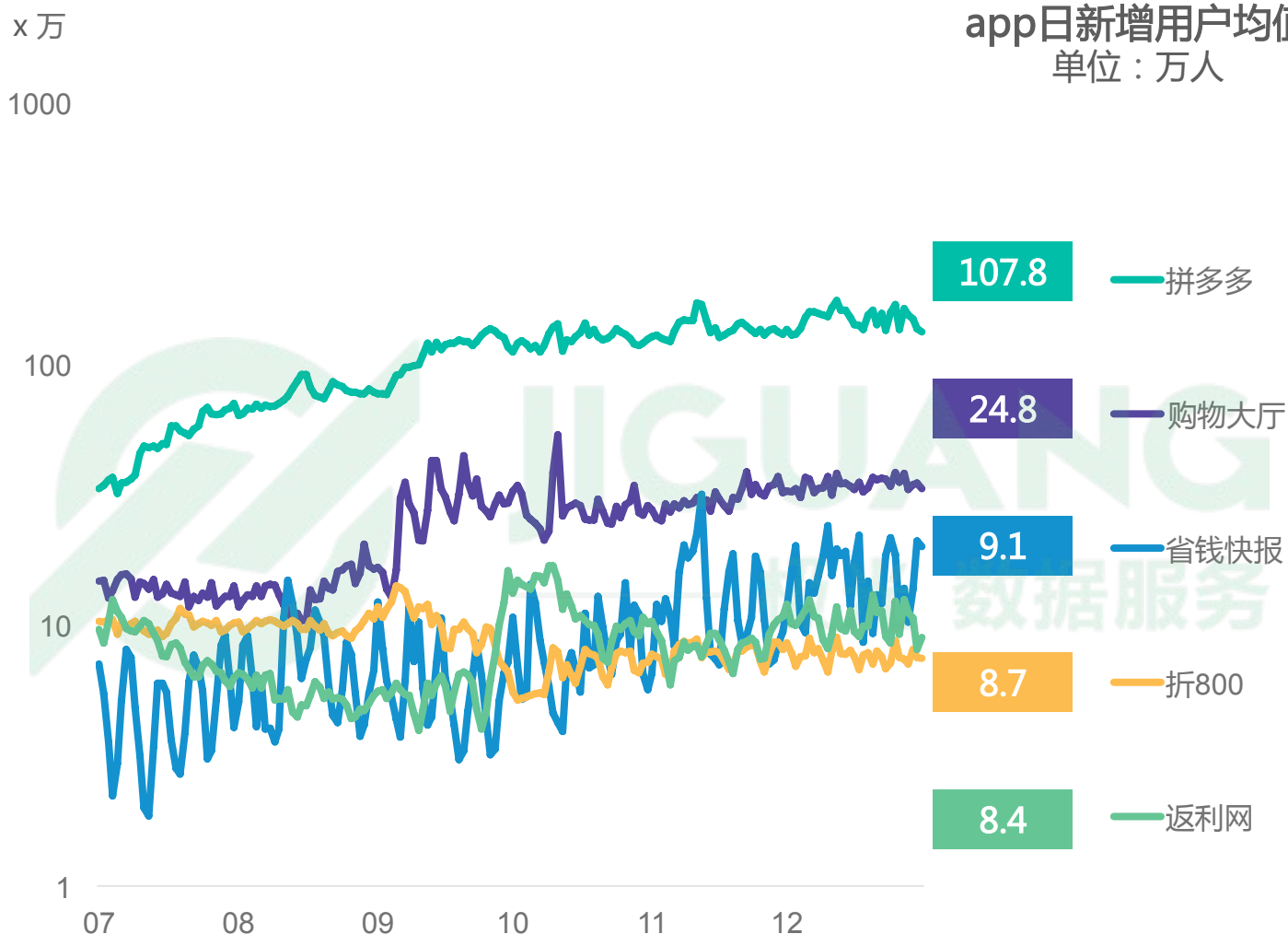
母婴电商

商家服务

生鲜电商

折扣优惠app日新增用户数量

过去半年折扣优惠
app日新增用户均值
单位：万人



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

折扣优惠渗透率top5 app（7天留存率）

拼多多过去半年7天留存率均值为76.8%

- 根据极光大数据统计，拼多多过去半年7天留存率为76.8%，购物大厅为76.7%，省钱快报为71.1%

综合电商

折扣优惠

二手电商

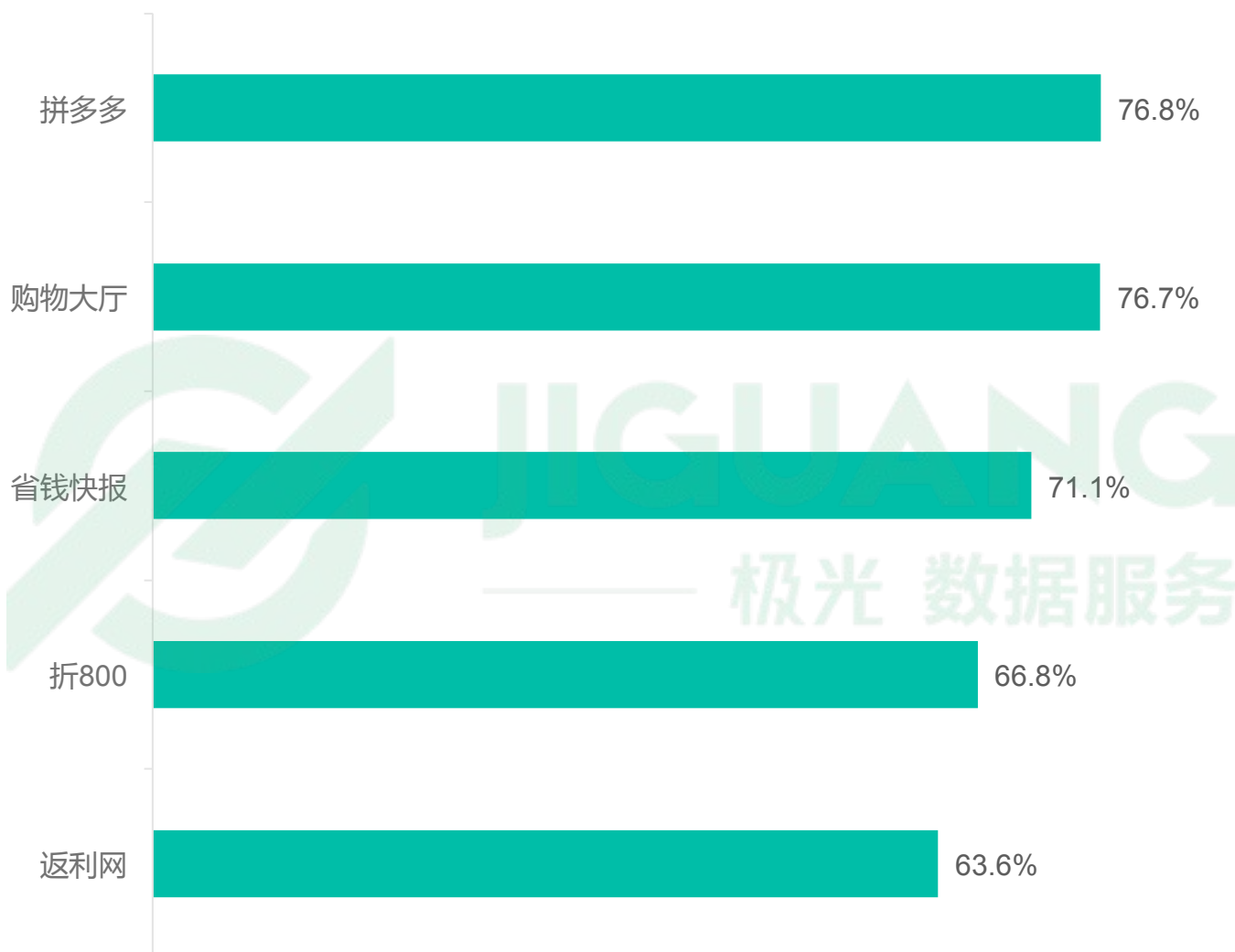
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

折扣优惠app过去半年7天留存率均值

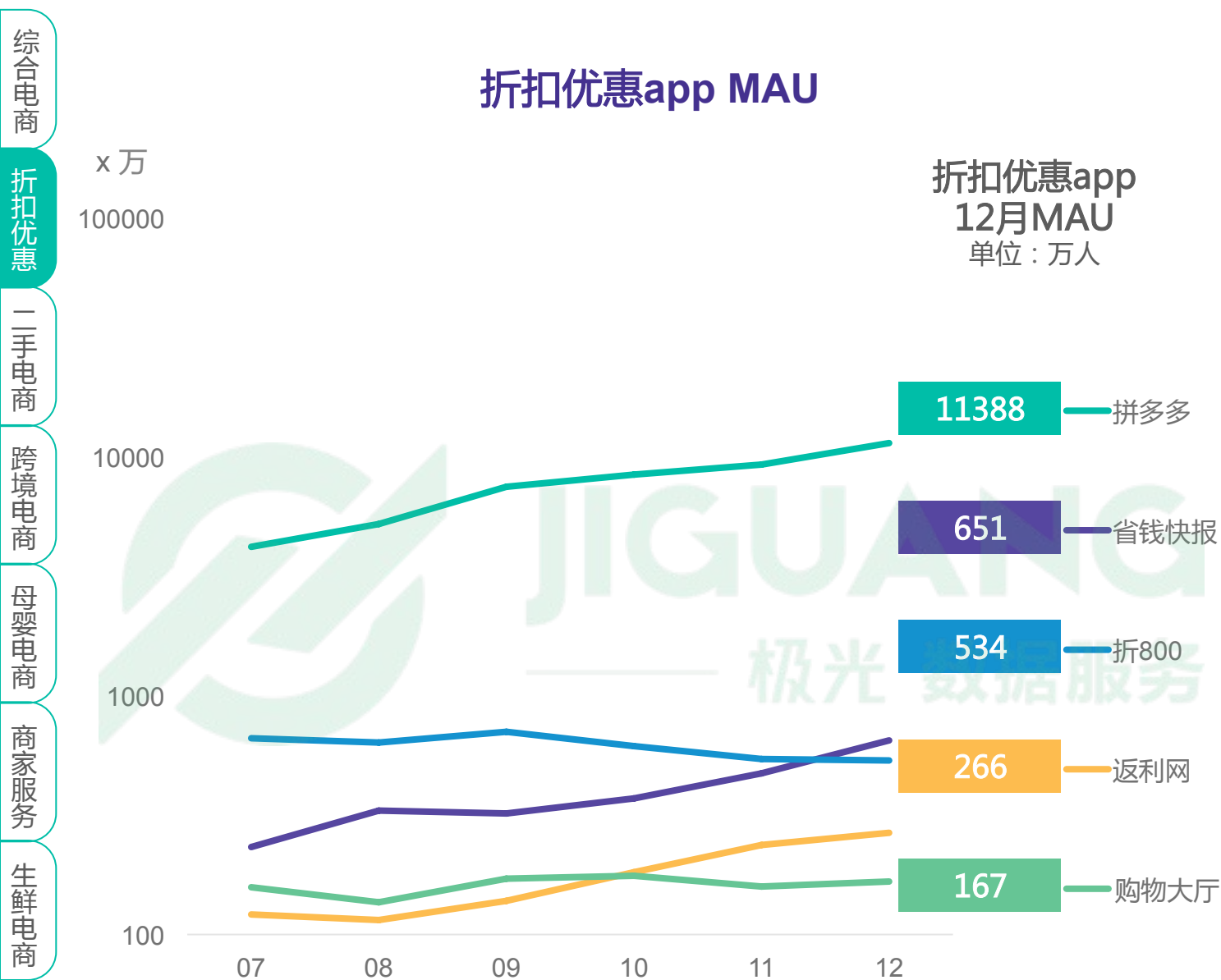


数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

折扣优惠渗透率top5 app (MAU)

拼多多12月MAU破亿

- 根据极光大数据统计，2017年12月，拼多多MAU约为1.14亿，省钱快报为651万，折800为534万



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

折扣优惠渗透率top5 app (DAU)

拼多多12月月均DAU为2690.9万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，拼多多12月月均DAU为2690.9万，省钱快报为145.4万

综合电商

折扣优惠

二手电商

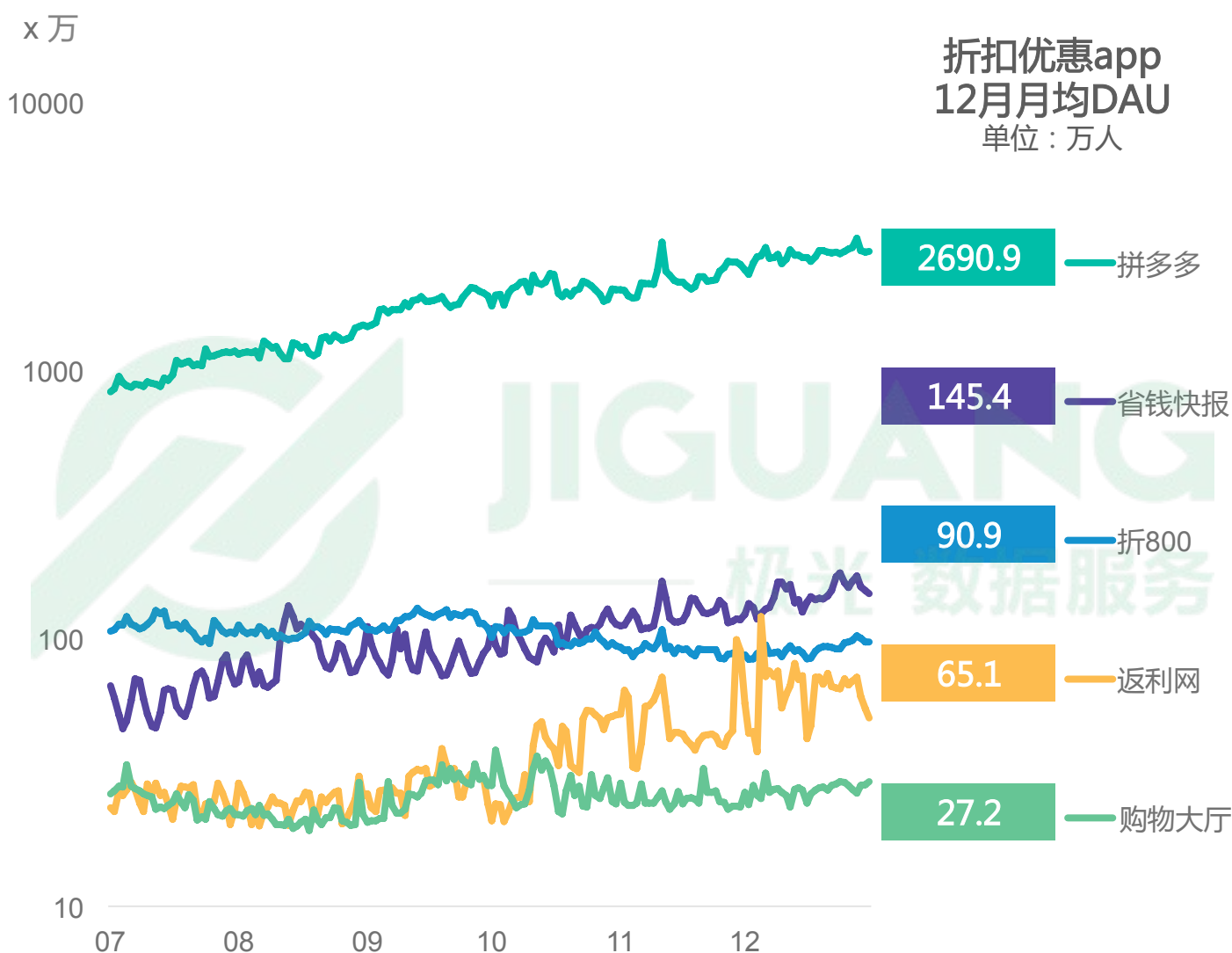
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

