

2012 年中国网络购物行业十大热门数据盘点

来源：艾瑞咨询 作者：分析师 张晶 王亭亭 2012-12-26

2012 年中国网络购物行业延续 2011 年高速发展的势头，网购交易规模屡创新高，占社会零售品总额的比重持续增加；核心网购企业发起数轮价格战和促销，刷新了销售记录的同时也暴露出一些问题；此外，网购企业遭遇融资困难，互联网巨头和传统零售企业加速逆势布局 and 收购节奏……艾瑞咨询整理出网购十大热门数据，通过这些数据总结 2012 年网购行业现状，展望 2013 年前景。

一、5%：网购占社零比重

艾瑞咨询数据显示，2012 年前三季度中国网络购物市场交易规模为 7807.7 亿元，超过 2011 年 7665.8 亿元的全年交易额，占中国前三季度社会消费品零售总额的 5.2%。

艾瑞咨询点评：网络购物市场相比于传统零售行业，拥有多方面的优越性，更适应互联网和移动互联网大势下的消费者购物习惯，是以交易规模高速发展，从 2010 年占社会消费品零售总额的 2.9%，增长到 2011 年的 4.2%，预计 2012 年该占比将达 5.5%。艾瑞咨询认为，网络购物正在快速的改造中国传统的商品零售业态，各个传统企业一旦找到合适自身的电商之路，该比例会得到更快增长。

二、10000 亿元：淘宝系年度交易额

2012 年 12 月 3 日，[阿里巴巴](#)集团宣布，截至 2011 年 11 月 30 日，本年度集团旗下淘宝和天猫交易额突破 10000 亿元。其中三、四线及以下城市和地区消费增速超过 60%，远高于一、二线城市不足 40% 的增长速度。

艾瑞咨询点评：据国家统计局发布最新数据，截至 2012 年 11 月 30 日，社会消费品零售总额为 186833 亿元，淘宝和天猫 10000 亿元交易额占社会消费品零售总额的 5.35%，该交易量甚至远超过同期北京、上海等一线省市的消费品零售总额。艾瑞咨询认为，淘宝系 10000 亿元的交易额印证了中国网民的消费能力，体现出网购市场蕴藏的巨大增长潜力，未来随着更多传统品牌在平台上的熟练经营，交易额的增长潜力将不断释放。

三、191 亿元：双十一交易额

2012 年 11 月 11 日，天猫与淘宝大促，日交易额达到 191 亿元，远超此前预期的 100 亿元目标，且超过 2012 年美国“网购星期一”（Cyber Monday）的 15 亿美元水平。淘宝系“双

十一”完美收官，当天三家店铺尤引人关注，销售额过亿元，分别为杰克琼斯旗舰店（男装）、骆驼服饰旗舰店（鞋）和全友家居旗舰店（家居）。

艾瑞咨询点评：淘宝在前期进行了大量的商家协调、推广预热、支付宝提前充值甚至预售等工作，潜在消费、延迟消费、提前消费等现象在双十一当天集中爆发，淘宝网迎来 2.13 亿独立访问用户，交易额同比增长 267.3%，远高于 2012 年中秋、国庆黄金周期间全国百家大型零售企业零售额 8.49% 的同比增长。这进一步说明传统企业全面电商化的时代即将到来，此类事件无疑能极大的刺激电商周边行业的参与积极性，促进相关服务业的进一步完善。

与此同时，网购平台的大促所显示出的三类短板不容忽视，其一，物流配送能力较差、速度较缓，造成部分物流节点爆仓、部分商品延迟送抵；其二，网站、系统、支付等环节仍美中不足，造成当天局部时间段用户体验下降；其三，部分商家出现价格投机等不诚信行为。艾瑞咨询认为，要解决如上短板，电商平台不仅需要联合内外部资源和伙伴，共同打造高效的电商生态系统，还要在自身平台建设和平台规则的不断升级上持续努力。

四、116.4 亿元：移动购物 2012Q2 交易规模

艾瑞咨询统计数据显示，2012 年第二季度中国移动购物市场交易规模突破百亿大关，达到 116.4 亿元，同比增长 487.9%，移动购物交易规模占整体网购的 4.3%；三季度移动购物交易规模为 156.4 亿元，同比增长 401.3%，移动购物占整体网购的 5.5%。其中，三季度淘宝无线交易额突破 110 亿元，占移动购物市场的 75.2%，京东商城（5.2%）、[腾讯电商](#)（3.6%）、买卖宝（2.3%）、凡客诚品（1.8%）分列二到五位。

