

天猫女王节品质生活报告

CBNData 天猫 Tmall.com
第一财经商业数据中心

目 录

▶ 中国线上零售市场概况

● 2017天猫消费人群洞察

▶ 2017消费升级趋势

● 38女王节品质消费榜

The background features a dark space filled with various abstract elements: a large yellow circle with a purple dot pattern, a purple circle with a white dot pattern, a red circle with a white dot pattern, and a purple circle with a white dot pattern. A white horizontal line is positioned below the 'PART 1' text.

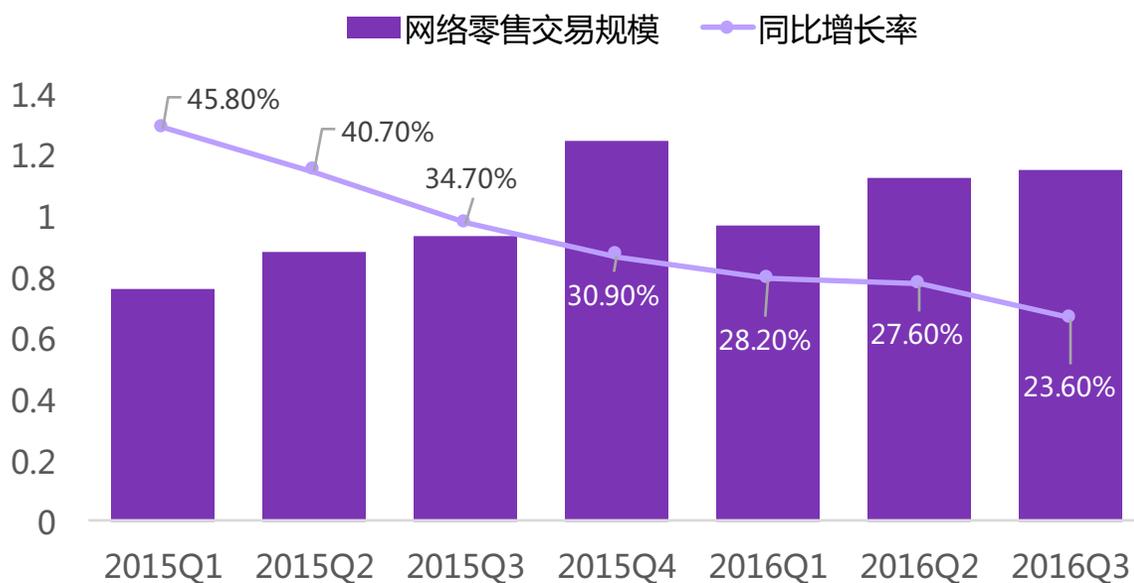
PART 1

中国线上零售市场概览

中国线上零售市场规模稳步增长，新常态下迎来消费升级机遇

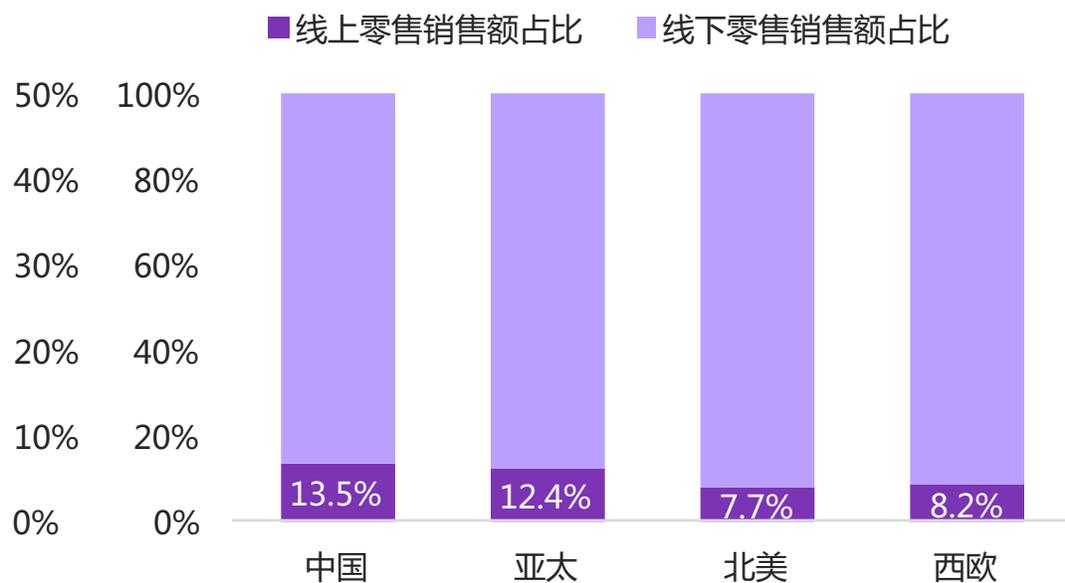
- 2016年国内线上零售规模增速放缓，保持着较为平稳的增长状态，线上零售整体渗透率达13.6%，高于全球同期发展水平；
- 整个零售行业正在从规模爆发式增长的人口红利期向结构与品质升级的产业优化期转型，“消费升级”将是未来一段时间内的核心关键词。

2015-2016Q3 中国网络零售销售规模及增速（万亿元）



数据来源：艾瑞咨询

2016 全球主要地区网络零售渗透率



数据来源：eMarketer

注：线上零售渗透率按2015年销售额预测值统计

消费升级的三大关键点

80后/90后
绝对的网购消费主力

消费年轻化

移动时代
互联网的普及改变购物体验

内容营销
升级购物体验

体验升级

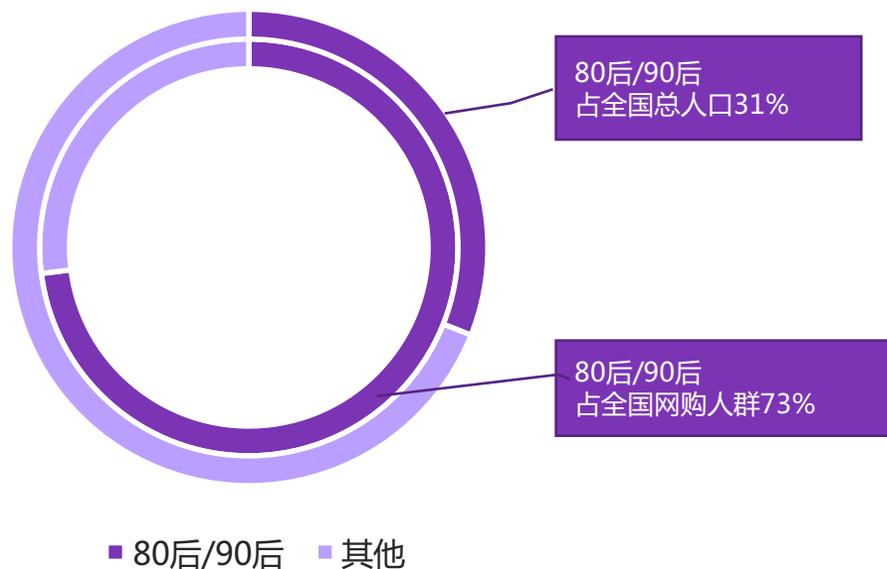
品质与健康
网购主要考量因素
价格不再是主角

品类升级

年轻消费者：80后/90后已成为网购主力人群

- 数据显示，2016年仅占全国人口31%的80后/90后在全网购买人数中占比高达73%；
- 接受新鲜事物以及日渐成熟的购物理念推升了年轻人在移动端购物的超高占比。