折扣优惠app DAU

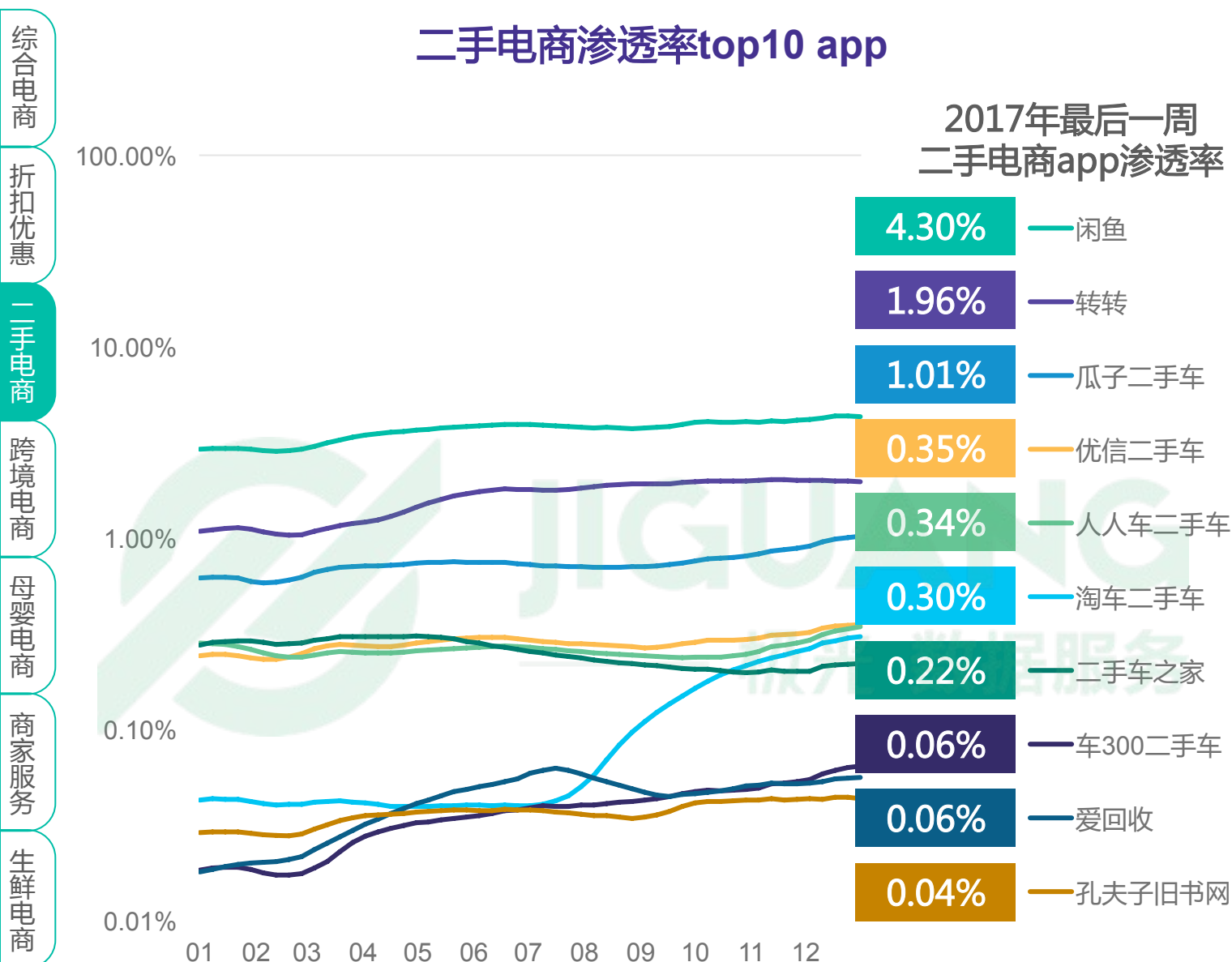


数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

二手电商渗透率top10 app

截至2017年最后一周，闲鱼渗透率为4.30%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，闲鱼渗透率为4.30%，转转渗透率为1.96%，瓜子二手车渗透率为1.01%，其余二手电商app渗透率均不足1%



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

二手电商渗透率top5 app（日新增用户）

闲鱼、转转过去半年日新增用户均值都在10万以上

- 根据极光大数据统计，过去半年，闲鱼日新增用户均值为64.2万，转转为13.2万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

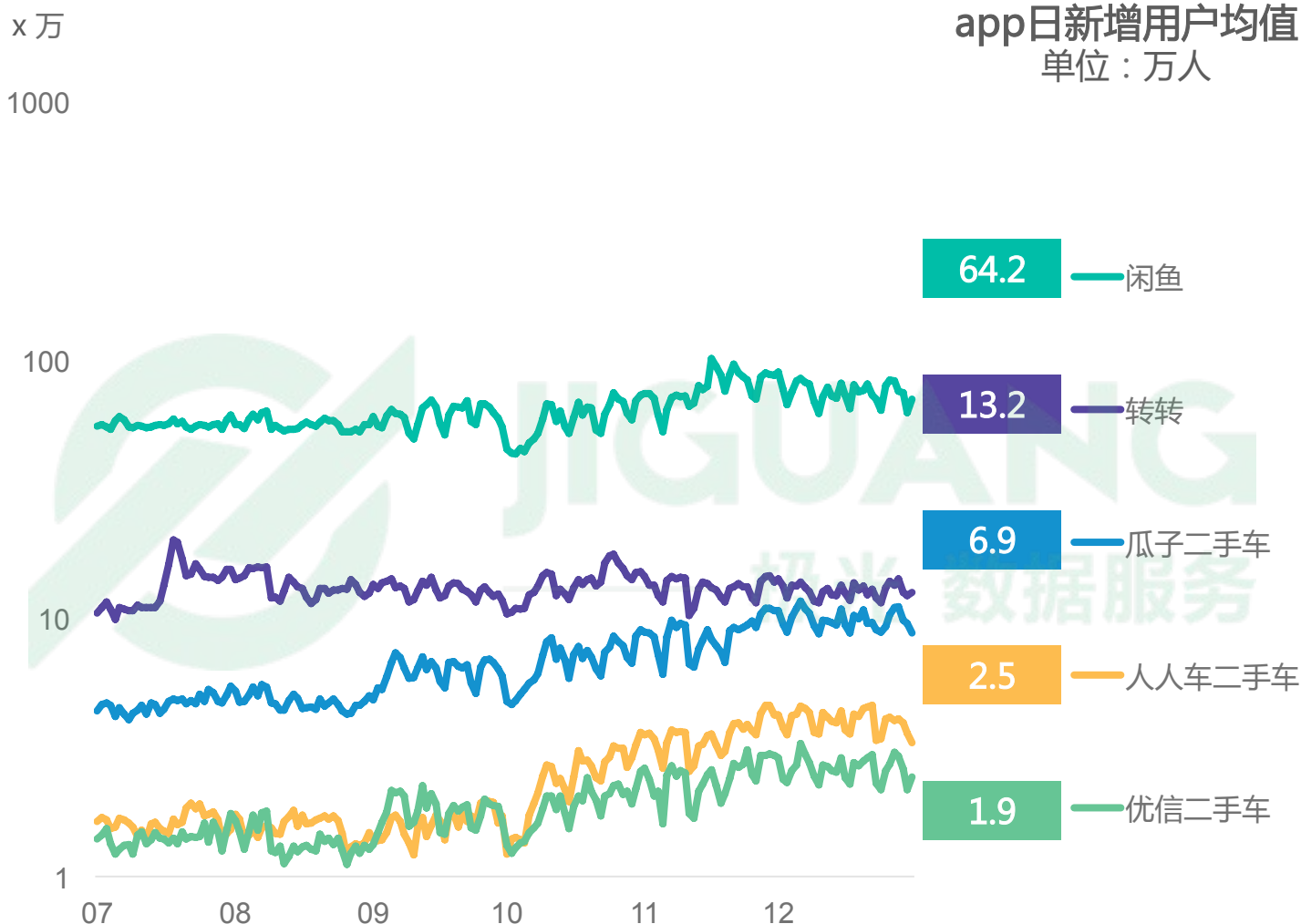
母婴电商

商家服务

生鲜电商

二手电商app日新增用户数量

过去半年二手电商
app日新增用户均值
单位：万人



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

二手电商渗透率top5 app（7天留存率）

瓜子二手车过去半年7天留存率均值超过70%

- 根据极光大数据统计，闲鱼过去半年7天留存率为73.4%，瓜子二手车为71.7%

综合电商

折扣优惠

二手电商

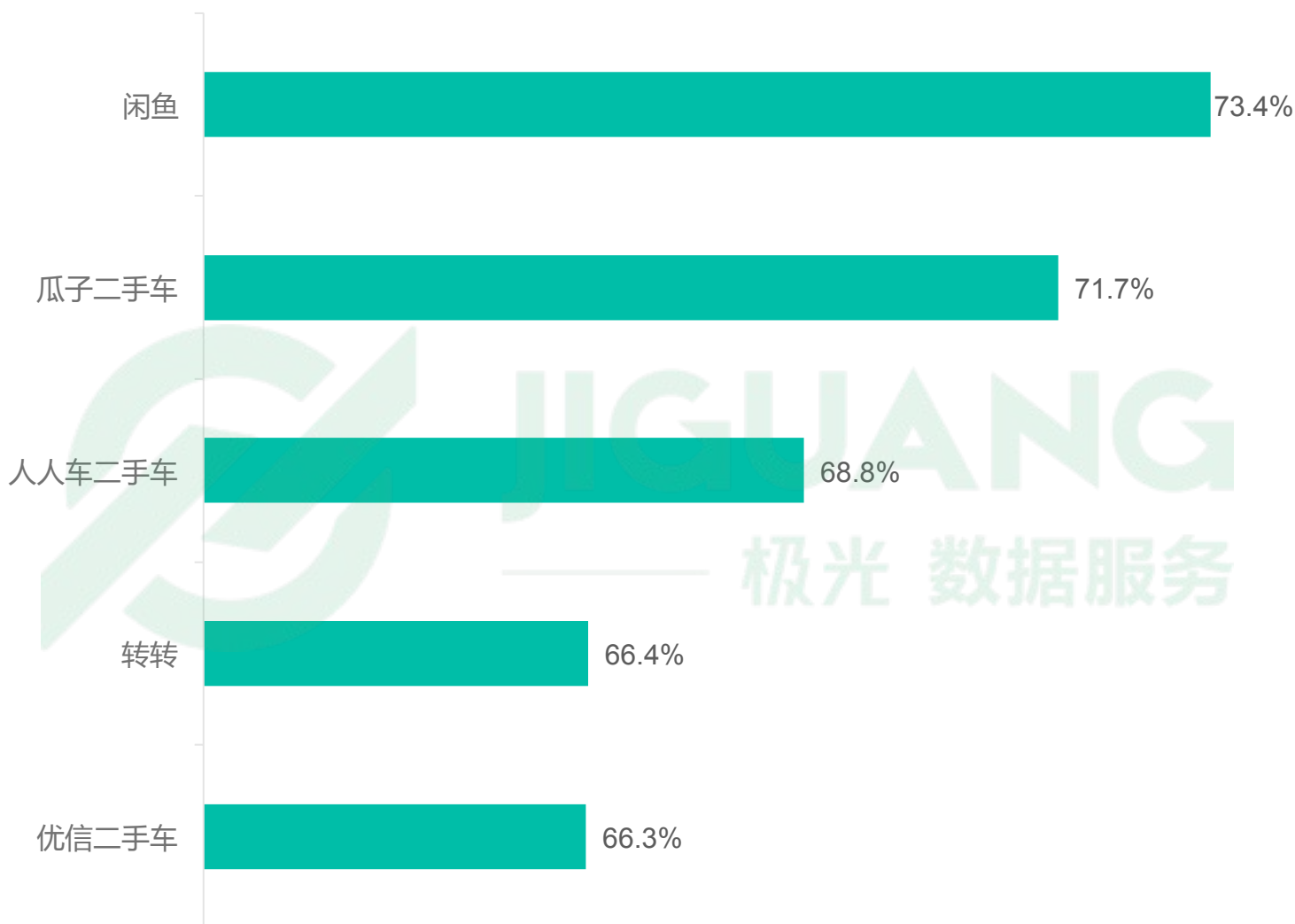
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

二手电商app过去半年7天留存率均值



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

二手电商渗透率top5 app (MAU)

闲鱼、转转12月MAU破千万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，闲鱼MAU为2779万，转转为1235万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

二手电商app MAU

x 万

二手电商app
12月MAU
单位：万人

2779 闲鱼

1235 转转

875 瓜子二手车

257 人人车二手车

252 优信二手车

1000

100

07

08

09

10

11

12

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

二手电商渗透率top5 app (DAU)

闲鱼12月月均DAU为581.6万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，闲鱼月均DAU为581.6万，转转为135.8万