艾瑞咨询点评：受各电商网站声势浩大的促销活动影响，移动购物市场在 2012 年二季度呈现出井喷式增长态势，单季度交易规模已超过 2011 年全年移动购物市场交易规模（114.6 亿）。2011 年以来各大电商企业开始积极布局移动端购物，2012 年中国 3G 网络、智能手机和平板电脑的普及速度明显加快；伴随移动购物体验的逐渐提高，越来越多的消费者开始尝试这种新的购物方式，移动购物的交易规模也随之迅速增高。艾瑞预计，2012 年中国移动电商市场进入爆发期，交易规模将达到 482.7 亿元；未来几年中国移动购物市场将继续保持高速增长，2015 年有望突破 2500 亿元。

五、0 元零利润：电商价格战

6·18 京东店庆日主打“10 亿元零利润”店庆月促销活动；8·15 京东向苏宁、国美宣战，“物价回到四年前、超级 0 元购、京东卖 1 元国美商城就买 0.95 元”的参战口号四起；11·11 众电商企业共筑网购狂欢节，京东延续“沙漠风暴”、当当推出“当当 11·9 惹火行动”、亚马逊中国启动“Z 省周”全场促销、易迅推出“三陪”服务、苏宁线上线下同时“超级 0 元购”。

艾瑞咨询点评：2012 年“0”元促销和价格战频发，其原因有三：（1）现阶段看，电商企业虽然都在快速扩充品类的过程中，但整体同质化程度较高；（2）用户对网购渠道的品牌偏好度低，价格敏感性高；（3）网购价格透明度高，标准化产品尤其利于比价。

艾瑞咨询认为，对电商企业而言价格战是一种充满策略性的竞争手段，淘宝双十一大促、6·18 京东店庆多以打造影响力、提高知名度为目的，“0 元购”则以拉新用户并提升重复购买率为目的，易迅“三陪”服务则以服务质量为口号引人注目，而京东图书促销则配合其相关品类的扩张战略，苏宁线上线下同时“0 元购”尝试全渠道协同促销。总之，促销是手段，企业需根据自身发展的不同侧重和外部竞争环境选择灵活多样的价格策略，提升企业市场地位。

六、4 亿美元：京东商城再获融资

2012 年 11 月 13 日，京东商城官方证实获得第五轮融资，融资额度为 4 亿美元，投资方为安大略教师退休基金和老虎基金，其中前者出资 2.5 亿美金，后者出资 1.5 亿美金跟投。京东此次估值达 72.5 亿美元。

艾瑞咨询点评：据 CV Source 披露数据显示，2012 年共有 35 家企业披露成功融资，融资总额为 30.59 亿美元，相比于 2011 年的 92 家企业、累计 55.2 亿美元的融资，可见 2012 年电商[投融资](#)环境趋冷。虽然京东此次融资单笔金额巨大，但其估值的下调足见京东融资难度和代价不小，从京东自身发展体量来看，这笔资金要支撑仓储物流扩张、平台建设等业务还略显不足。2013 年，京东商城赴美 IPO 进一步融资的可能性很大。

七、10 亿美元：腾讯投电商

2012 年 5 月，腾讯集团宣布向独立运营的腾讯电商控股公司投入 10 亿美元，以构筑新一代[电子商务](#)开放平台。腾讯电商控股公司将会把此次投资的大部分用来打造从卖家端到平台端的服务体验升级，整合拍拍、QQ 商城、易迅、移动电商、生活服务、数字发行业务等腾讯电商旗下业务，构建“B2C+优质商户开放平台”的电商开放平台格局。

艾瑞咨询点评：腾讯 10 亿美元的投资超过了当当网上市和凡客诚品六轮融资额之和，仅次于京东商城 C 轮融资额。腾讯已在电商行业耕耘六年，到 2012 年底“平台+自营+外围投资”“实物网购+生活服务电商”的多层次电商战略雏形已经初步显现。艾瑞咨询认为，面对外围激烈的竞争，腾讯电商在自营 B2C 方面，应以易迅为突破口，扩充产品品类，建立全国性的仓储物流力量，在全国范围内和其他电商展开竞争，在平台方面，应加大招商力度和完善平台规则，做好服务类产品线上预订和线下消费的统筹，为腾讯电商后续的市场地位奠定基础。