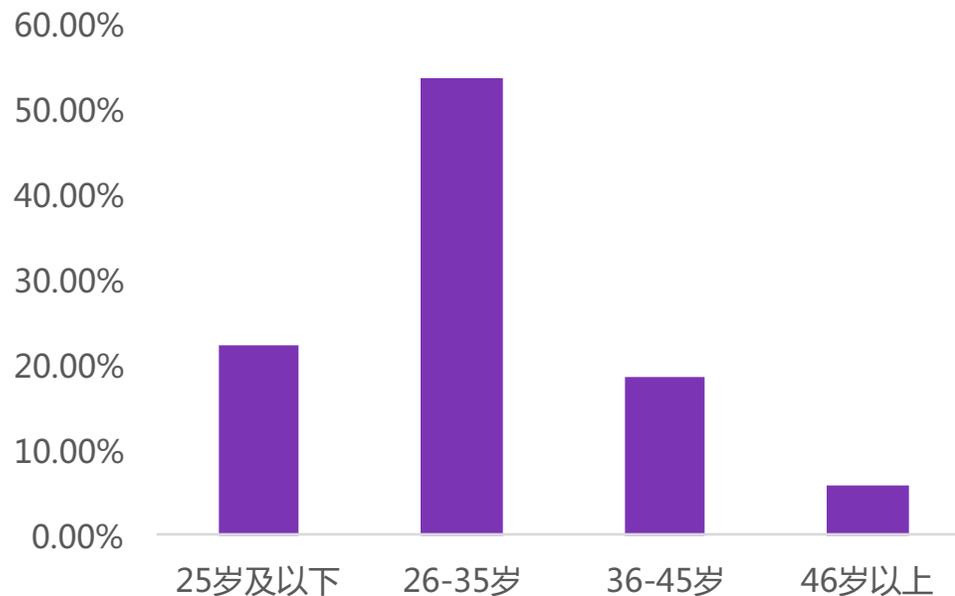
2016 80后/90后互联网及网购使用人数占比



数据来源：国家统计局，中国电子商务研究中心

注：全国总人口总量源于为2016年1月国家统计局人口统计数据

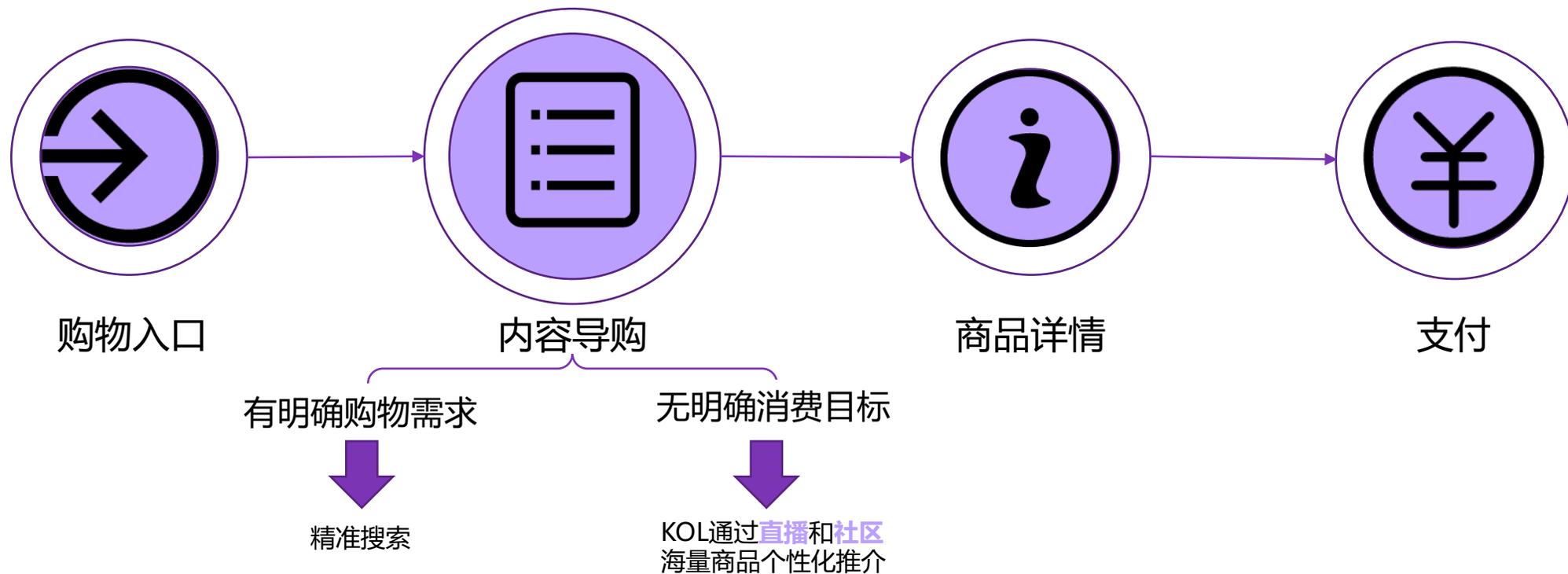
2016Q3 移动消费人群年龄分布



数据来源：TalkingData

体验升级：2016年内容成为电商重要抓手

- 内容成为连接商品及消费者的重要纽带，KOL也借助平台影响力更有效地触达粉丝群体，带动了更多个性化消费；线上购物体验已发生根本性的改变。

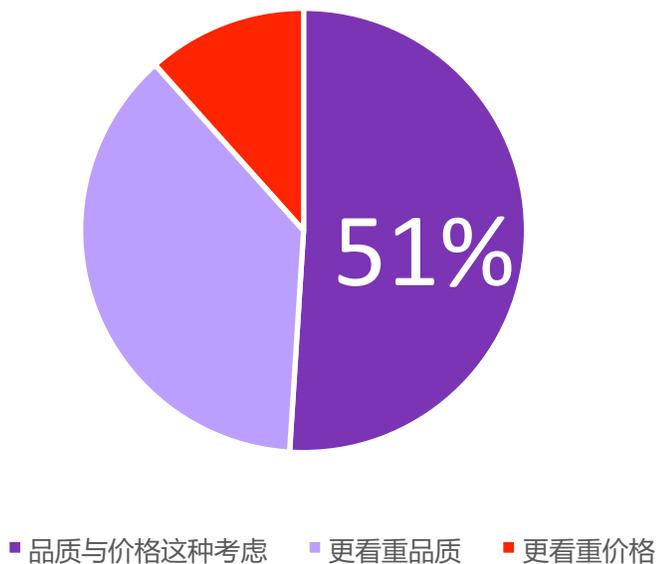


资料来源：根据网络公开资源整理

品质升级：消费升级下，生活品质日渐成为消费者的核心诉求

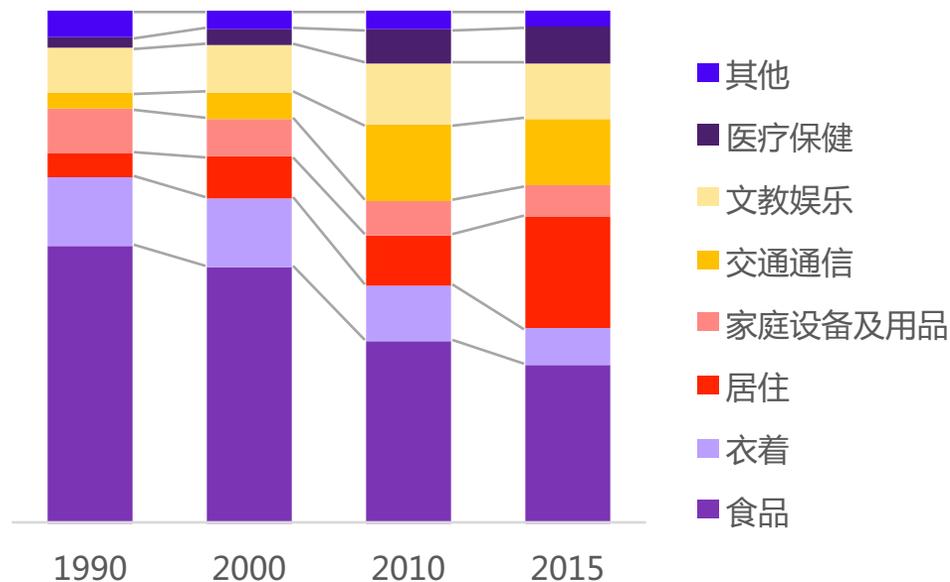
- 由于消费观念的转变，价格不再成为选购商品时考虑的首要因素。根据调查显示，大多数消费者注重商品的品质和价格，性价比日渐聚焦成为大众消费类话题的核心关注；
- 食品消费占比逐年持续下降，标志零售行业在满足了居民基本需求后，展现出更加多样化的进阶消费品类，服务性消费也成为下一个潜力增长点。