综合电商

折扣优惠

二手电商

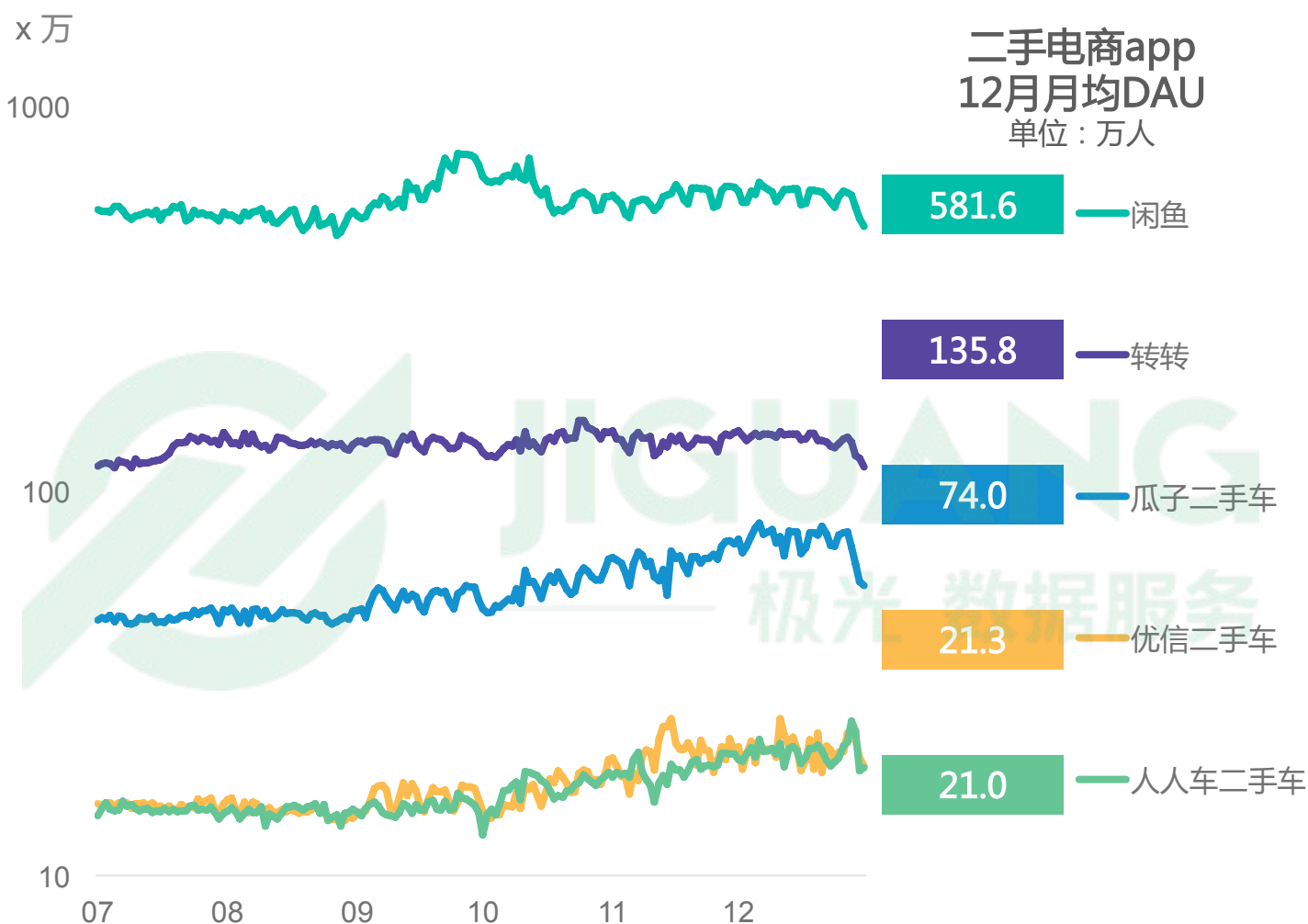
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

二手电商app DAU



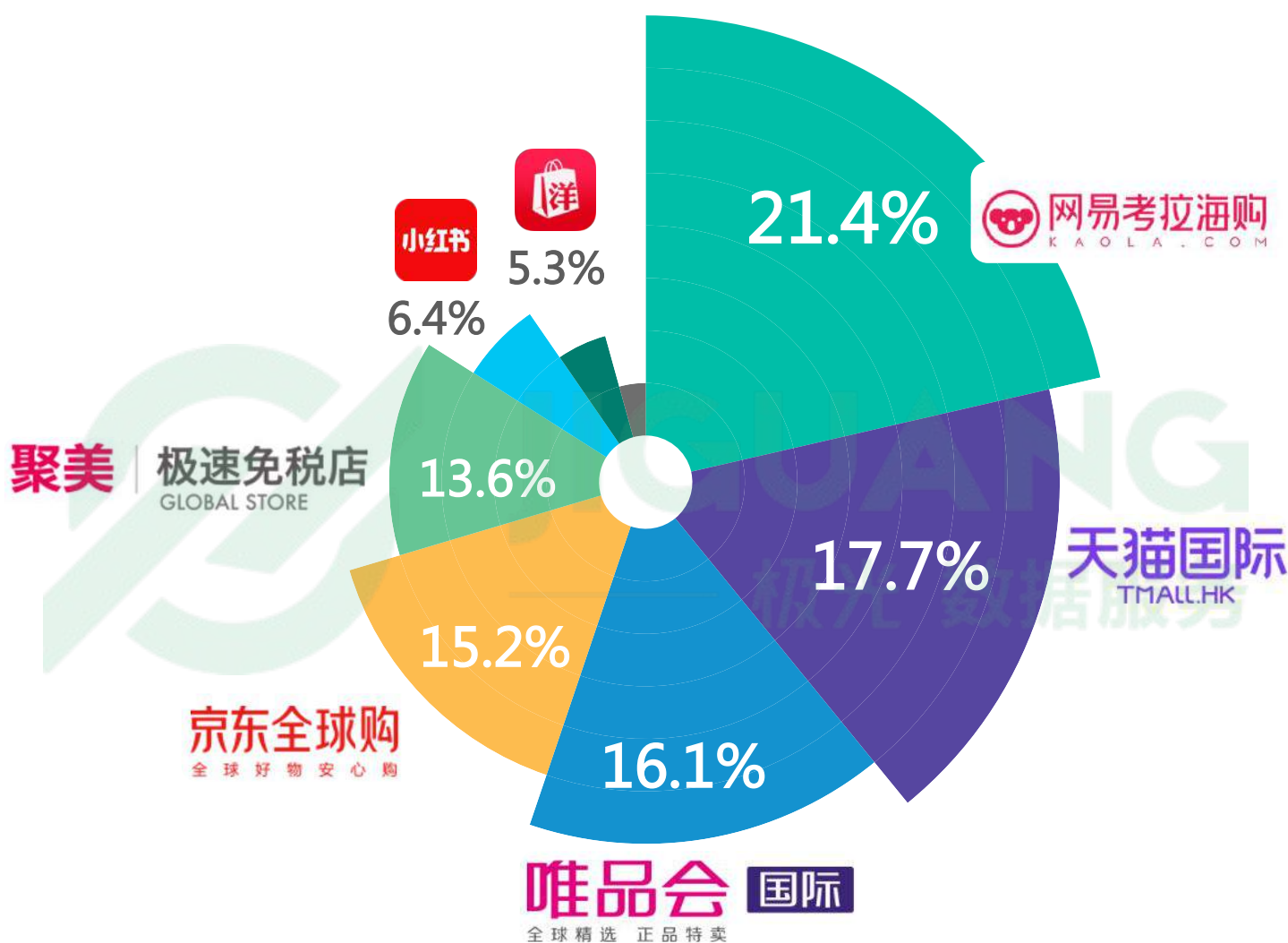
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

2017年跨境进口电商平台市场占有率

网易考拉海购以21.4%市场占有率居于首位

- 据中国电子商务中心统计，2017年跨境进口电商平台中，按整体交易额计算，网易考拉市场占有率为21.4%，天猫国际为17.7%，唯品会国际以16.1%紧随其后

2017年跨境进口电商平台市场占有率

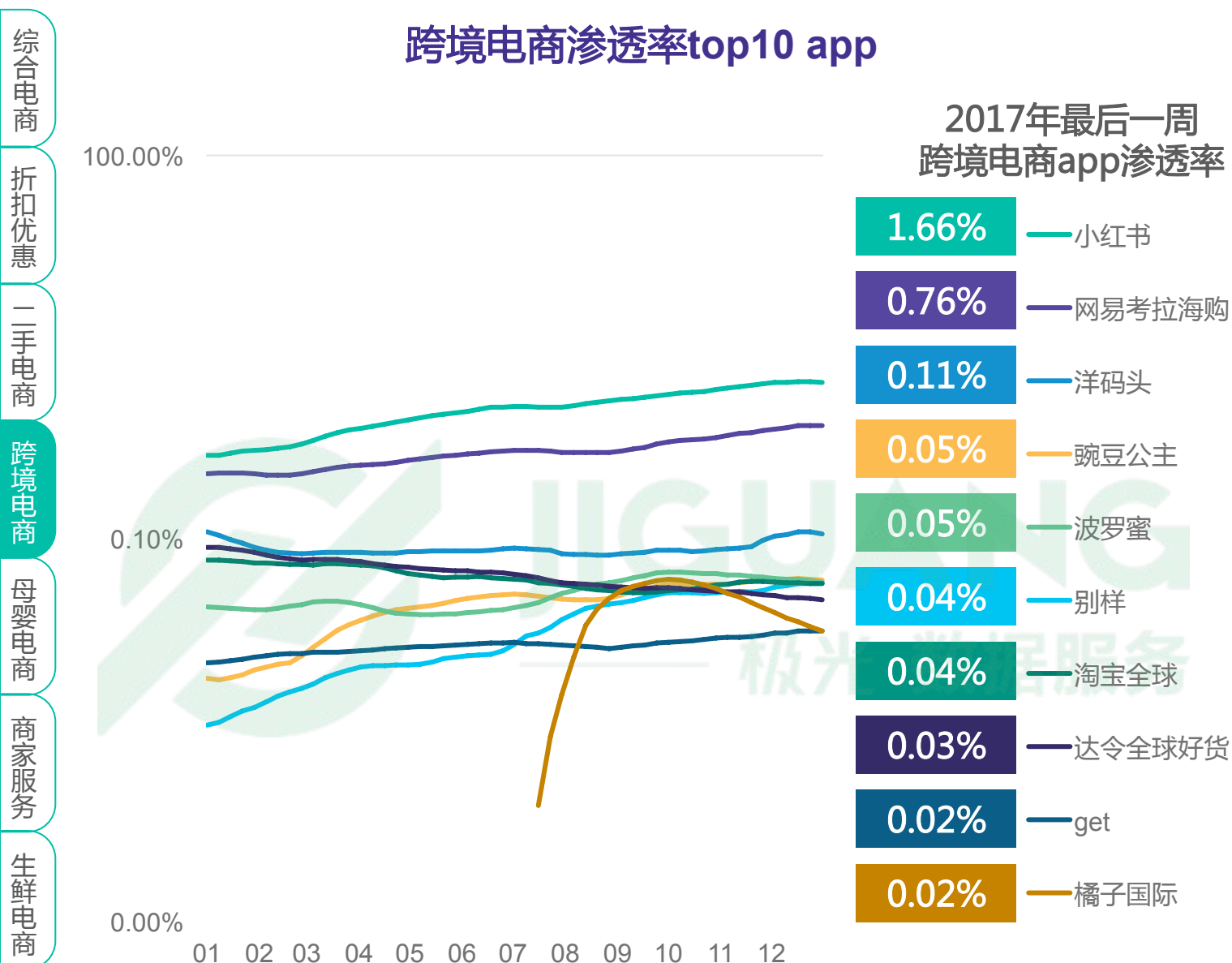


数据来源：中国电子商务研究中心

跨境电商渗透率top10 app

截至2017年最后一周，小红书渗透率为1.66%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，小红书渗透率为1.66%，网易考拉为0.76%



跨境电商渗透率top5 app（日新增用户）

网易考拉海购过去半年日新增用户均值为4.94万

- 根据极光大数据统计，小红书过去半年日新增用户均值为9.52万，网易考拉海购为4.94万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

跨境电商app日新增用户数量

过去半年跨境电商
app日新增用户均值
单位：万人

x 万

100

10

1

0.1

07

08

09

10

11

12

9.52

— 小红书

4.94

— 网易考拉海购

0.62

— 洋码头

0.28

— 豌豆公主

0.27

— 波罗蜜

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

跨境电商渗透率top5 app (MAU)

小红书12月MAU为1491万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，小红书MAU为1491万，网易考拉海购为1307万
- 2017年11月，网易考拉海购MAU为1646万，小红书为1560万

