

03

网络零售市场的特点

一、网上购物者的类型

专门计划型购物

购物者需求已经确定（类型、品牌等都确定）。提供方便的商品目录和购物搜索引擎

提醒购买型购物

购物者需求确定，类型、品牌不确定，广告促销活动会突然产生购买动机



一般计划型购物

购物者需求已经确定，但品牌不一定。要注意宣传商品的质量和品牌

完全无计划型购物

购物者进入在线零售店前毫无购物计划，但受到强烈的广告和促销会产生购买动机和行为

二、适合网上销售的商品

1. 网上销售商品的分类

表3.2 网上销售商品的分类

经营形态		销售卖点	主要销售的商品
实体商品		在线目录浏览，商品竞价，拍卖，送货上门等	日用品（餐饮、衣服等），计算机，外围硬件，消费电子产品等
虚体商品	信息与媒体商品（数字化商品）	信息提供	数据库检索，数字化电子新闻，电子书、电子杂志，研究报告、论文等
		软件销售	计算机游戏、软件包等
	在线提供的服务	情报销售	法律、医药查询，市行情分析，银行、金融咨询服务
		网络预约服务	航空订位、订票，预订电影票、音乐会入场券，预约饭店、餐馆，医院预约挂号等
		交互式服务	网络交友，计算机游戏，法律、医药咨询等

第三节 网络零售市场的特点

2. 适合网上销售的商品应该具备的条件



三、我国网络零售市场的特点



跨境电商快速发展

2019年中国跨境电商交易超过9.1万亿。2018年日本、美国、韩国、澳大利亚、德国位列进口来源国前5位。2018年有200多万境外消费者在我国电商平台上消费了近30亿元的商品



渠道下沉、消费群体年轻化

消费群体向三四线城市和农村市场延伸，80、90后年轻群体占比超过70%



品牌消费趋势明显

消费者倾向购买知名品牌，国产品牌受到青睐



线上线下加速融合

线上线下联动的全渠道购物，新零售



移动网购市场交易规模增速加大

移动端用户可以利用碎片化时间上网，助推网络市场向线上+线下“社交+消费”等方向发展



业态模式更活

社交电商，电商与零售、制造、金融、农村等的结合



配送效率进一步提升

凭借大数据、智能仓库、物流机器人等新技术的广泛应用，物流效率进一步提升



视野拓展

第三节 网络零售市场的特点

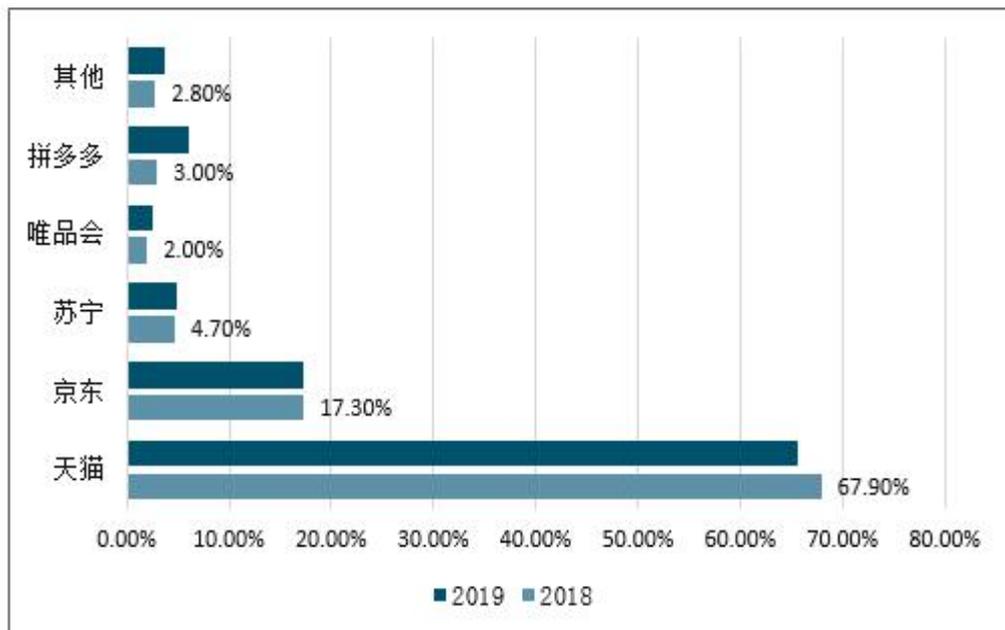
“双十一”源于淘宝商城（天猫）2009年11月11日举办的促销活动，现11月11日已经演变为网络促销日。2009年，淘宝/天猫的“双十一”销售额达到5200万元，2018年总销售额达2135亿元。2019年总销售额达2684亿元，比2018年直接增长了26%，单日网购订单产生的物流包裹达13亿件，支付宝承载网购支付最高峰值约每秒6100万次。