消费者对商品的品质/价格关注程度占比



数据来源：CNNIC

1995-2015 中国城镇居民消费结构

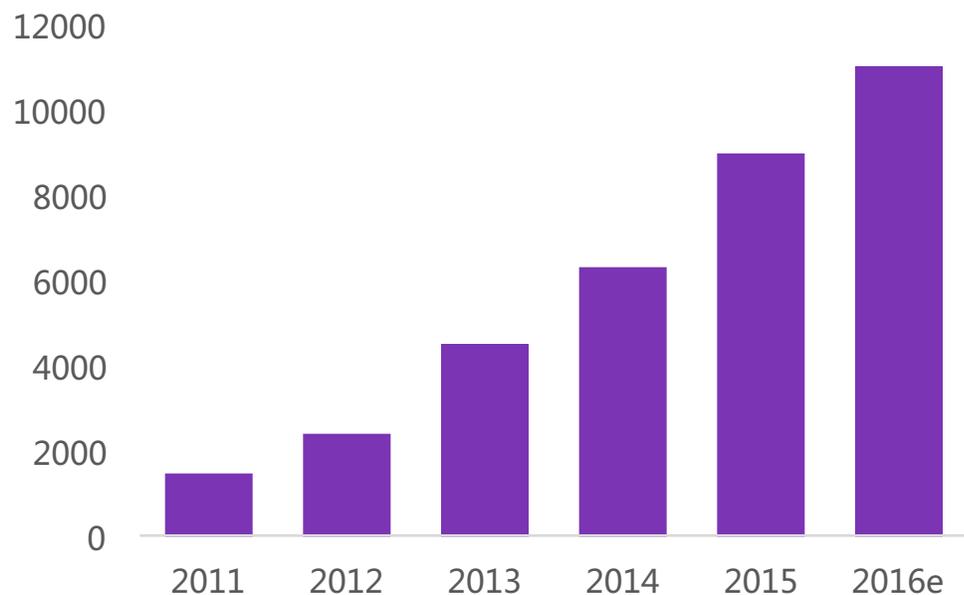


数据来源：国家统计局

模式创新：跨境电商、农村电商助力消费全面升级

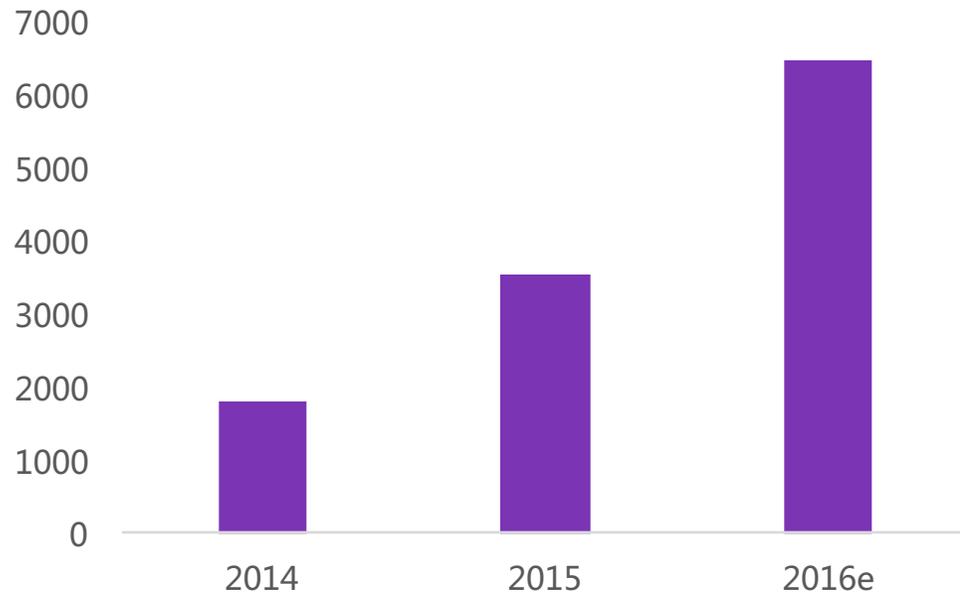
- 消费理念的转变带动了线上高端商品的销售以及村镇线上消费的发展，跨境电商与农村电商等新电商模式发展迅猛；
- 2016年跨境电商受政策影响，增长率出现下滑；由于受益于农村人口红利与村镇互联网的高渗透率，农村电商展现强劲的增长势头，在物流建设逐渐完善与政策的加持下，未来农村电商仍将持续高速增长。

2011-2016 中国进口跨境电商市场交易规模



数据来源：中国电子商务研究中心

2014-2016 中国农村网购市场规模

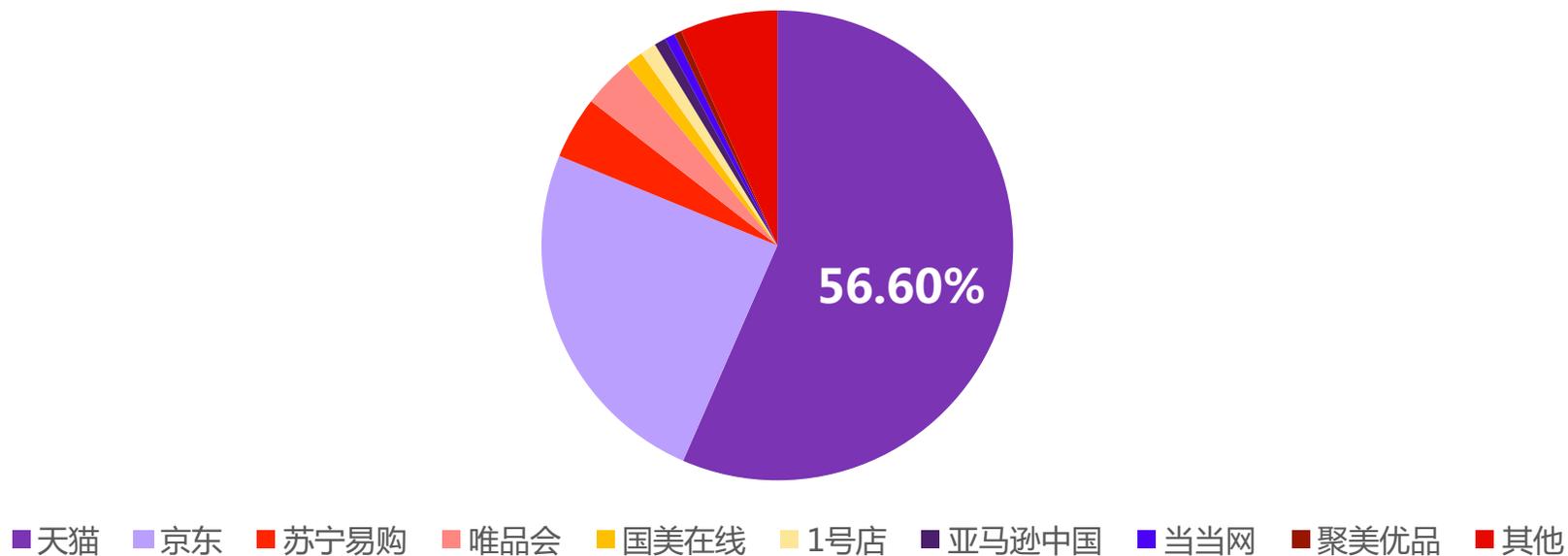


数据来源：中国电子商务研究中心

线上零售市场格局：天猫依然占据B2C市场的领导地位

- 网络零售格局已基本进入平稳状态，2016年天猫在线上B2C市场的销售份额占比超过50%，未来市场格局仍将保持相对稳定。品质消费升级以及优化购物体验将成为影响市场竞争格局的关键。