综合电商

折扣优惠

二手电商

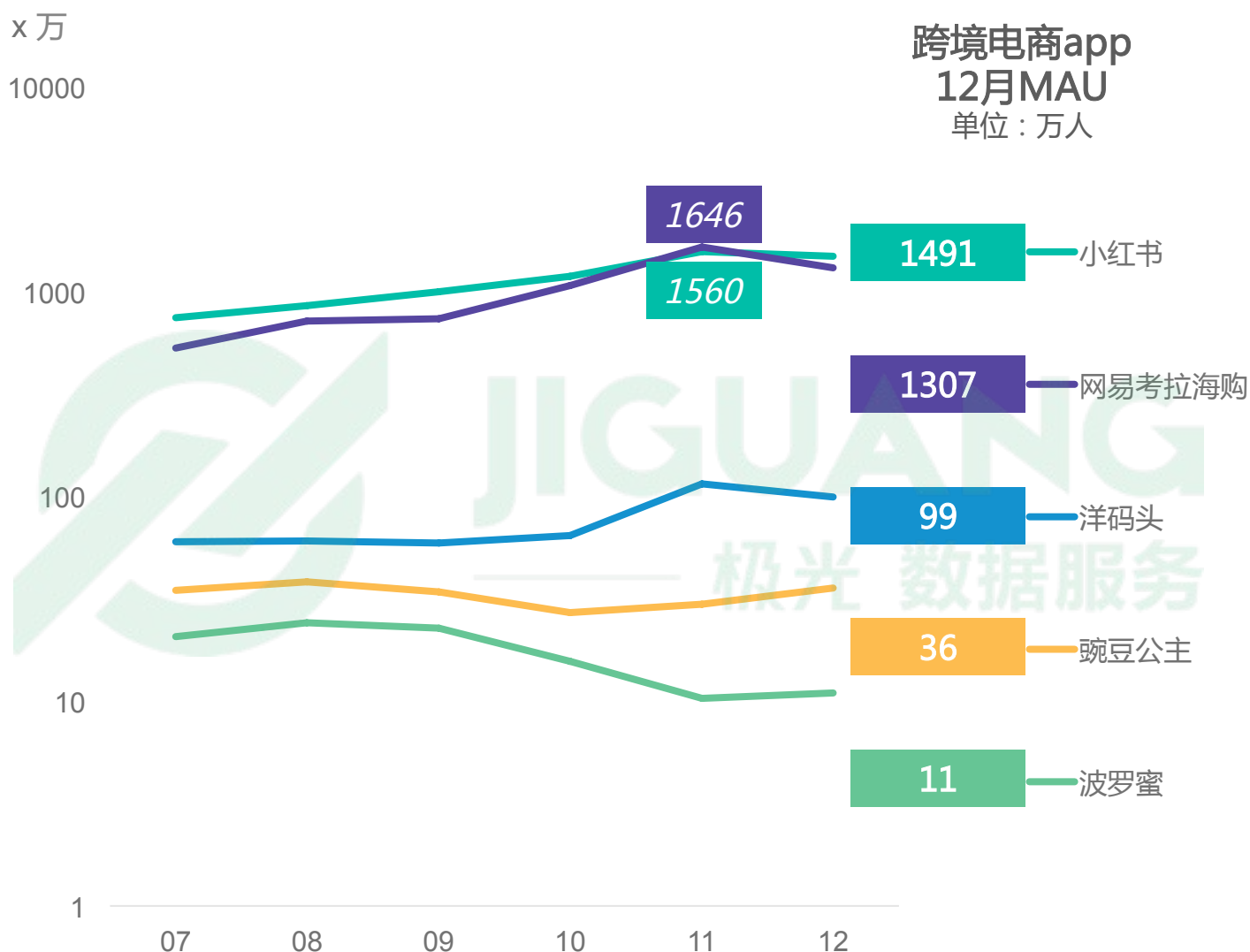
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

跨境电商app MAU



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

跨境电商渗透率top5 app (DAU)

小红书、网易考拉海购12月月均DAU均破百万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，小红书月均DAU为227.0万，网易考拉海购为149.3万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

跨境电商app DAU

x 万

1000

100

10

1

07

08

09

10

11

12

跨境电商app
12月月均DAU

单位：万人

227.0

— 小红书

149.3

— 网易考拉海购

14.3

— 洋码头

10.3

— 豌豆公主

2.4

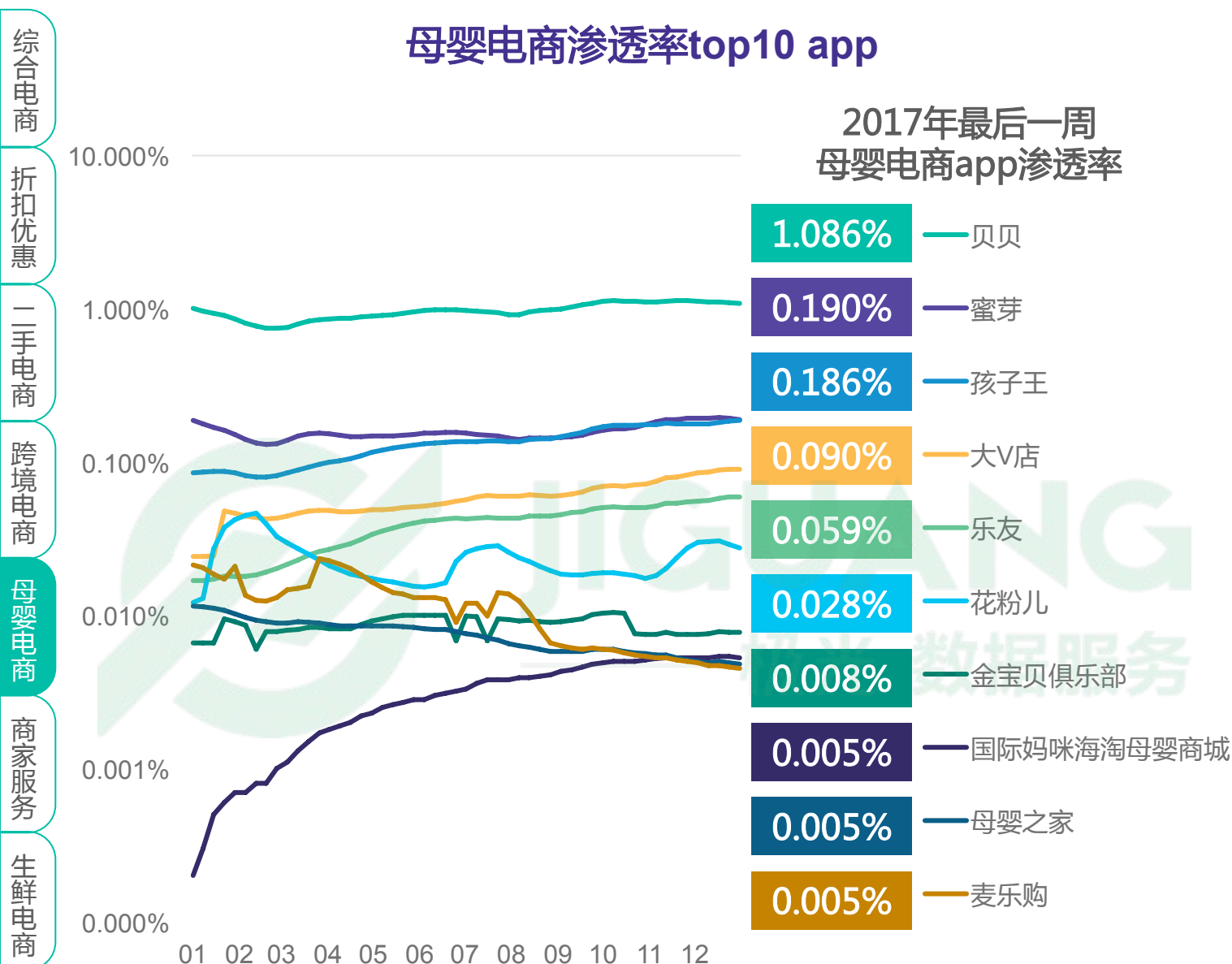
— 波罗蜜

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

母婴电商渗透率top10 app

截至2017年最后一周，贝贝渗透率为1.086%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，贝贝渗透率为1.086%，蜜芽渗透率为0.190%，孩子王渗透率为0.186%



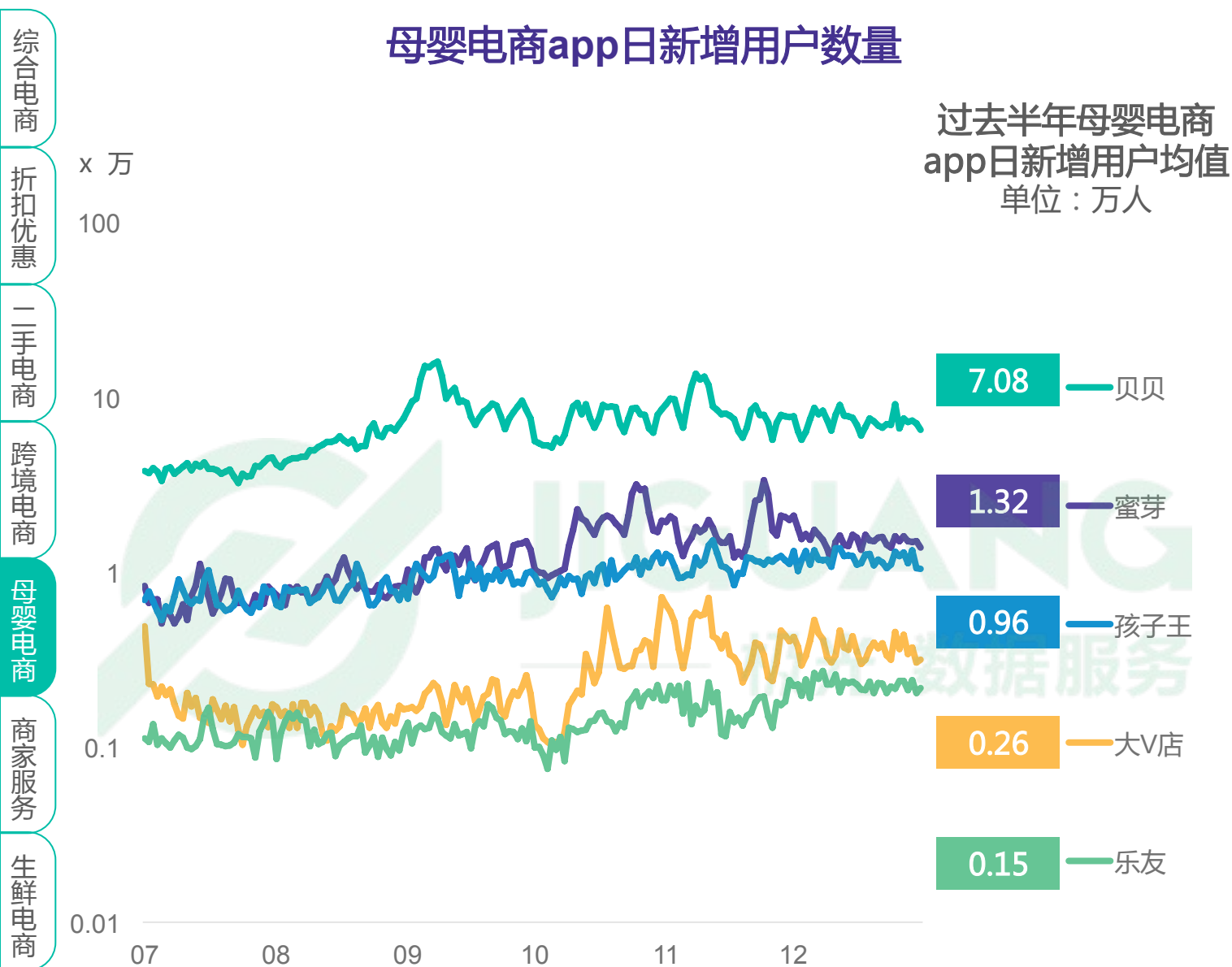
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

母婴电商渗透率top5 app（日新增用户）

贝贝过去半年日新增用户均值为7.08万

- 根据极光大数据统计，贝贝过去半年日新增用户量为7.08万，蜜芽为1.32万



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

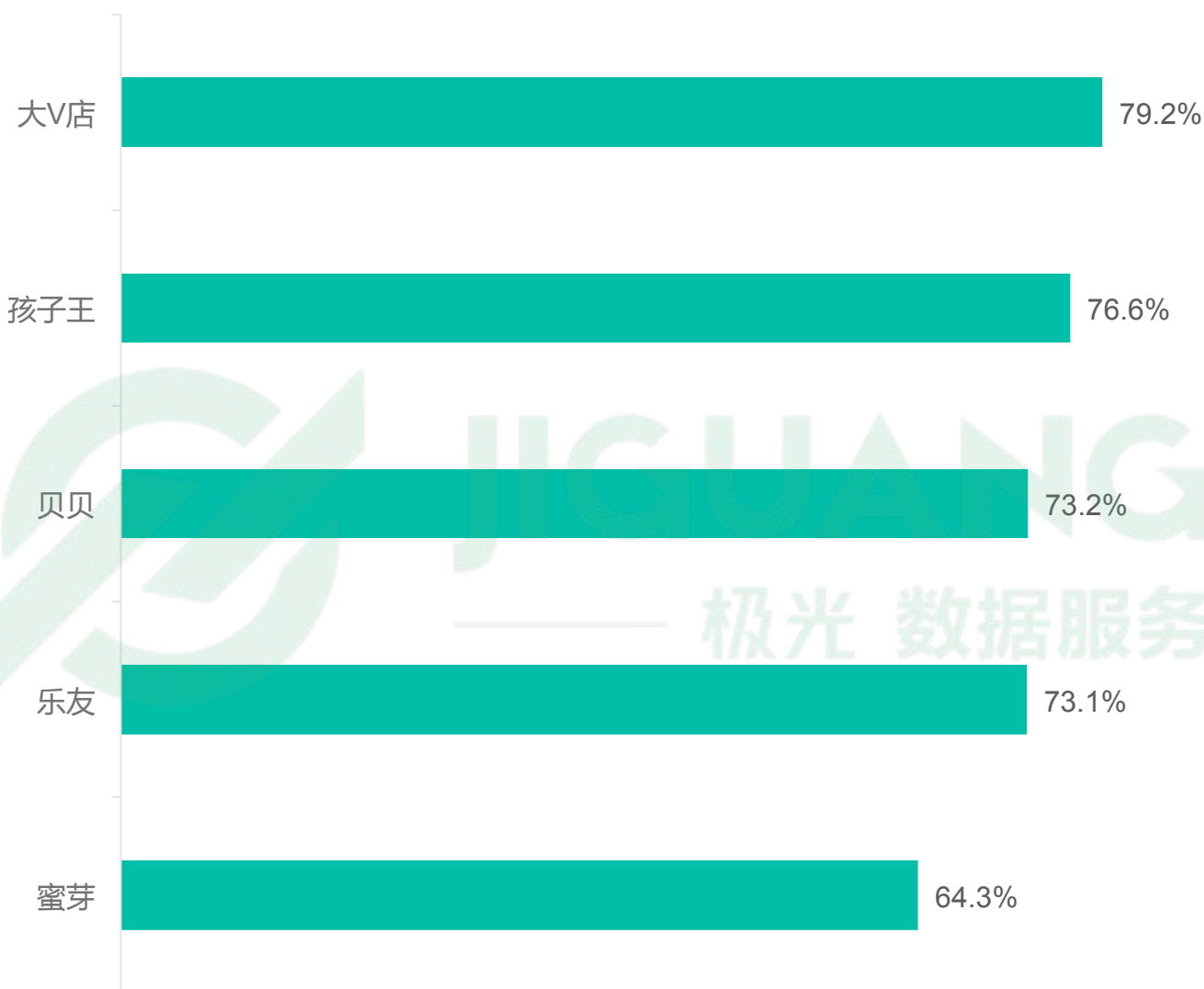
*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