越来越多的商家积极选择在天猫实现**线上与线下**的融合。在入驻天猫的商家中，包括了王府井、银泰、大悦城等百货集团，他们与天猫合作搭建专场。2018年的“双十一”有5万多个商家、7万多个品牌参与了天猫“双十一”全球狂欢节，包括了来自75个国家和地区，超过1.9万个海外知名品牌，覆盖到230多个国家和地区的消费者。2019年“双十一”共有299个品牌销售额破亿元。

淘宝/天猫10年来“双十一”的销售额

时间	淘宝/天猫“双十一”销售额 (亿元)	同比增长
2009年	0.52	
2010年	9.36	1700.0%
2011年	52	455.5%
2012年	191	267.3%
2013年	350	83.2%
2014年	571	63.1%
2015年	912	59.7%
2016年	1207	32.3%
2017年	1682	39.3%
2018年	2135	26.9%
2019年	2684	26%

2019年“双十一”全网销售额最终锁定在4101亿元，同比增长30.5%。天猫销售额占全网销售额的65.5%，京东、拼多多、苏宁易购占比分别为17.2%、6.1%和4.9%。



各品类TOP10

- 2019年全网销售TOP10的行业依次是手机数码、家用电器、个护美妆、服装、鞋包、电脑办公、家用建材、食品饮料、母婴玩具、运动户外。

个人护理	欧莱雅、玉兰油、雅诗兰黛、兰蔻、资生堂、SK-II、自然堂、后、百雀羚、护舒宝
休闲食品	三只松鼠、百草味、良品铺子、德芙、来伊份、沃隆、周黑鸭、洽洽、亿滋、徐福记
汽车养护	美孚、米其林、嘉实多、壳牌、德国马牌、长城、龙蟠、邓禄普、固特异、佳通
奶粉乳品	爱他美、惠氏、蒙牛、伊利、雅培、美素佳儿、A2、雀巢、飞鹤、美赞臣
饮料	元气森林、可口可乐、巴黎水、荷乐士、达利园、百事可乐、维他奶、QATLY、养元、三得利
粮油调味	福临门、金龙鱼、鲁花、十月稻田、百吉福、柴火大院、胡姬花、多力、欧丽薇兰、海底捞

视野拓展

2018年“双十一”全网销售总额高达3143.2亿元，其中天猫销售额占比67.9%，京东商城占比17.3%，苏宁易购占比4.7%，亚马逊占比2.3%，唯品会占比2%，拼多多占比3%，其他平台占比2.8%。

2018年“双十一”全网零售额前三的行业分别为服装服饰、家用电器、家居家装。如表3.4所示为2018年“双十一”购物节全网零售额前10的行业占比。

实训案例

以淘宝网为例，说明C2C网上竞买和网上开店的具体操作流程。

归纳与提高

本章主要介绍了B2C、C2C电子商务交易模式和我国网络零售市场。B2C主要介绍了网上购物的主要步骤，包括客户注册、商品搜索选购、下订单（放进购物车）、选择送货方式、选择支付方式（网上支付或货到付款等）、订单查询、等待收货等；同时还介绍了B2C网站的后台管理功能；B2C电子商务的主要收入来源和B2C电子商务成功的关键因素等。

C2C主要介绍了拍卖的相关知识，C2C的购物、网上开店流程和进货渠道。C2C的竞买流程为：会员注册→搜索浏览商品→报名提交保证金→出价和付款→收货和评价。C2C开设网店的流程为：会员注册→支付宝账户绑定→支付宝实名认证→淘宝开店认证→创建店铺→联络买家→发货和评价。我国的网络零售市场主要介绍了网络零售市场的特点和发展趋势。



谢谢观赏 第三章（完）