2016 中国B2C网络零售市场份额占比



数据来源：艾瑞咨询

大数据·全洞察



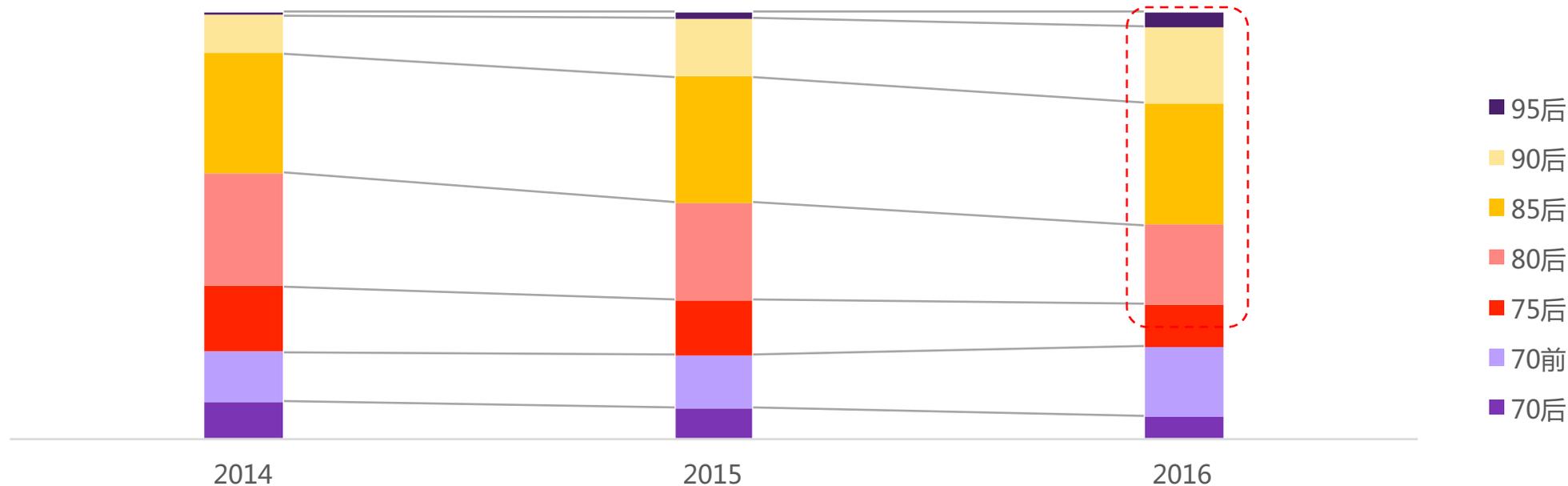
PART2

2017天猫消费人群洞察

新中产阶级消费崛起，80后/90后成为消费主力军

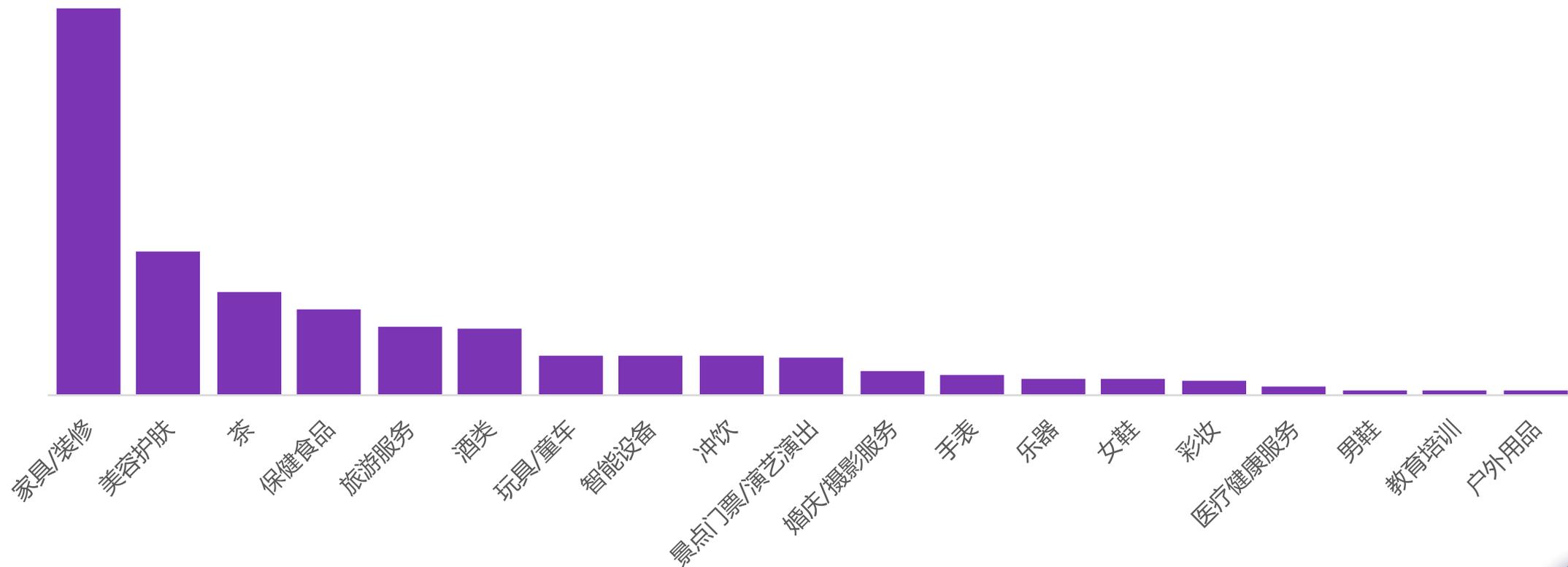
- 80后/90后成为线上的核心消费人群，销售额占比接近七成，其中90后的消费增速显著超过其他群体；
- 以90后为代表新成长的年轻消费者由于成长环境物质环境较为富足，对消费的品质有更高需求，由于他们是线上市场主要的贡献者，因此他们的消费偏好深刻影响着整体消费的结构以及各个品类商品的升级方向。