母婴电商渗透率top5 app（7天留存率）

大V店过去半年7天留存率为79.2%

- 根据极光大数据统计，孩子王、贝贝、乐友过去半年7天留存率均值也都超过70%

母婴电商app过去半年7天留存率均值

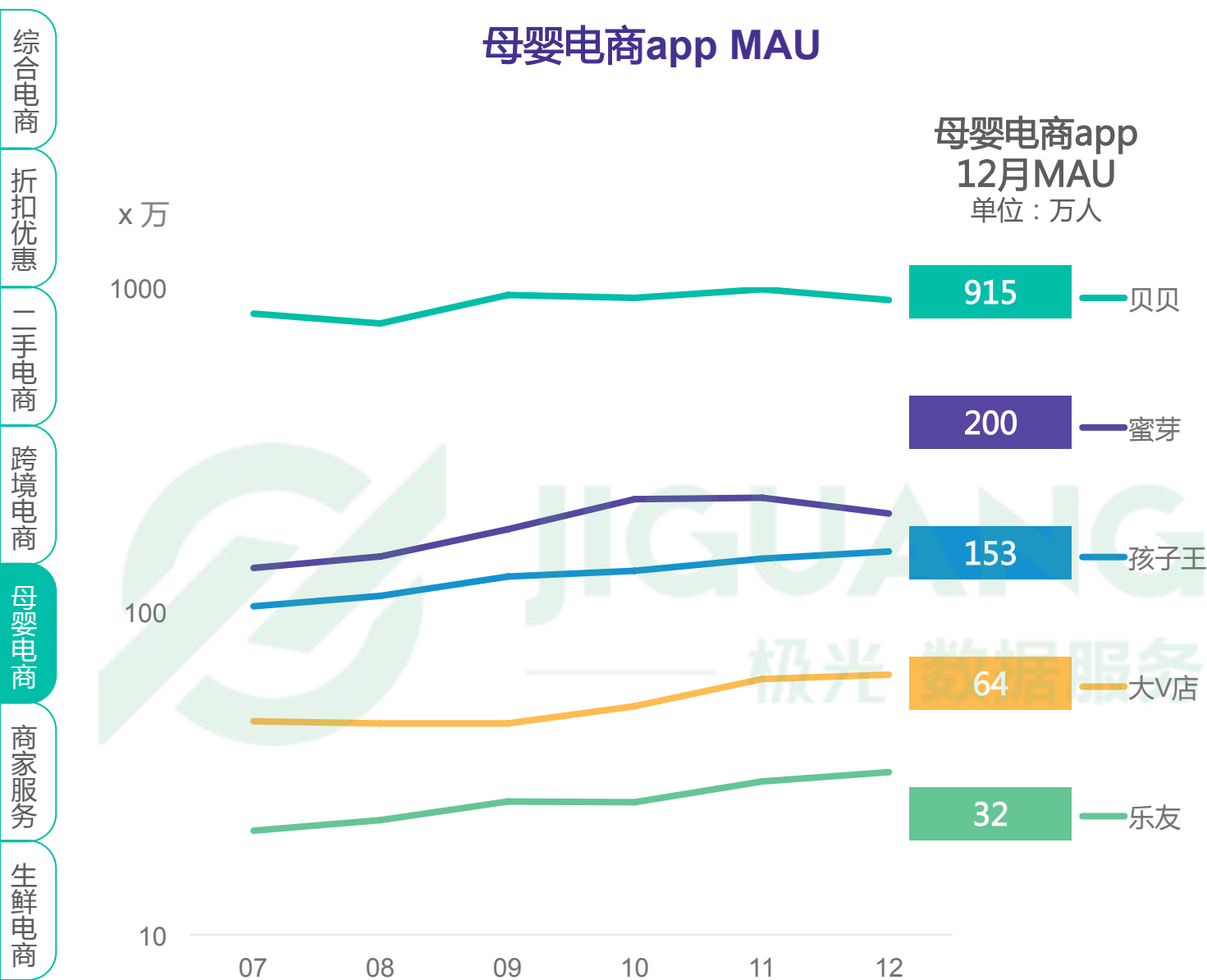


数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

母婴电商渗透率top5 app (MAU)

贝贝12月MAU为915万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，贝贝MAU为915万，蜜芽为200万，孩子王为153万



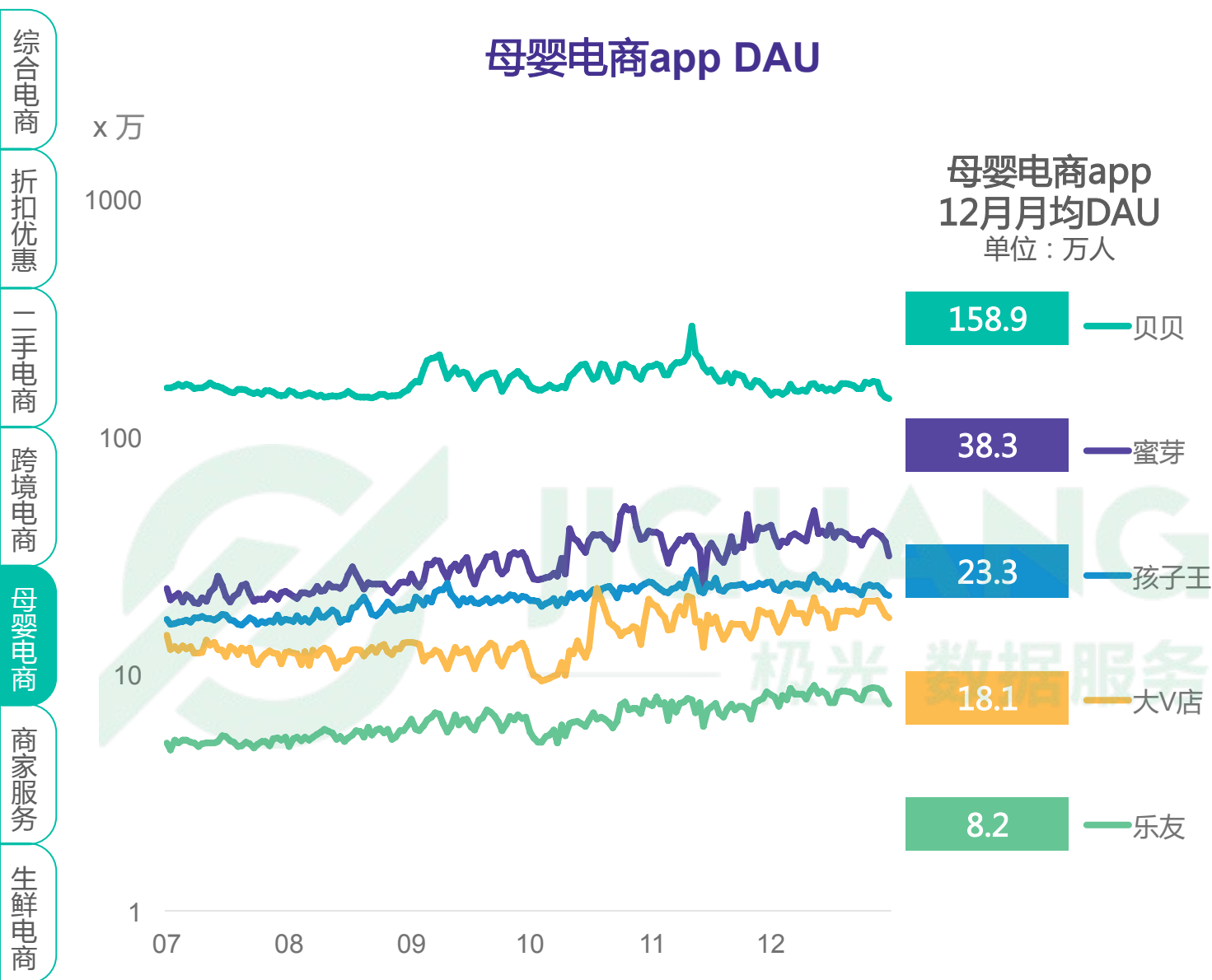
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

母婴电商渗透率top5 app (DAU)

贝贝12月月均DAU破百万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，贝贝月均DAU为158.9万，蜜芽为38.3万，孩子王为23.3万，大V店为18.1万，乐友为8.2万



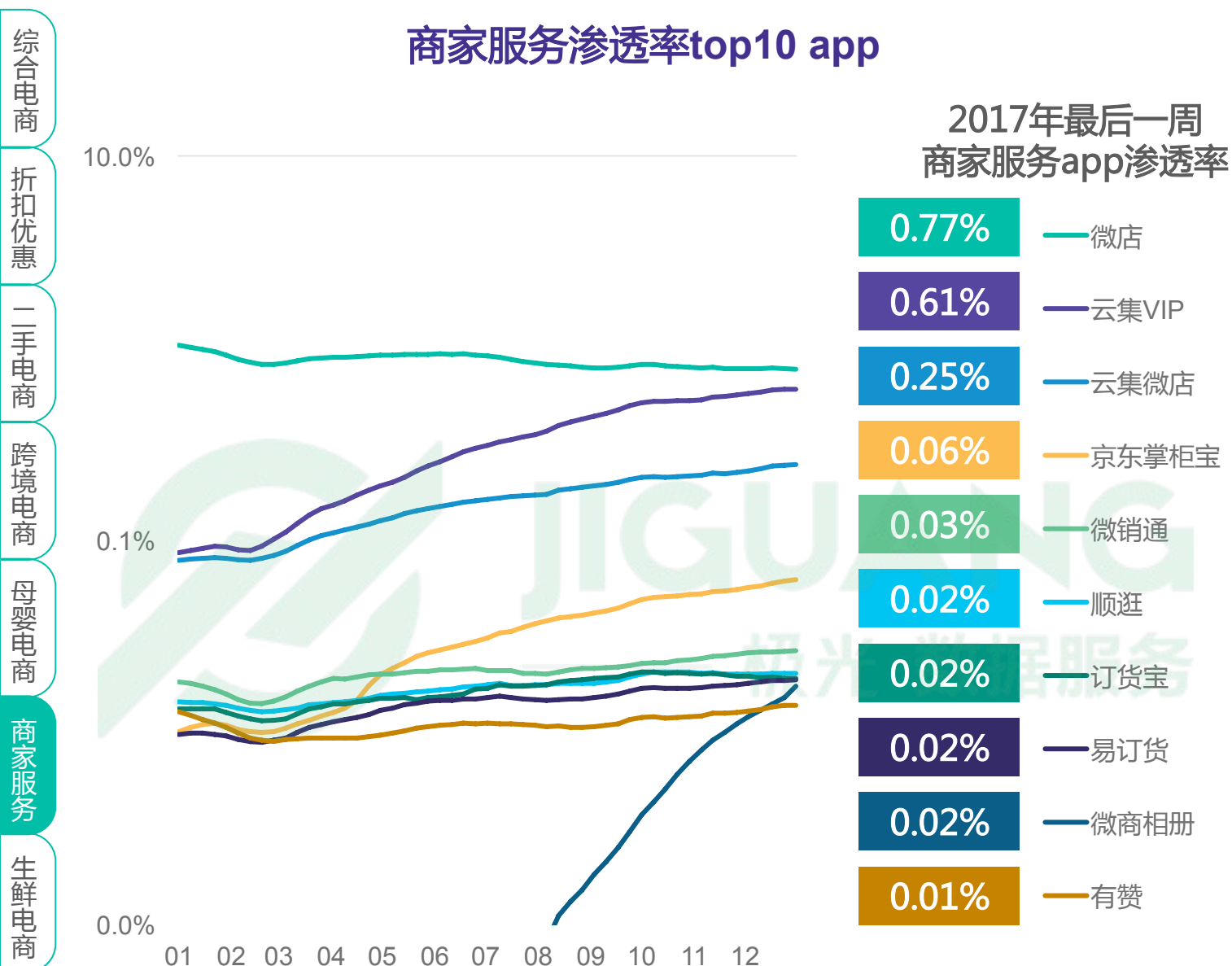
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

商家服务渗透率top10 app

截至2017年最后一周，微店渗透率为0.77%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，微店渗透率为0.77%，云集VIP为0.61%，云集微店为0.25%



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

*因数据差距较大，纵坐标采取对数刻度

商家服务渗透率top5 app（日新增用户）

微店过去半年日新增用户均值为5.45万

- 根据极光大数据统计，微店过去半年日新增用户均值为5.45万，云集VIP为5.07万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

商家服务app日新增用户数量

过去半年商家服务
app日新增用户均值
单位：万人

X 万

12

9

6

3

0

07

08

09

10

11

12

5.45

— 微店

5.07

— 云集VIP

1.60

— 云集微店

0.32

— 微销通

0.32

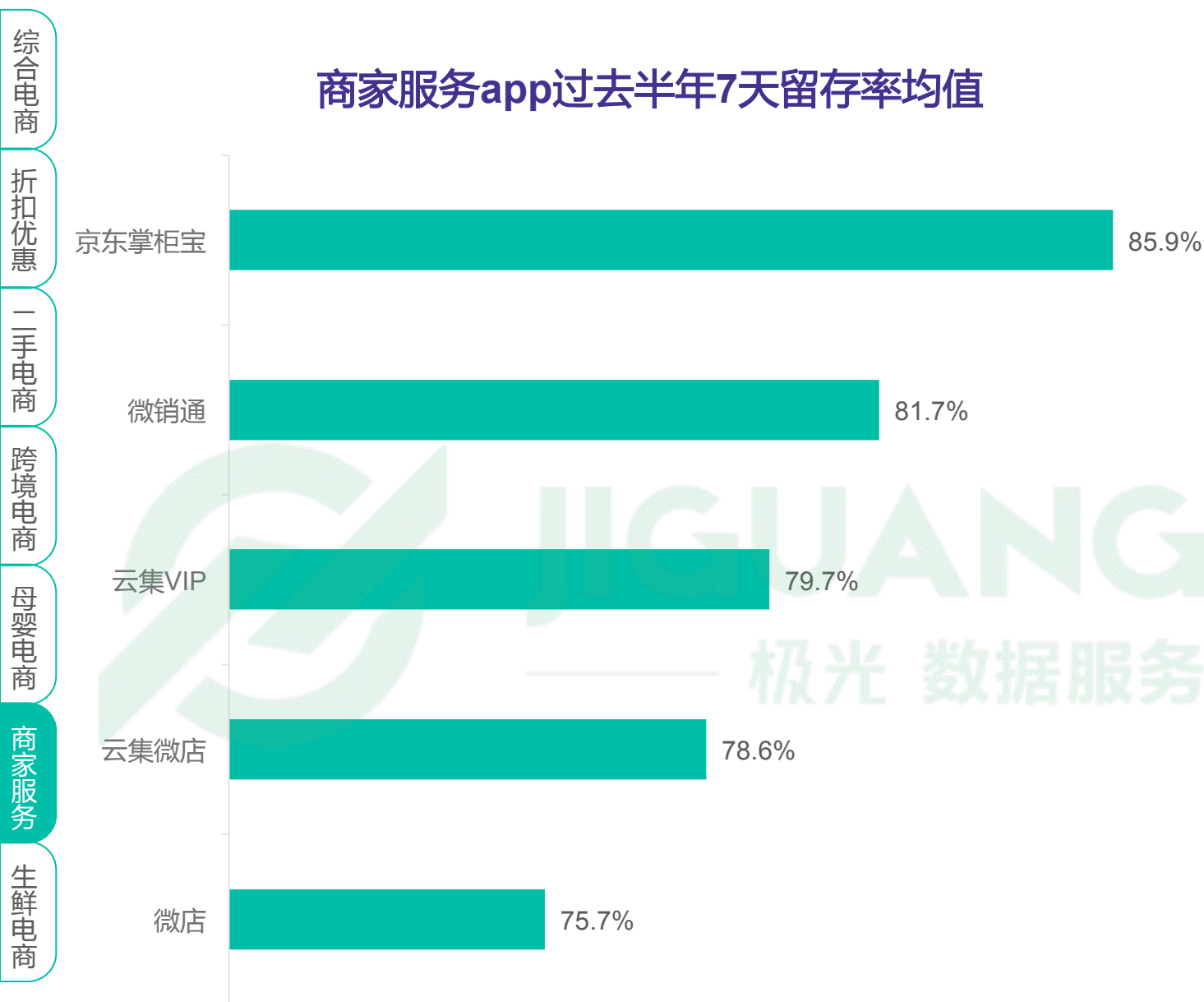
— 京东掌柜宝

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

商家服务渗透率top5 app（7天留存率）

京东掌柜宝过去半年7天留存率均值为85.9%

- 根据极光大数据统计，京东掌柜宝过去半年7天留存率均值为85.9%，微销通为81.7%



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

商家服务渗透率top5 app (MAU)

