

电商的移动时代



主讲：王树娜



目录

1 /

移动电商概述

2 /

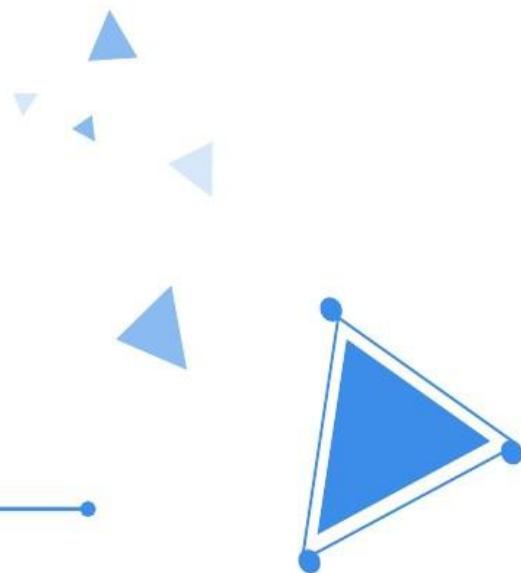
移动电商市场分析

3 /

总结与展望

01 *Part One*

移动电商概述



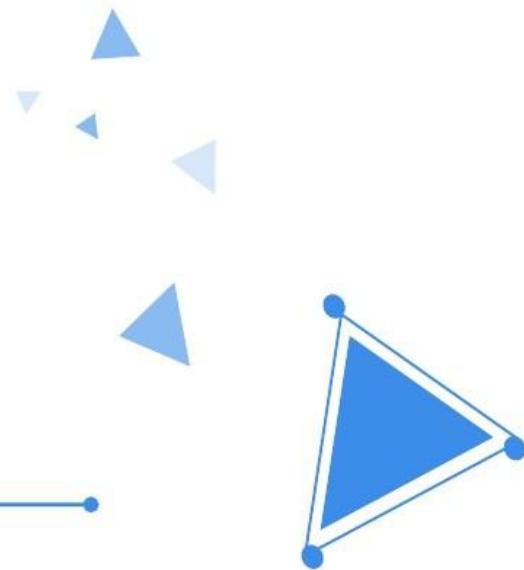
中国网民购物形式的变化

中国的电子商务发展达到新高度，将会在一定程度上颠覆人们的以往的生活习惯

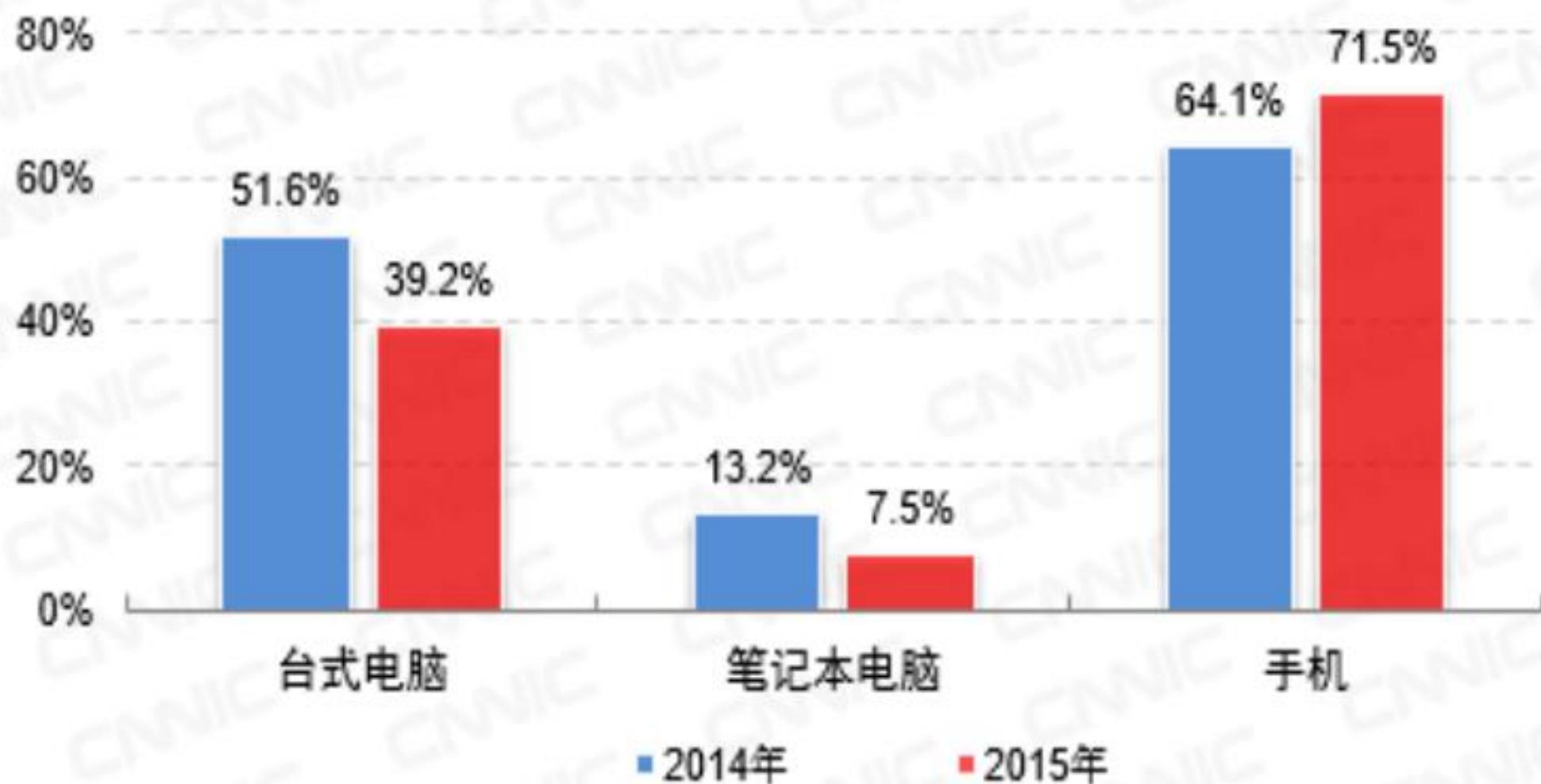


02 *Part One*

移动电商市场分析



新网民互联网接入设备使用情况



移动电商行业分析——“双十一”购物

2015年双十一各大电商移动端成交额占比接近7成，电商移动化渐成主流。



912.17亿元，同比增长40%

移动端占比68%



交易额超百亿，同比增长130%

移动端占比74%



交易额同比增长358%

移动端占比67%



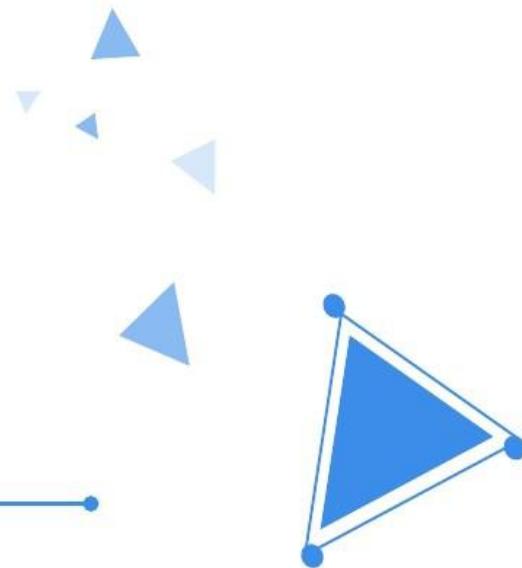
交易额同比增长112%

移动端占比67%



03 *Part Three*

总结与展望



中国移动电子商务发展趋势



O2O

2015年，O2O行业泡沫逐渐破裂，大批O2O创业企业倒闭。这促使产业结构发展更趋理性，接下来如何使O2O平台向本地化、社交化发展，并探索出合适的商业模式，将是未来O2O发展能否成功的关键。