2014-2016 天猫销售额年龄分布



线上消费升级呈现结构性调整趋势，服务/美妆/健康食品/智能设备/游玩等消费在80后/90后支出中占比提升

2016 天猫80后/90后消费占比上升品类

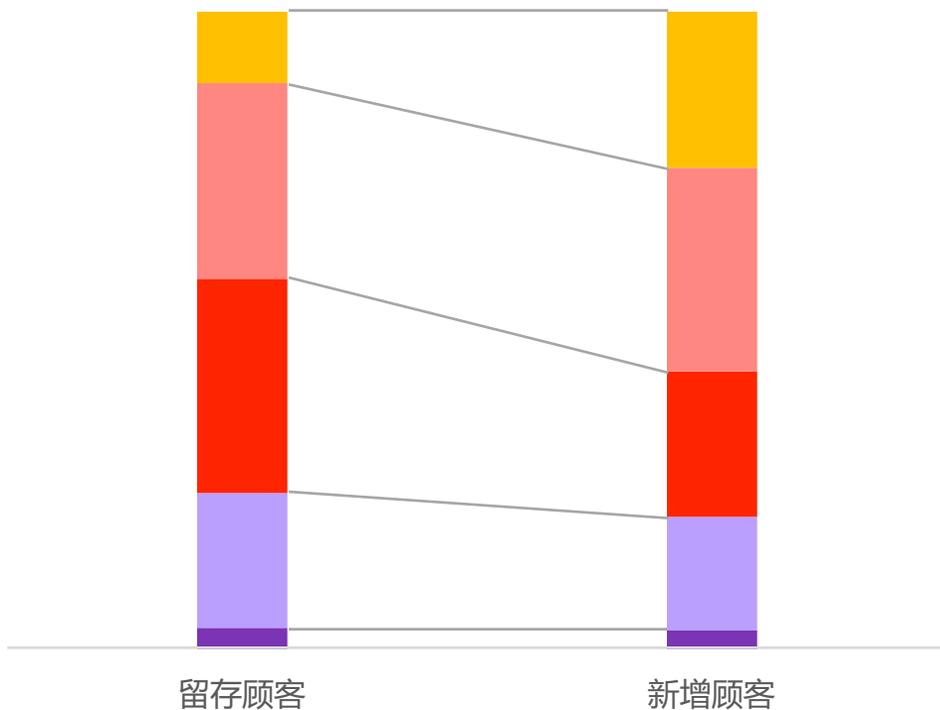


注：根据销售额占比增幅排序

年轻人群对进口商品偏好增加，天猫国际新增用户中泛90后及95后占比过五成

2016 天猫国际留存/新增顾客不同年龄人数占比

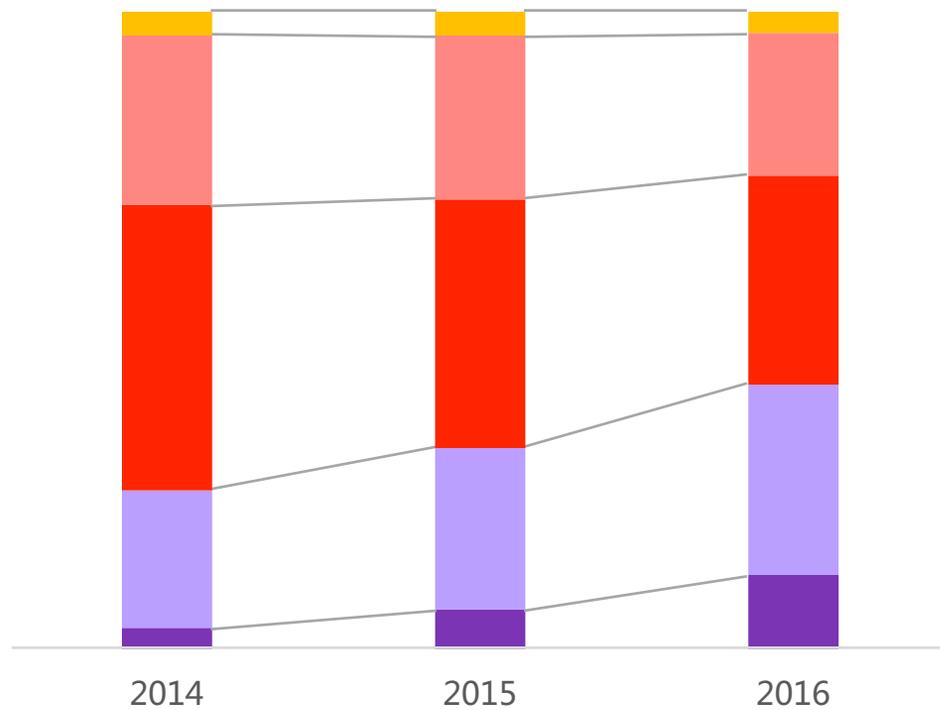
65前 65后 80后 90后 95后



数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

2014-2016 天猫国际消费者不同年龄消费占比

95后 90后 80后 65后 65前

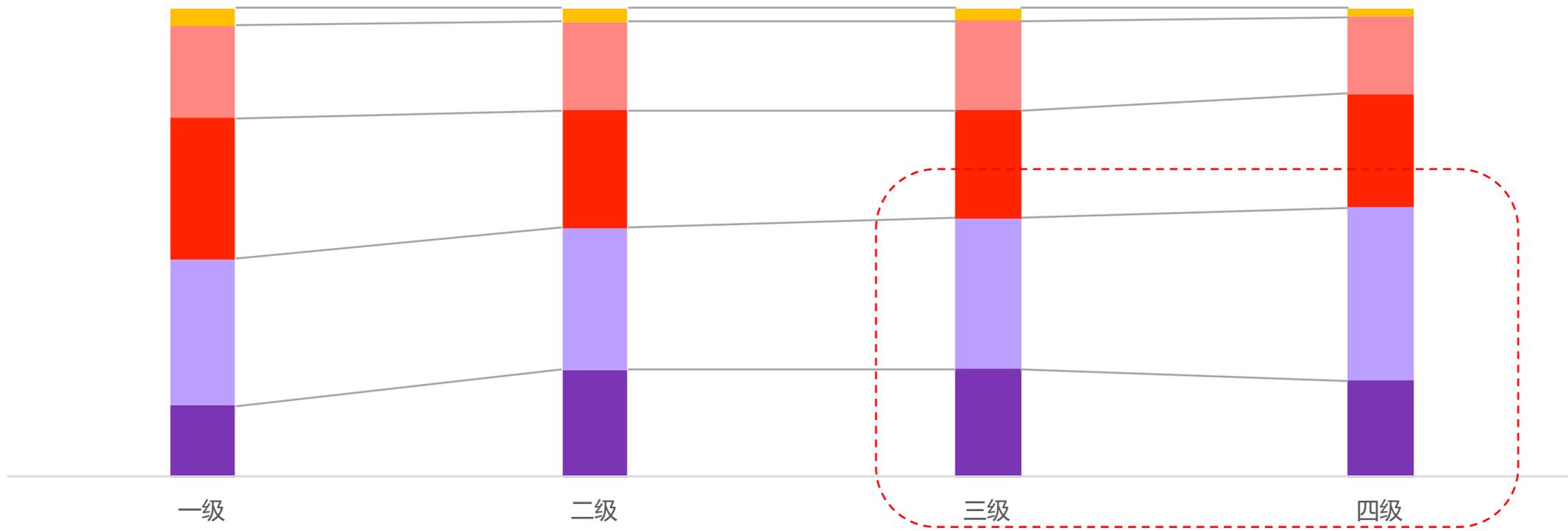


数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

三四线城市年轻人群成为进口消费的主力军

2016 天猫国际各级别城市不同年龄消费者人数占比

95后 90后 80后 65后 65前

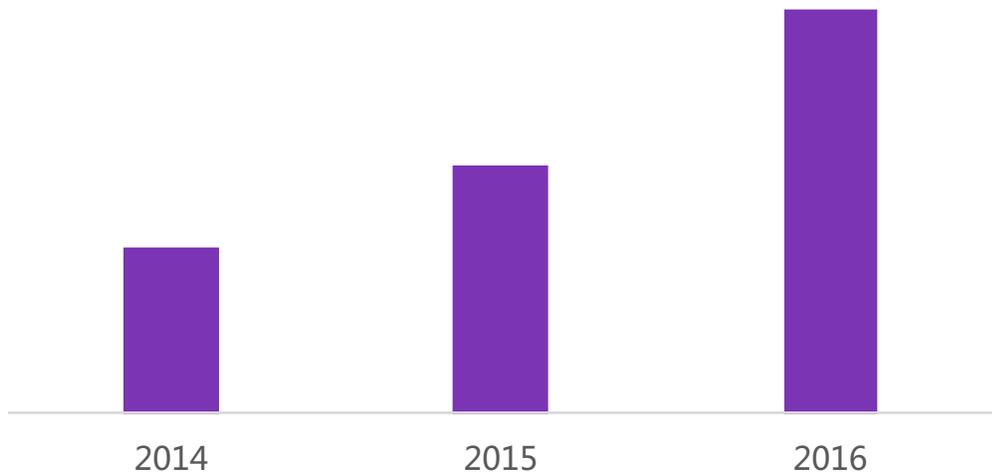


数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

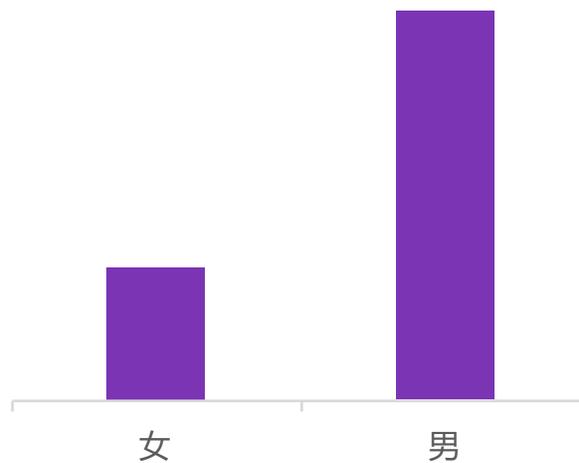
除了年轻人群，女性是另一个重要的消费增长力量

- 女性用户的消费品类逐年上涨，同时相对男性，女性消费的集中度更低，更加均衡多样；
- 因而，女性是消费多元化的重要推动力量。

2014-2016 天猫女性用户消费品类数