微店12月MAU为391万

- 根据极光大数据统计，微店12月MAU为391万，云集VIP为264万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

商家服务app MAU

x 万

商家服务app
12月MAU
单位：万人

500

400

300

200

100

0

07

08

09

10

11

12

391

微店

264

云集VIP

157

云集微店

46

京东掌柜宝

16

微销通

数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

商家服务渗透率top5 app (DAU)

微店12月月均DAU为99.6万

- 根据极光大数据统计，2017年12月，微店月均DAU为99.6万，云集VIP为71.5万

综合电商

折扣优惠

二手电商

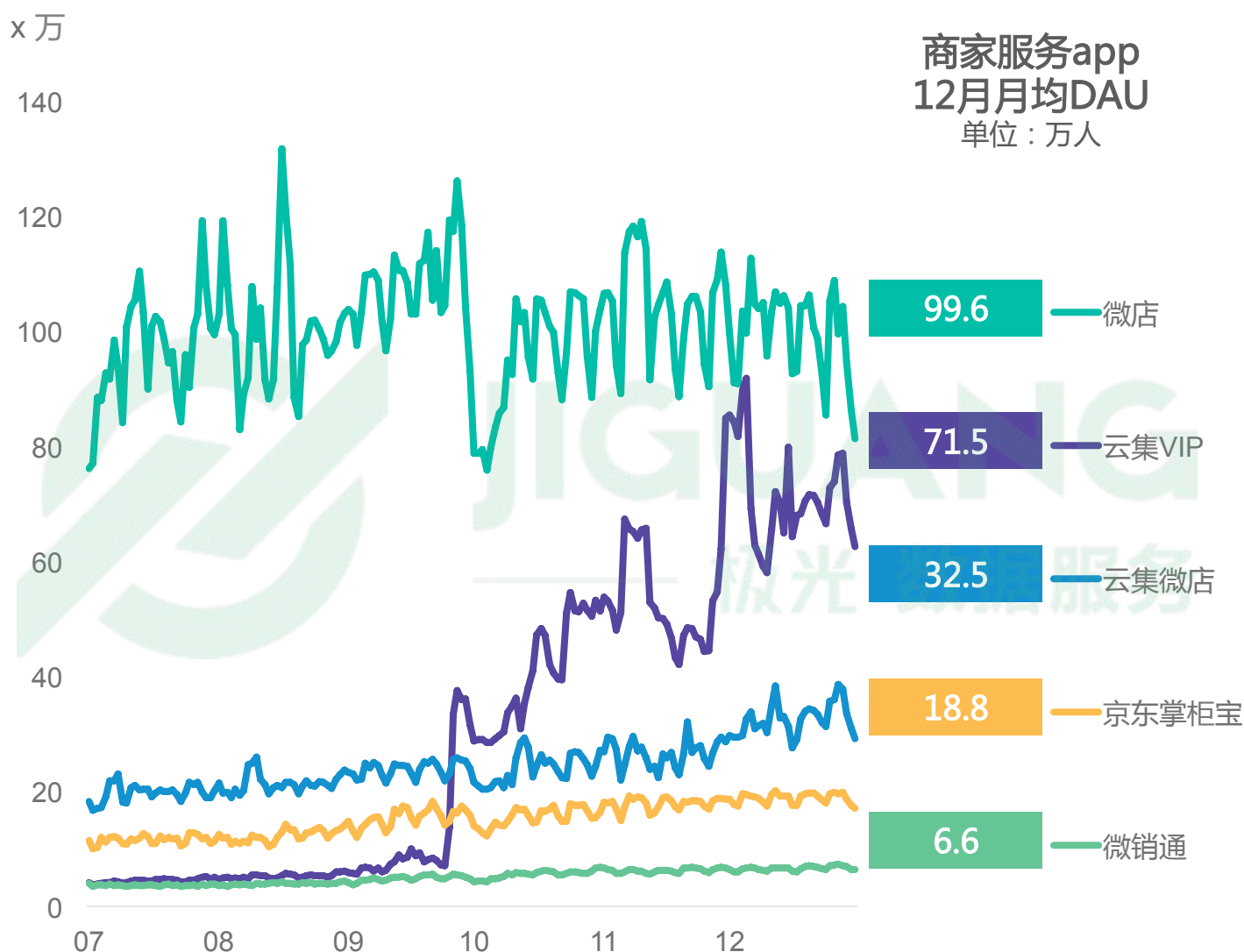
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

商家服务app DAU

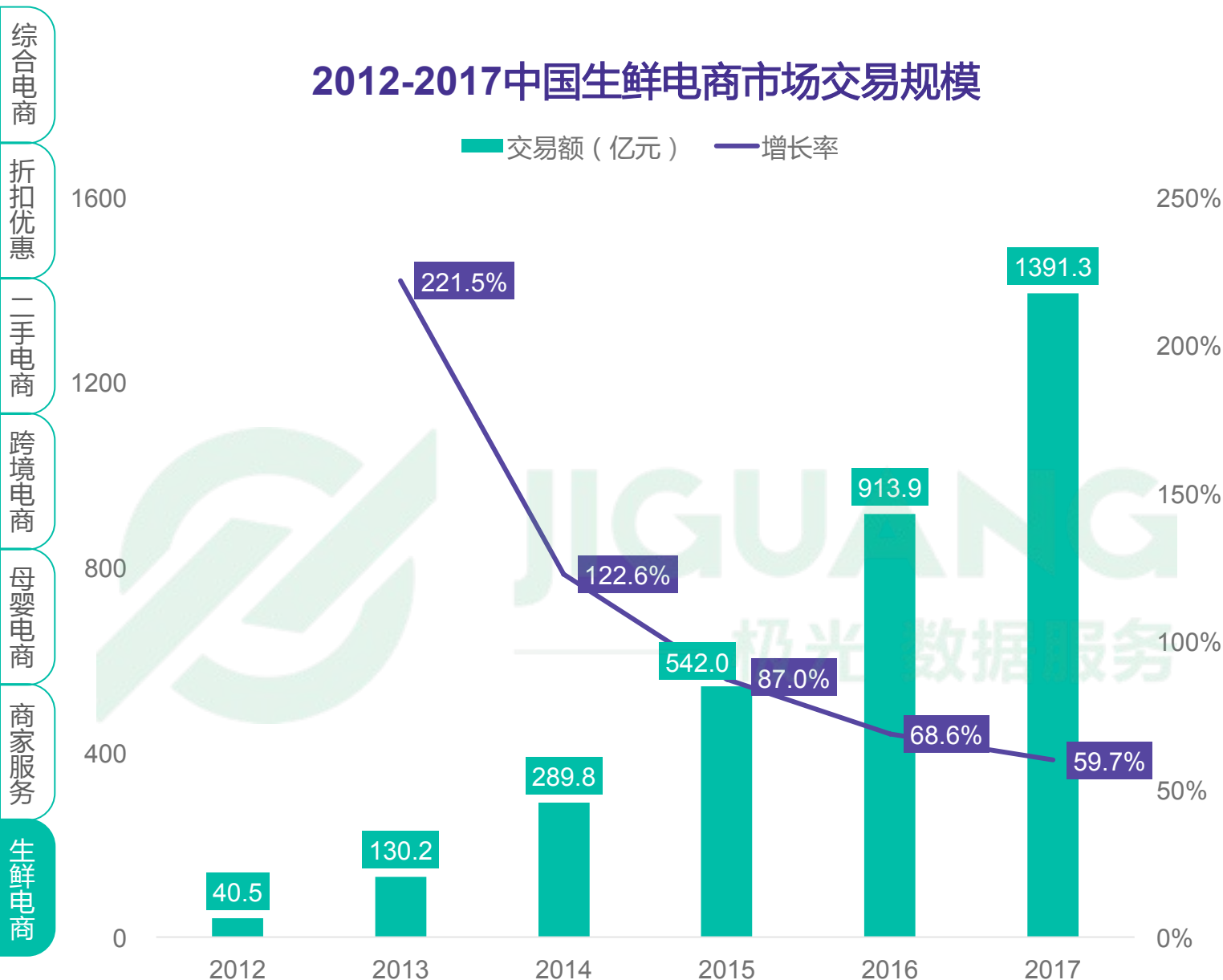


数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

2017年中国生鲜电商市场交易规模

2017年中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元

- 据中国电子商务中心统计，2017年中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元，同比增长59.7%