八、6600 万美元：苏宁易购收购红孩子

2012年9月25日,苏宁电器宣布以6600万美元或等值人民币价格全资收购母婴B2C平台红孩子公司,并承接"红孩子"及"缤购"两个品牌和公司资产和业务,红孩子目前拥有注册会员750万,超过8万个SKU.并入苏宁后,红孩子仍将以独立的品牌和团队继续运作,而苏宁易购的母婴品类以及和红孩子接近的品类将整合转由红孩子团队运营;此外,红孩子将依托苏宁打造线下实体店,实现线上线下协同。

此次收购是苏宁电器在电商领域的首次并购,截止目前,苏宁易购的经营品类已从3C、家电延伸至图书、百货、日用品、金融产品、虚拟产品等,目前SKU数量已达100万。

艾瑞咨询点评: 艾瑞咨询认为,此次并购是苏宁易购去电器化、平台化发展的重要战略举措。家电、3C、数码产品等是苏宁易购优势品类,但当前的竞争已经是综合平台的竞争,如何保持原有产业链优势、扩充百货品类、调节"自营"和"平台"的营收结构,是苏宁易购发展的重中之重,而收购红孩子是其扩张的重要举措。

此外,推而广之,投资并购是企业快速进入新型领域和渠道的重要手段,而这也对更多的传统企业实施电商战略提供了新思路,公司在实施收购时应充分考量标的对自身的价值、收购的成本、收购后的融合与整合,确保发挥"1+1>2"的收购效应。

九、51%: 沃尔玛控股1号店

2012年10月26日,沃尔玛宣布已完成对1号店增加投资,其持股比例增至51%.通过实现对1号店的控股,沃尔玛拥有其2400万网购注册用户,跨步走到中国电商战场前沿。近期,沃尔玛中国自有电商团队已并入1号店,自有品牌商品也已上架,双方资源整合正式启动。

艾瑞咨询点评: 沃尔玛成功控股1号店,共历时一年半的时间,由于沃尔玛身份的特殊性,审核批准占用了大量时间。近年来外资在华电商企业表现不一,日本龙头企业乐天集团和百度共同注资5000万美元成立的B2C电商网站——乐酷天仅存活一年半时间即宣告关闭,一些外资大超市试水电商也无果而终,如Tesco乐购关闭了天猫旗舰店,卜蜂莲花的网上超市形同虚设;亚马逊在中国发展不温不火,与其在美国市场的表现相距甚远;eBay重返中国市场牵手走秀网;沃尔玛、麦德龙强势进入国内电商市场。

艾瑞咨询认为,外资电商虽拥有先进的管理经验和成熟的运营体系,但其在华发展会受到诸多因素制约:一是政策限制,外商身份特殊,很难独立备案开展电商业务;二是市场竞争日趋激烈,已有企业竞争已白热化,后进入者想要从中分羹,难度可想而知;三是本地化问题,中外网购市场在用户习惯、物流体系建设乃至诚信基础等方面都有较大差异。所以,外资电商应根据当地情况,在运营上做针对性的调整。

十、130亿元: 阿里上半年累计放贷

根据阿里金融公布数据显示，2012年上半年，浙江阿里巴巴小额贷款股份有限公司已经累计为小微企业和网商个人创业者投放贷款 130 亿元。11 月 27 日，京东商城与中国银行联合对外宣布启动供应链金融服务，向供货商提供订单融资、应收账款融资和协同投资等金融服务。京东商城公布的数据显示，自京东融资平台 2 月份测试至今，中国银行已经为京东商城的 17 家供应商完成了 1 亿元的融资。12 月 6 日，苏宁电器发布公告称，公司全资子公司香港苏宁拟与关联方苏宁电器集团共同出资发起设立“重庆苏宁小额贷款有限公司”，进入金融服务领域。

艾瑞咨询点评：当前电商布局金融服务主要分为三种模式，一种是电商扮演担保角色，通过银行资金放贷，比如敦煌网、金银岛；第二种则是电商直接用自有资金放贷，比如阿里巴巴；第三种是前两者兼而有之，如京东。艾瑞咨询认为，电商平台提供供应链金融服务，一方面有效缓解了中小供应商融资难、资金紧张局面，助其实现资本的正向循环；另一方面，电商平台涉足供应链金融，有助于其实现从仓储、物流、贷款到支付等全产业链布局，打造闭合的生态系统，将竞争从零售、物流延伸到包括金融服务在内的全供应链领域。

结语

总之，2012 年网购行业 and 核心企业都创造了相应的新高和奇迹，同时也暴露出各种不足。展望 2013 年，电商企业需不断扬长补短，传统企业则需持续调整姿态，相信会给网购行业带来新发展、增添新气象。