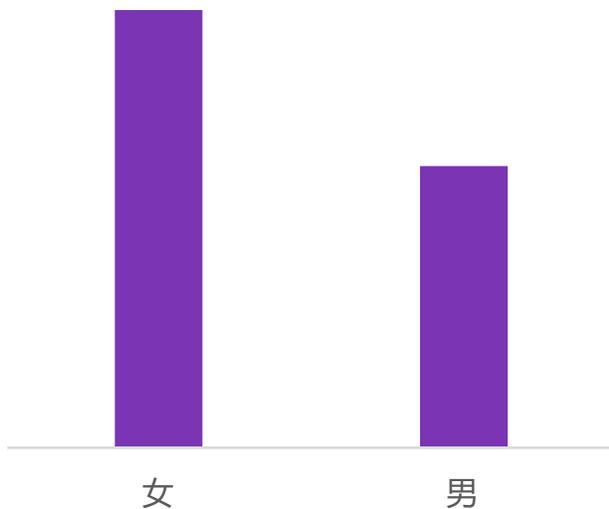
2016 天猫消费品类TOP3男女用户占比



女性对进口商品偏好高于男性，保健、美容、育儿是三大主要女性进口诉求品类

- 同时随着女性对生活品质全方面的要求提高，对家纺/厨具/个人护理等日常用品的进口需求在增加。

2016 天猫男女用户进口偏好度

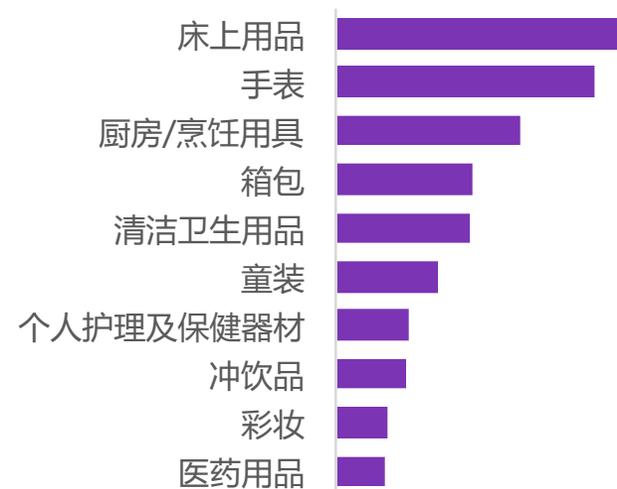


注：进口偏好度=天猫国际销售额/天猫销售额

2016 天猫国际女性消费品类 TOP10



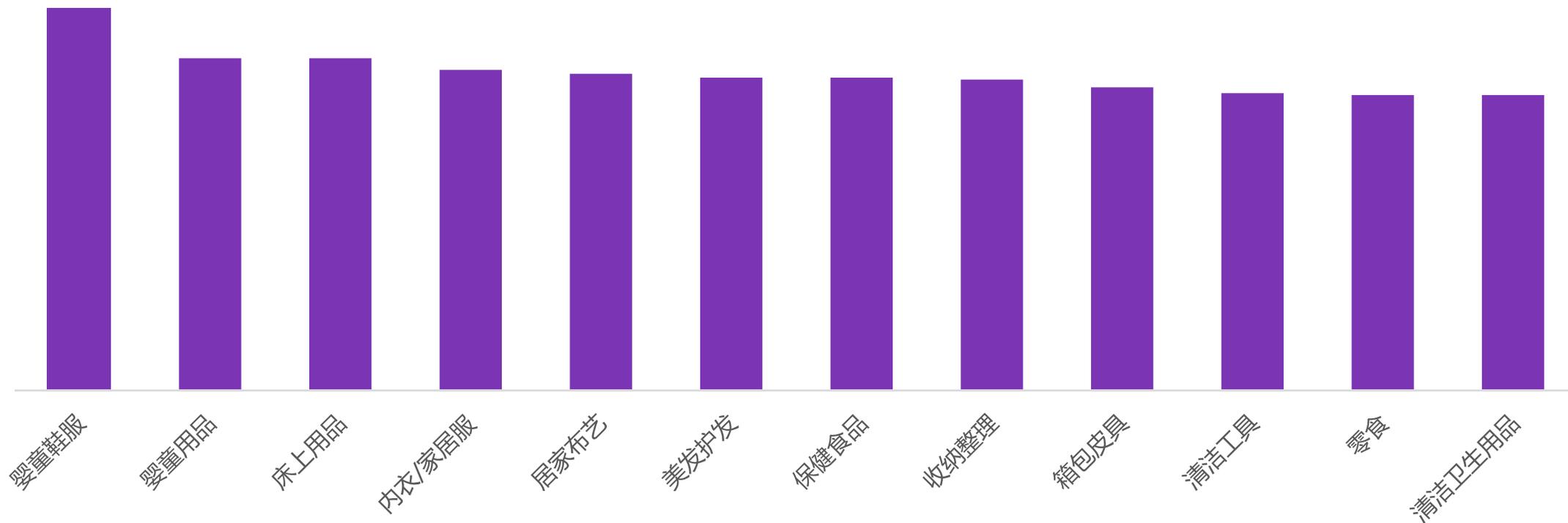
2016 天猫国际女性消费蹿升品类 TOP10



注：根据各品类在进口商品中销售额占比增幅排序，“个人护理及保健器材”包括美容仪/电动牙刷/保健等

由于育儿/居家用品/保健食品等线上均为女性用户高偏好品类，呈现出女性的家庭消费逐渐在线上呈现良好发展

2016 天猫女性用户消费偏好品类TOP10

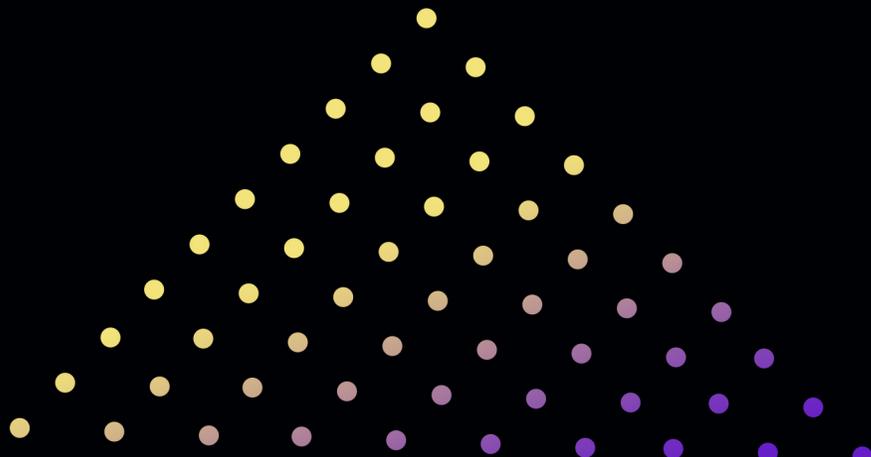


注：以各品类女性用户销售占比排序



PART 3

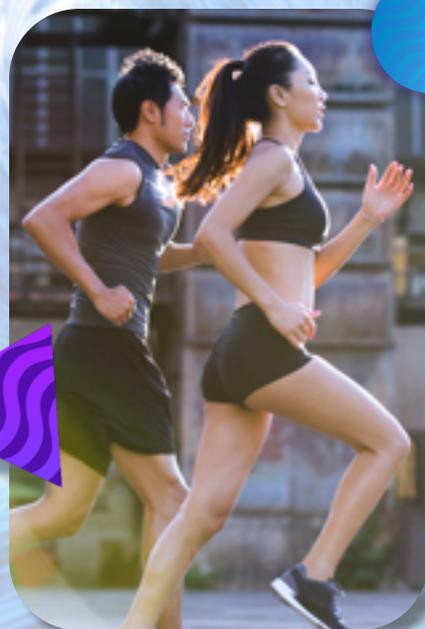
2017消费升级趋势



消费升级五大趋势



时尚流行起义



健康生活方式



追求精致讲究



智能化生活

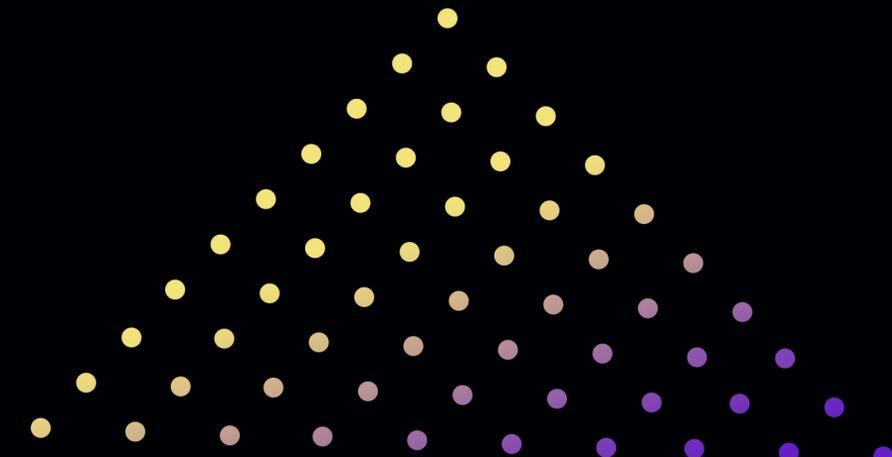


Buy Buy 全世界

PART3

2017消费升级趋势

▶ 时尚流行起义



消费升级之流行化生活


电商平台
会对潮流快速反应



潮流源

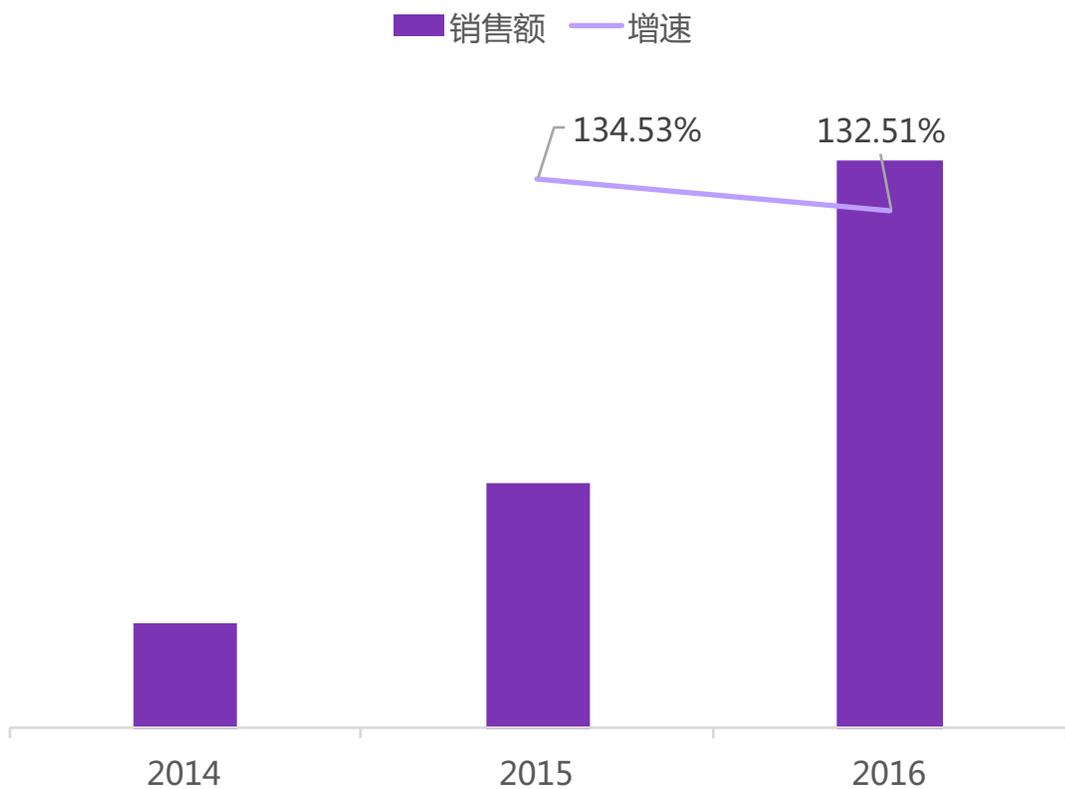
 明星

 时尚大V