数据来源：中国电子商务研究中心

生鲜电商渗透率top10 app

截至2017年最后一周，多点渗透率为0.71%

- 根据极光大数据统计，截至2017年最后一周，多点渗透率为0.71%，京东到家为0.32%，每日优鲜为0.31%

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

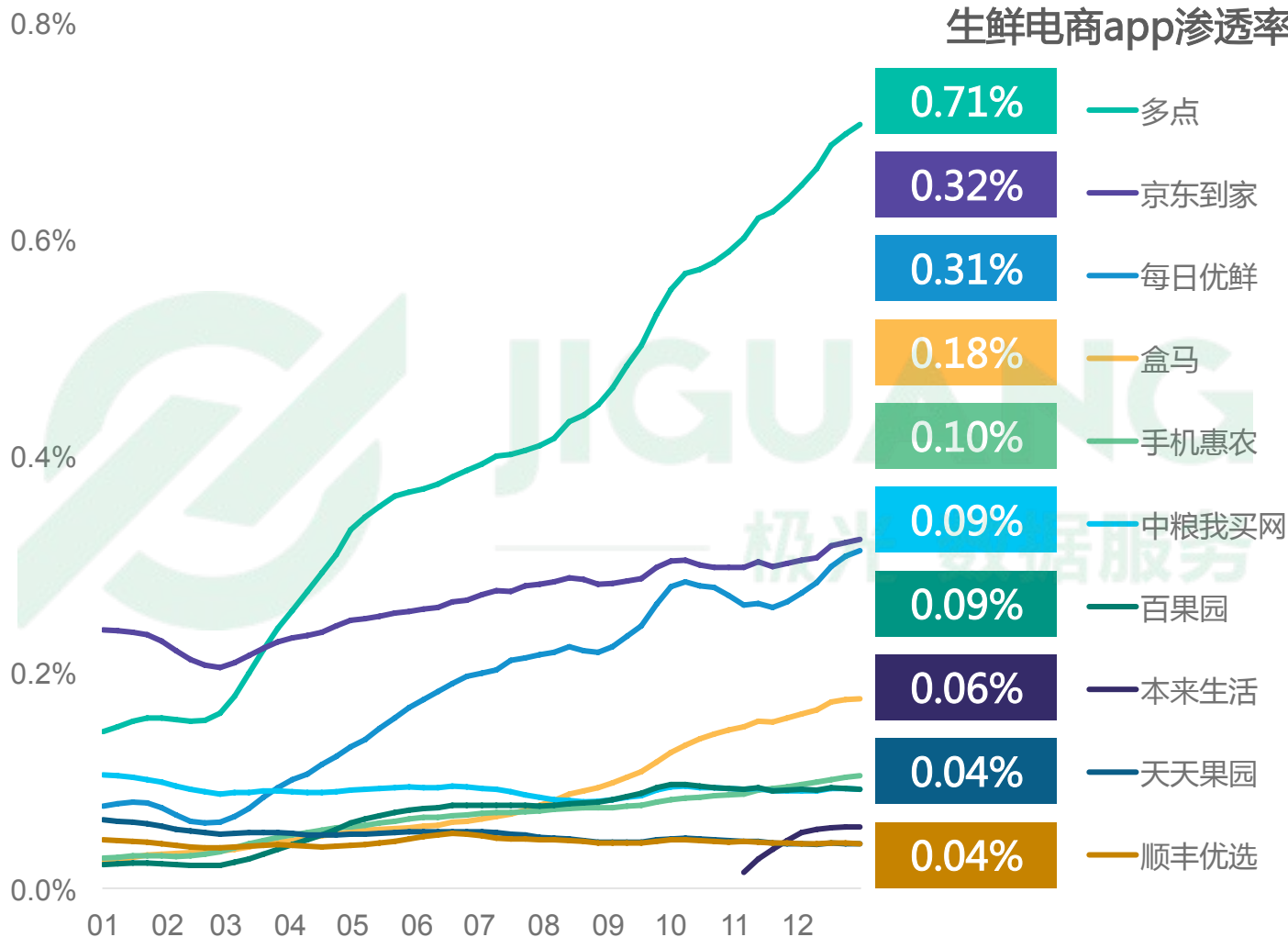
母婴电商

商家服务

生鲜电商

生鲜电商渗透率top10 app

2017年最后一周
生鲜电商app渗透率



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.01-2017.12

生鲜电商渗透率top5 app（日新增用户）

多点过去半年日新增用户均值为5.01万

- 根据极光大数据统计，多点过去半年日新增用户数均值为5.01万，京东到家为2.23万，每日优鲜为1.51万

综合电商

折扣优惠

二手电商

跨境电商

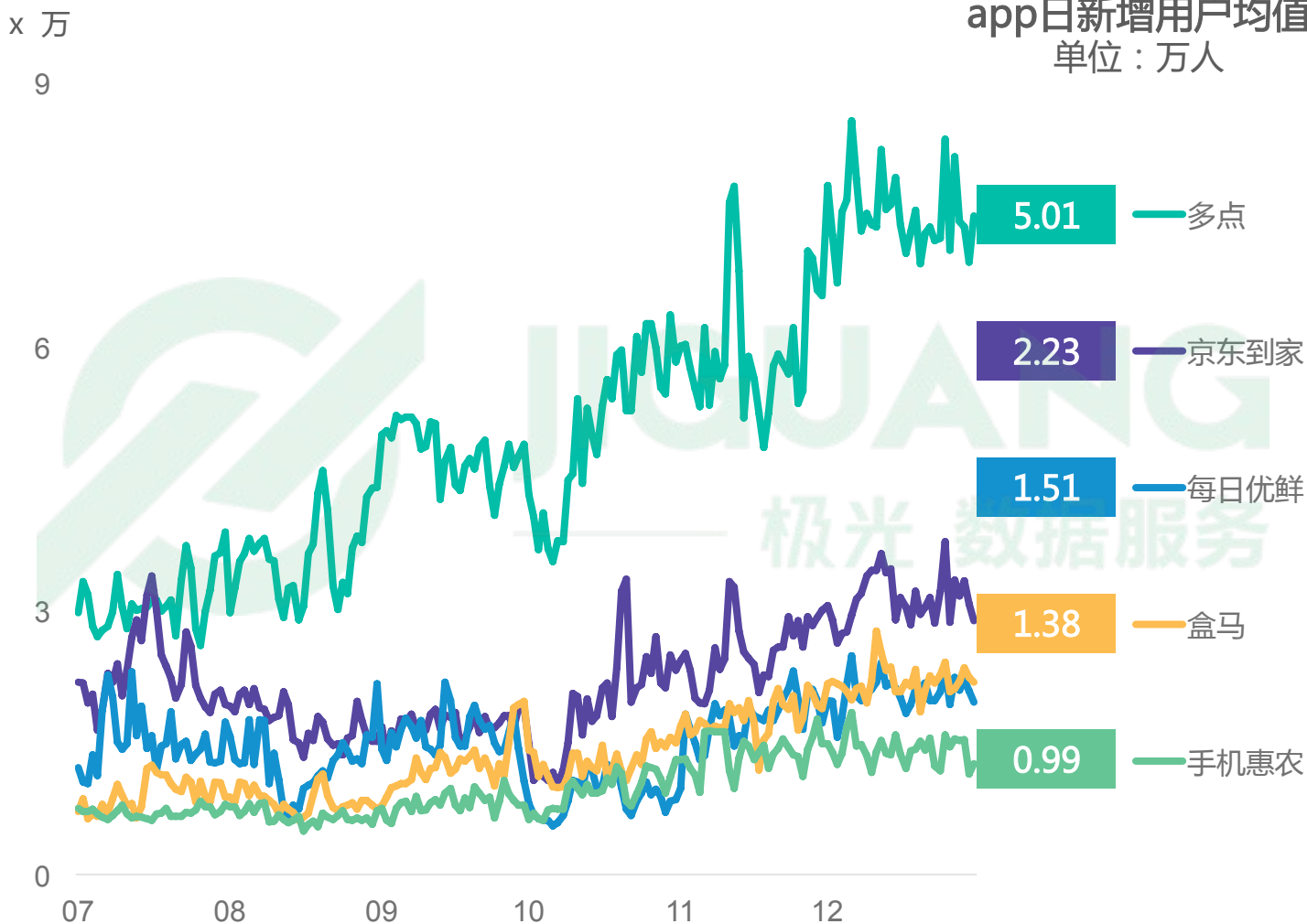
母婴电商

商家服务

生鲜电商

生鲜电商app日新增用户数量

过去半年生鲜电商
app日新增用户均值
单位：万人



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

生鲜电商渗透率top5 app（7天留存率）

多点过去半年7天留存率均值为81.0%

- 根据极光大数据统计，多点过去半年7天留存率均值为81.0%，手机惠农为78.5%，盒马为76.4%

综合电商

折扣优惠

二手电商

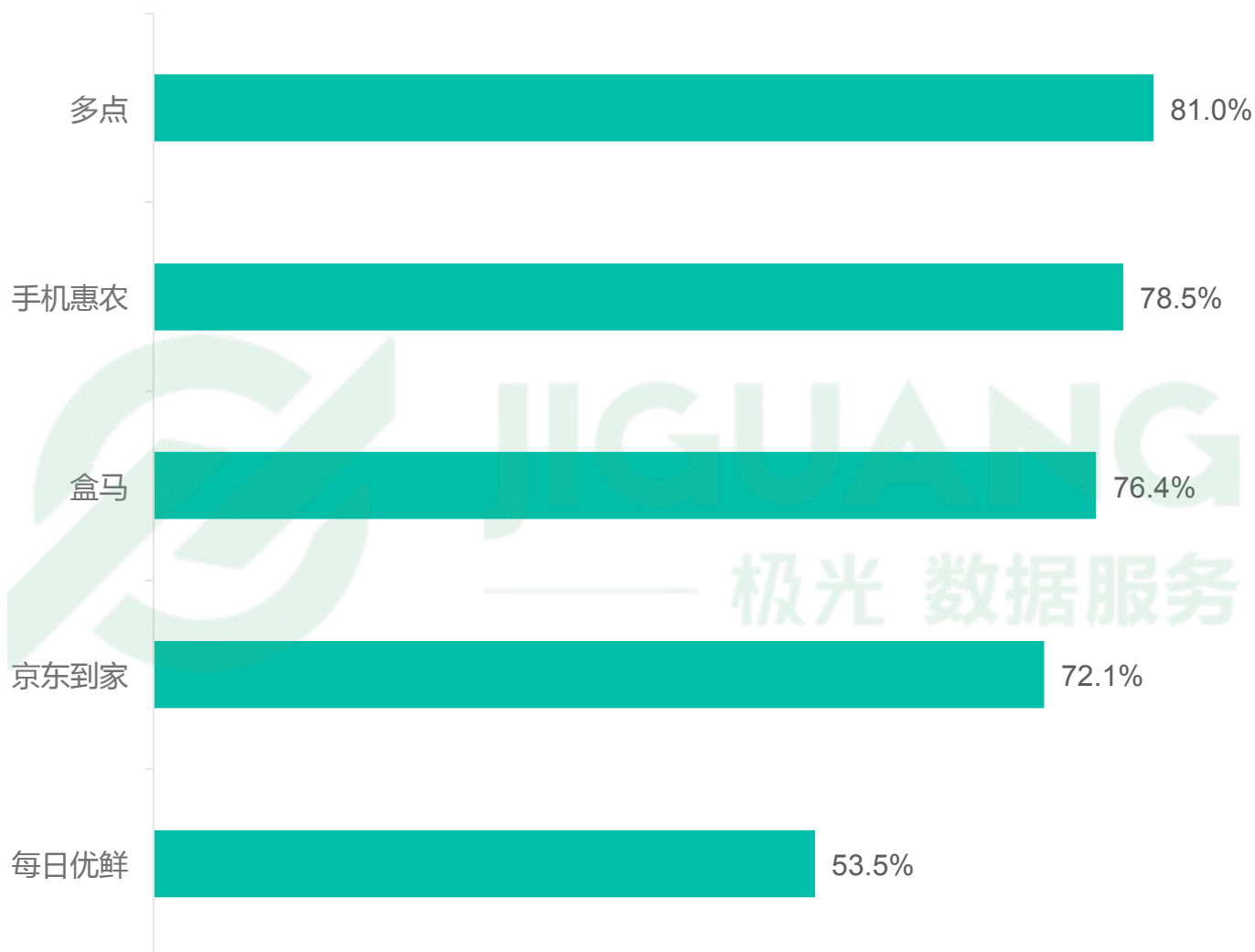
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

生鲜电商app过去半年7天留存率均值



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

生鲜电商渗透率top5 app (MAU)

每日优鲜12月MAU为349万

- 根据极光大数据统计，每日优鲜12月MAU为349万，京东到家为292万，多点为209万

综合电商

折扣优惠

二手电商

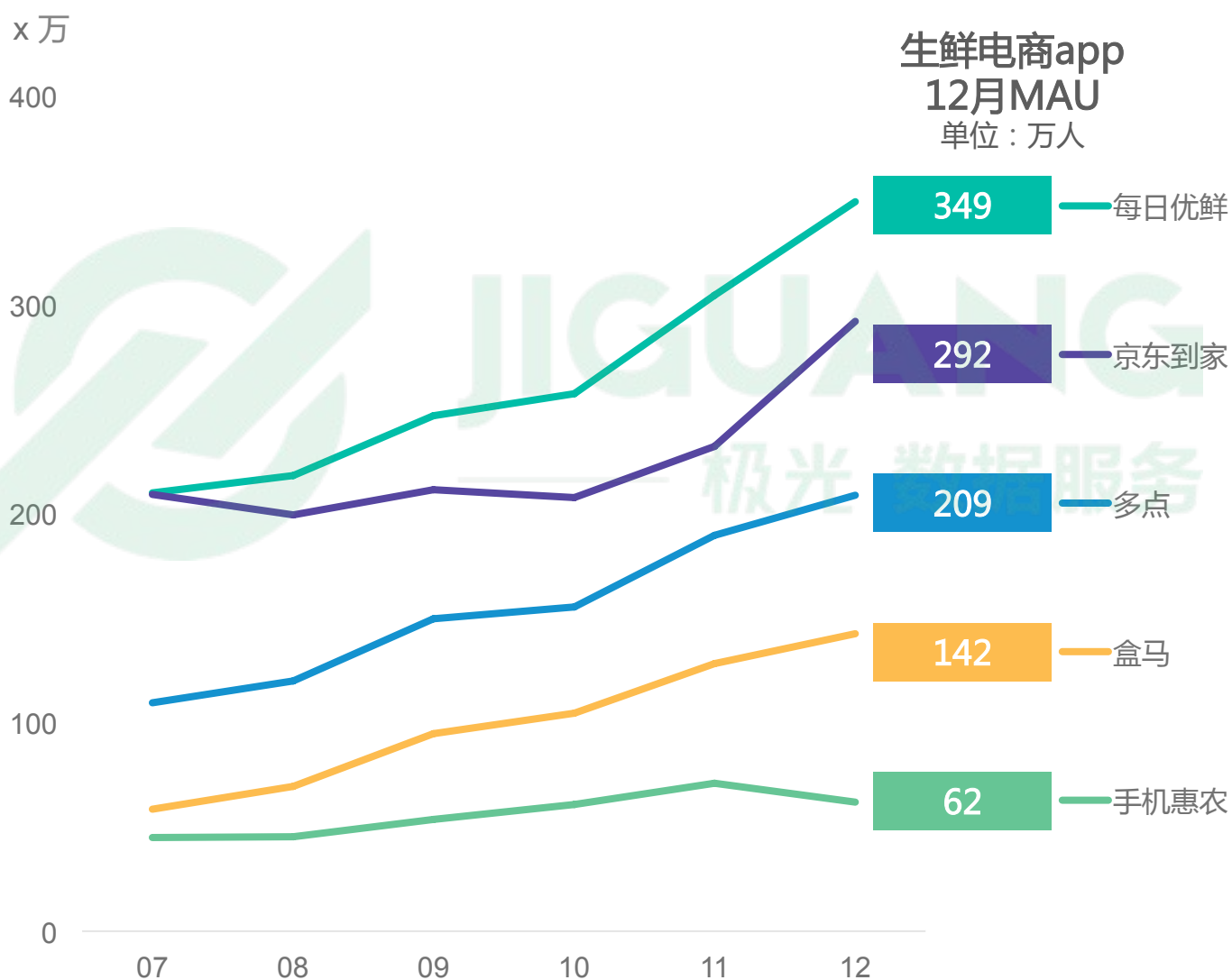
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

生鲜电商app MAU



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

生鲜电商渗透率top5 app (DAU)