社群电商

产品内容化，客户社群化。依靠内容培养一个具有高活性的社群，再通过对社群的影响力实现变现。社群电商的关键是形成一个用户标签，这个标签决定了用户基础的大小，亦决定了该社群电商的发展潜力。进入内容即营销，内容即消费的时代，社群电商将为消费者带来新的消费体验。



中国移动电子商务发展趋势



农村电商

在国内一二线城市用户人口红利逐渐消失的情况下，发展农村电商显得极为必要。不仅如此，农村地区还是各类农产品的源头，发展农村电商有利于满足城乡双方的消费需求。而由于农村地区智能手机普及率的不断上升及农村用户对手机等移动端有更好的适应性，各大电商巨头已经将农村移动电商作为未来发展的重点。



跨境电商

随着“一带一路”和“自贸区”建设等国家战略方针确定，“走出去、引进来”已成大势。各大电商巨头纷纷布局跨境电商业务，同时跨国物流迅猛发展，解决了跨境电商最大的困难。从宏观的角度看，国民经济的蓬勃发展支持人民能够追求更高的生活品质，跨境电商或将成为电商行业新的增长极。

总结:

- ✦ 移动网购行为三大特征：更碎片、更个性、更便捷
- ✦ 未来移动电商三个特点：内容化、场景化、粉丝化



总结:

移动电商服务：寻用户所需，解用户所求

在互联网时代3.0时代，以“用户服务为核心”。网购解决了时间长、距离远的传统问题，同时滋生了用户面对琳琅满目的商品无所适从的新问题，当用户需求更加的多元化和非线性，移动电商又该如何适应求变？



导购类垂直电商、移动垂直社区电商应运而生



THANKS!