 热门IP

明星效应：粉丝们越来越爱追随Idol的时尚品味，“明星同款”商品日渐增多，女装为最大同款品类，女鞋、箱包、彩妆同款商品增长较快

2014-2016 天猫“明星同款”时尚单品销售额及增速

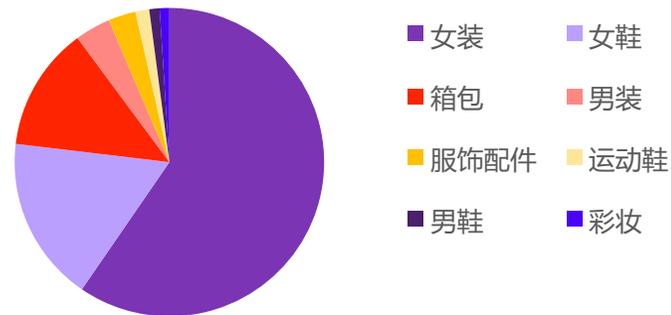


注：品类范围限定为时尚相关，包括：服装，鞋，护肤彩妆，服饰配件，箱包

2016 天猫“明星同款”主要品类销售额占比增幅



2016 天猫“明星同款”主要品类销售额占比



意见领袖：通过对粉丝输出信息，影响时尚单品的热度，是潮流的有力推动者

- 发布最新潮流资讯，秀场信息的第一手传播者；

<返回 黎贝卡的异想世界 ...

不少大牌近年的春夏秀场都有出运动风格的单品，看来，运动风在时尚圈真是越刮越烈~范思哲春夏成衣里有~▼



2017 早春时尚发布会

<返回 黎贝卡的异想世界 ...

巴黎世家也有，这些时髦又有运动感的单品，没想到还有点仙。▼



有人会说，运动装在健身房穿才合适，穿出街总感觉怪怪的。其实，只要搭配得当，运动装同样可以时髦得飞起。而时髦的运动风怎么穿才好看，我们之前也讲过，如果不是去运动去健身房的话，运动单品全身一件就够了。

那么首选哪些单品？今天就来从这三个必备单品入手，看看如何轻松HOLD住时髦运动风~

图片来源：公开资料

- 时尚大V们对垂直圈层的影响力越来越大，他们通过真人示范或者内容描述为时尚单品做强势传播，反复教育市场，从而引导为相关产品的电商消费。

<返回 关闭 黎贝卡的异想世界 ...

Olivia也穿过Gucci马衔扣乐福鞋拍封面。▼



乐福鞋今年更是大有回潮之势，其中的功劳肯

知名时尚大V黎贝卡、晚晚学姐等每篇推文均有较高阅读量，加速了时尚爆款产品的流行速度（图为2016年流行品乐福鞋、穆勒鞋的推广文）

<返回 晚晚学姐 ...