多点12月月均DAU为70.7万

- 根据极光大数据统计，多点12月月均DAU为70.7万，每日优鲜为37.3万，京东到家为27.8万

综合电商

折扣优惠

二手电商

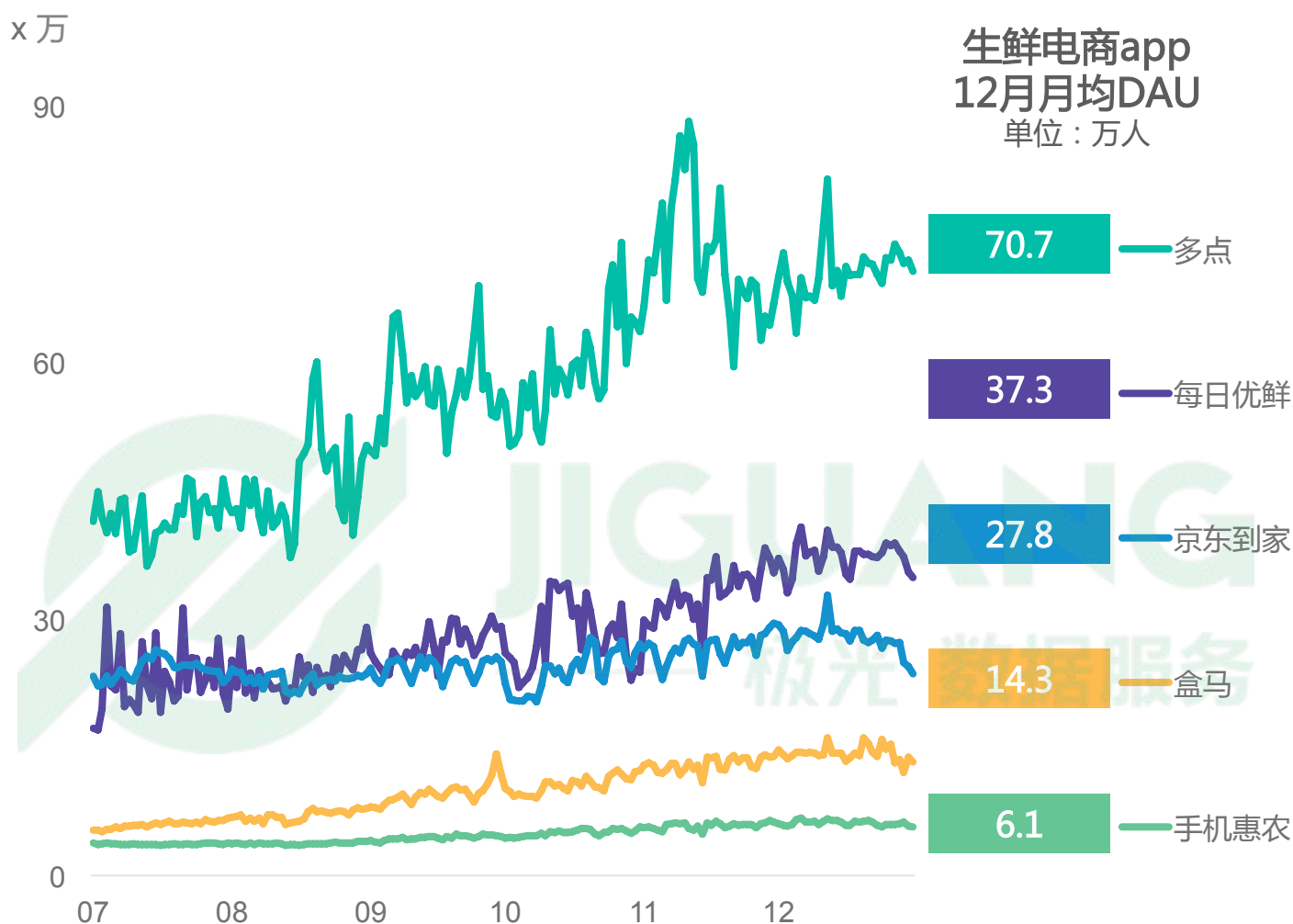
跨境电商

母婴电商

商家服务

生鲜电商

生鲜电商app DAU



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.07-2017.12

目录

1

行业概况

2

行业数据

3

运营数据

4

用户画像

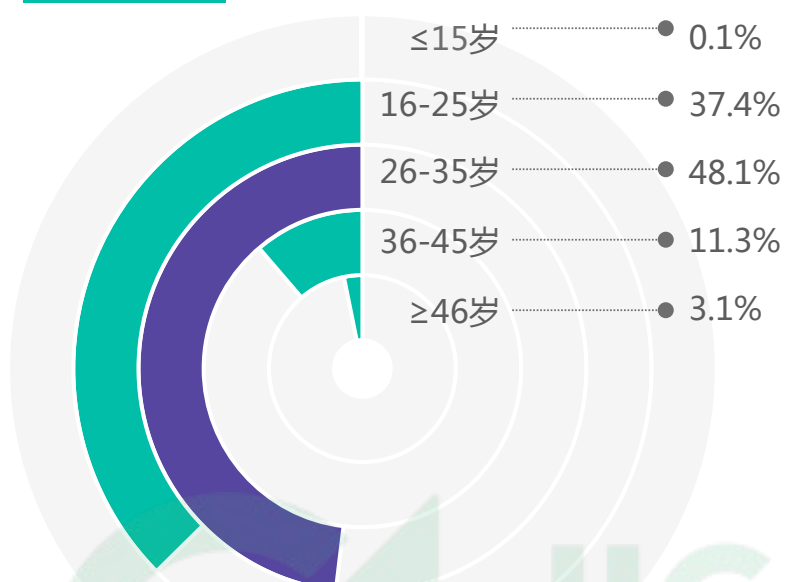
网络购物用户画像

网络购物用户：26-35岁用户为主力军

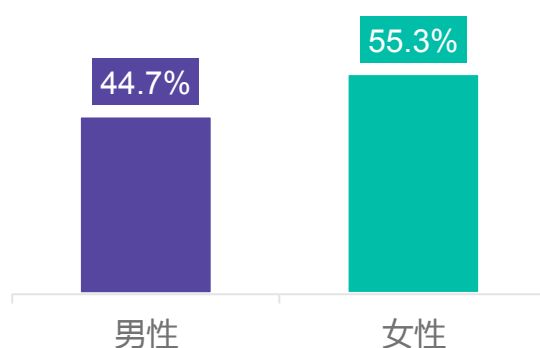
- 网络购物用户中，16-35岁用户占比85.5%，女性占比55.3%

网络购物用户画像

年龄



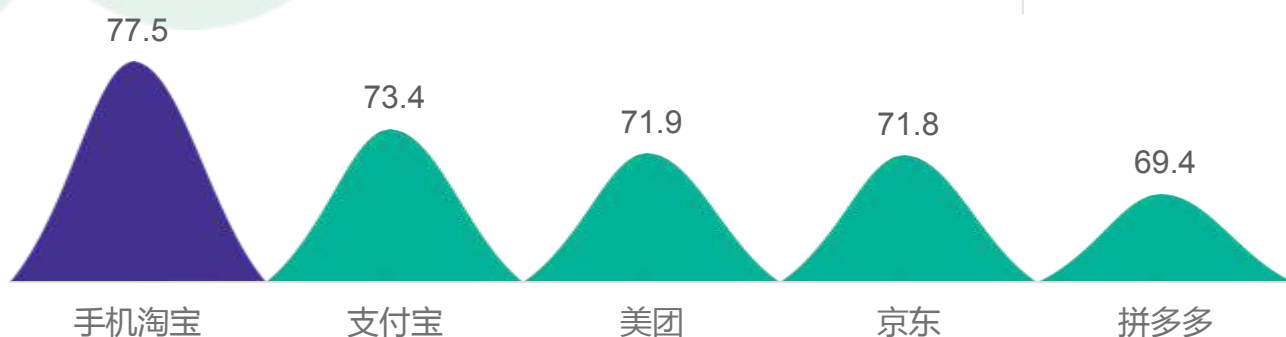
性别



设备型号



极光app偏好指数



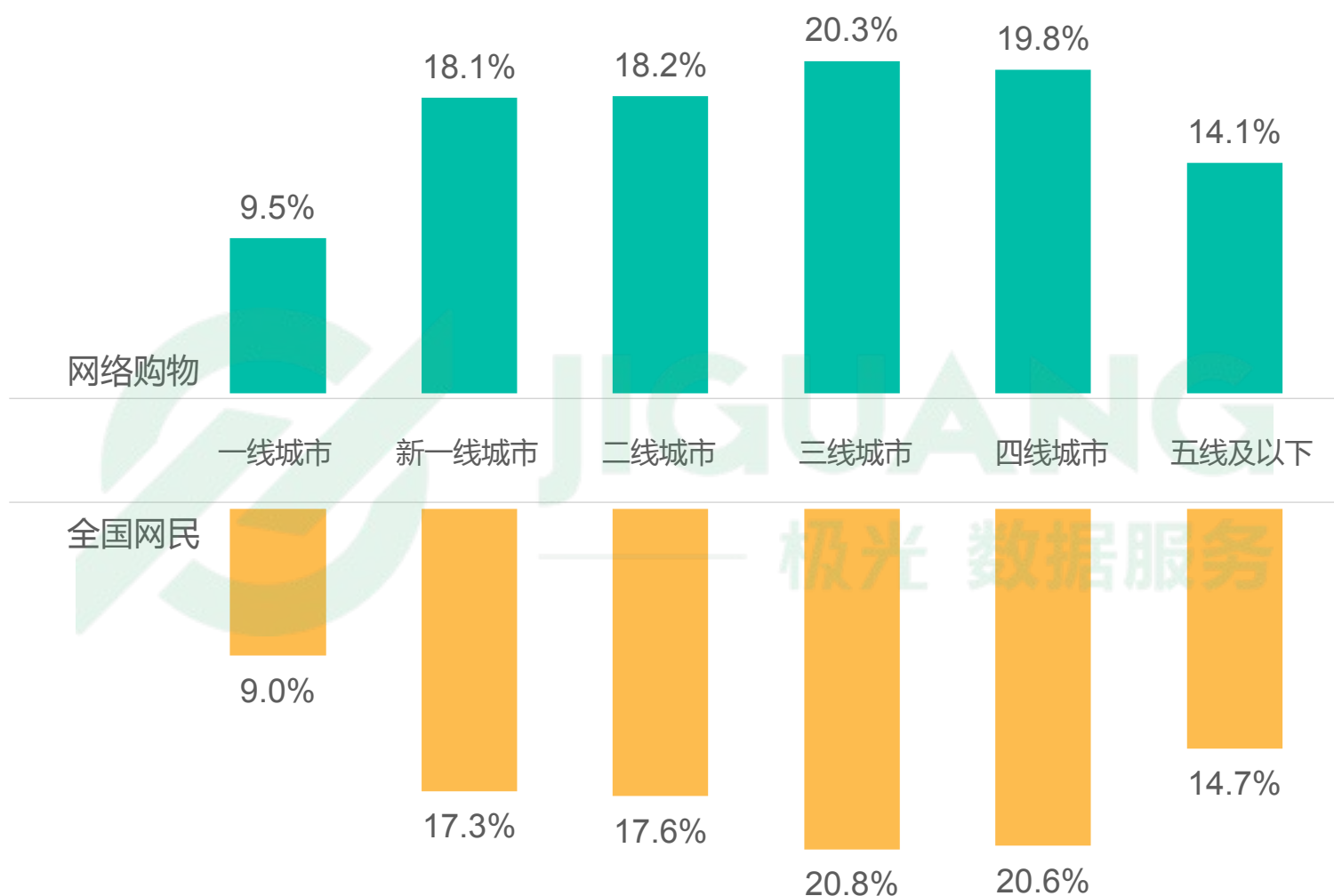
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.12

网络购物用户画像

网络购物用户：一二线城市用户占比高于平均水平

- 根据极光大数据统计，网络购物用户中，一线城市用户占比9.5%，新一线城市用户占比18.1%，二线城市用户占比18.2%，均高于全国平均水平

网络购物用户城市等级分布概况



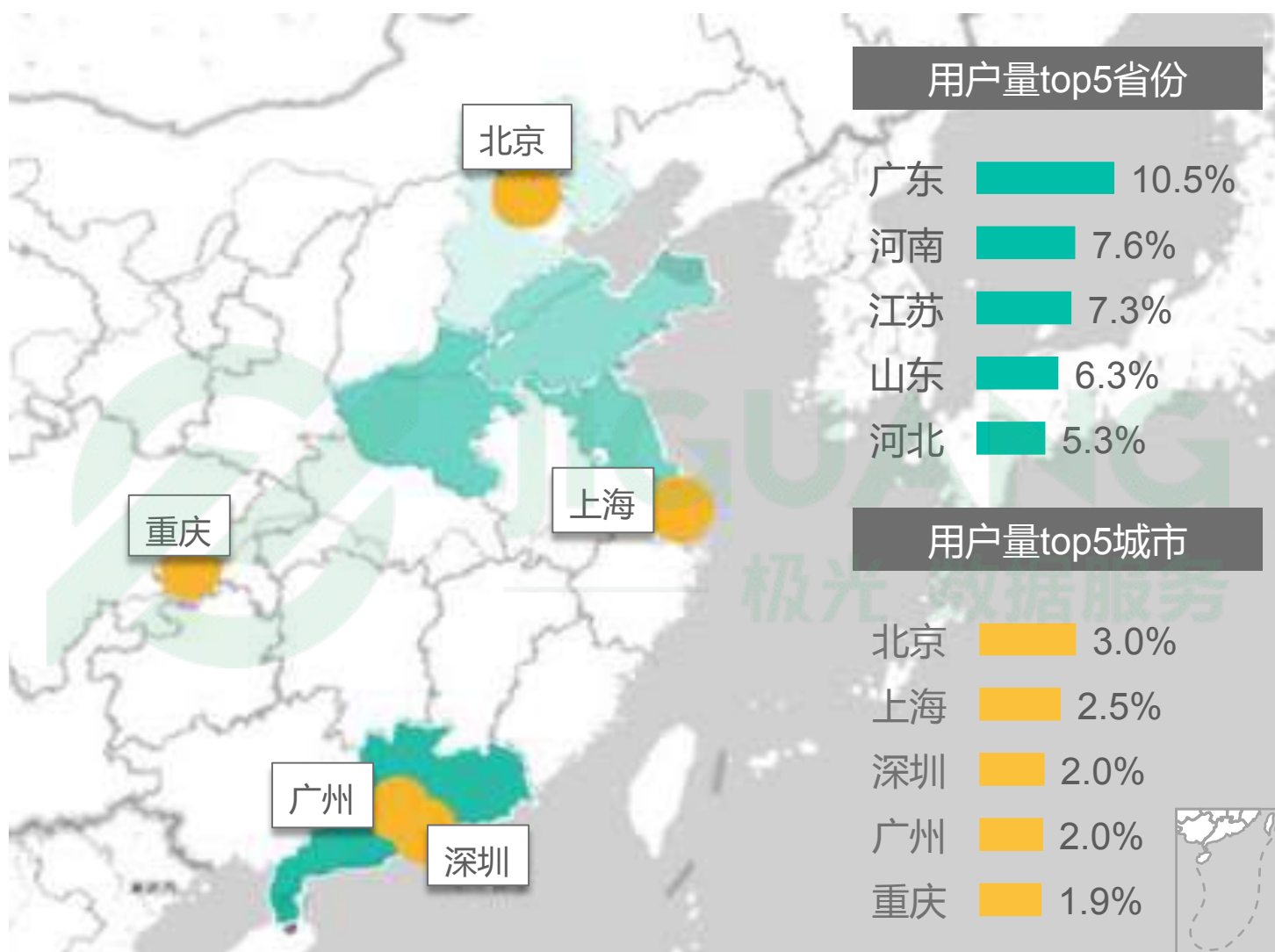
数据来源：极光大数据；取数周期：2017.12

网络购物用户画像

网络购物用户：10.5%来自广东省

- 根据极光大数据统计，北京、上海、深圳为网络购物用户占比top3城市

网络购物用户地区分布概况



数据来源：极光大数据；取数周期：2017.12

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：2017.01-2017.12

具体数据指标请参考各页标注

3. 数据指标说明

网络购物app包括手机淘宝、京东、唯品会、天猫等多款app

4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 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60万款移动应用，累计覆盖超过110亿个移动终端，月独立活跃设备超过8亿，日发送消息60亿，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，包括极光效果通和极光数据服务。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

极光效果通：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



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达：15101510721

华东、华南地区数据咨询

Oliver：18320141359

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用：

marketing@jiguang.cn