露出的脚踝可以被Mules很利落地展现出来，谁不想拥有一个清晰有力的脚踝线条呢。



图片来源：公开资料

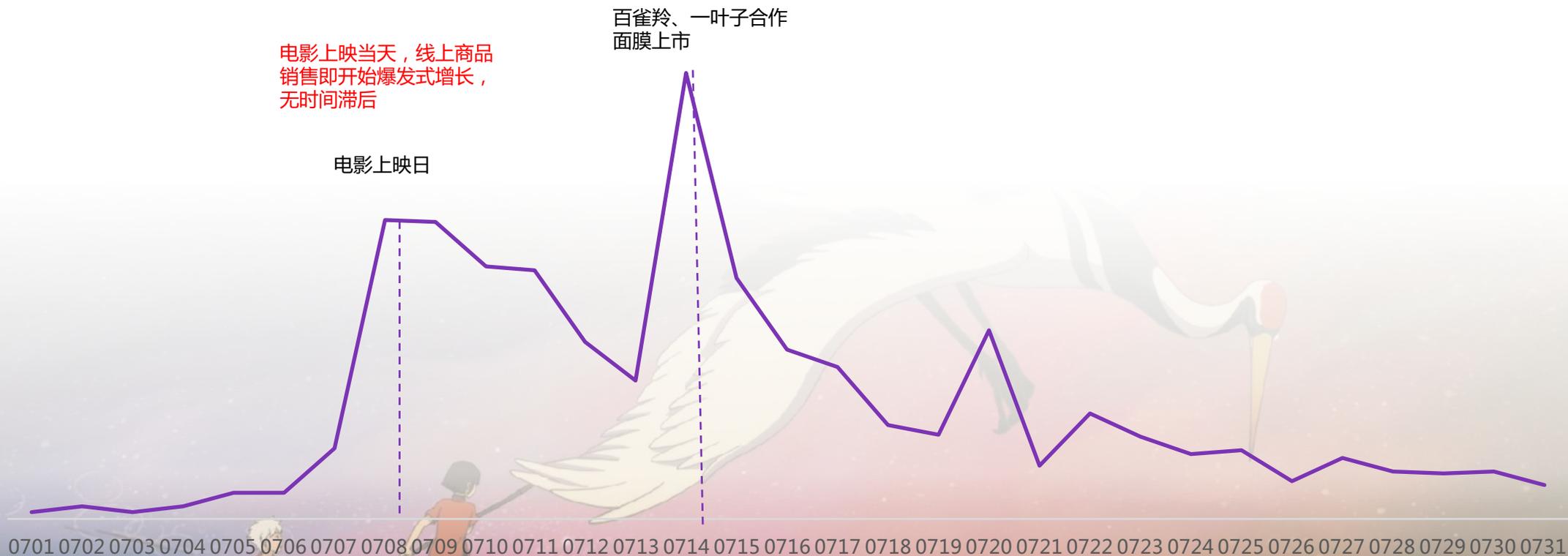
IP衍生品：衍生品市场日趋繁荣，经典IP经久不衰，热门文化作品带动相关IP产品热销

- 文化产品在中国人的消费结构中占比越来越高，一部热门作品往往可以成功塑造一个流行IP，带动相关衍生品的热销，并且衍生品的种类也在日渐丰富，成为了一股不可忽视的消费潮流；
- 目前，主要的IP衍生品分为两类：经典型IP形象（以卡通人物为主）和流行型的IP形象（以热门剧作为主）。流行型IP市场爆发性较强，而经典型IP也可以保持较为稳定的市场规模。以2016年市场来看，线上过亿元市场规模的IP形象就不在少数。



IP衍生品：商品上线时间加快，IP作品与衍生品开始同步联动——以《大鱼海棠》为案例

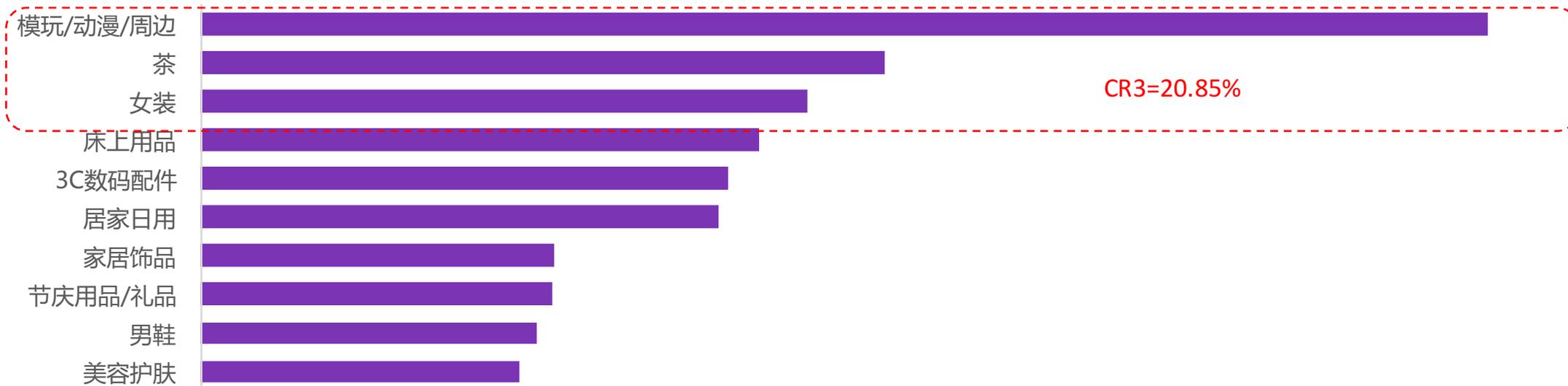
2016 《大鱼海棠》上映后7月相关商品线上销售额



IP衍生品：新的衍生品开发领域不断被拓展，衍生品品类日益丰富且与IP形象契合度更高

- 除了模玩周边、家纺家饰、3C数码、服饰等这些衍生品标配之外，越来越多新品类与IP的结合相继被开发，并且在开发过程中会更多地开始考虑商品与IP的契合度；
- 以《大鱼海棠》为例，从情节、画面上来看，这是一个偏向于女性群体的IP，带动了受女性偏好的饮品、护肤品等新领域的IP衍生品的流行，尤其是护肤品面膜，上线当天即带动商品销售额创下7月之最。

2016 《大鱼海棠》7月线上销售品类TOP10



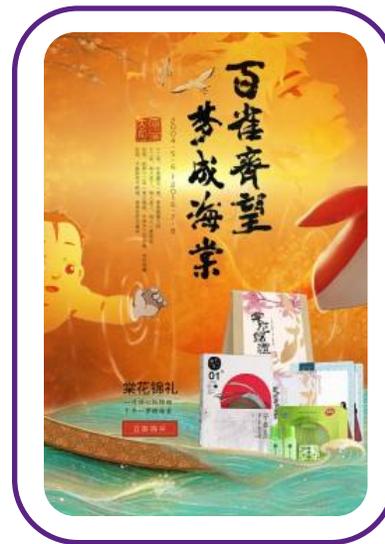
注释：CR3指TOP3品类的行业集中度

IP衍生品：众多品牌纷纷开始与IP合作，带动线上品牌IP商品热潮

《大鱼海棠》合作品牌

品类	品牌
美妆	阿芙精油、百雀羚、一叶子、京润珍珠
服饰	LETSTEE男装定制印花T恤、内联升男女鞋
家具	墙蛙、仟象映画
珠宝首饰	京润饰品、王的手创、kukroc吊坠饰品、内秀定制眼镜戒指
母婴	漫踪 毛绒玩具、t恤、罩衫、笔记本、包包
居家日用	罗莱家纺、天堂伞、vatiri餐饮具
玩具	乐立方、班门乐府木质手办
乐器	TNG陶笛
零食	三只松鼠、谢裕大、知味观、竹叶青、cookie9
3c	亿觅移动电源、奇域定制手机壳自拍杆
文具	好东西定制手枕、echo life文具笔记本贴纸

数据来源：网络公开资料



- 百雀羚的《大鱼海棠》面膜开售仅2小时销量即破万，给店铺带来很大的增量。

- 国产老字号品牌内联升跟《大鱼海棠》合作的跨界款，在众筹平台的效果提升了20倍。



PART3

2017消费升级趋势

▶ 健康生活方式



消费升级之健康化生活

饮食健康化

滋补保健品增加



饮茶成为新时尚



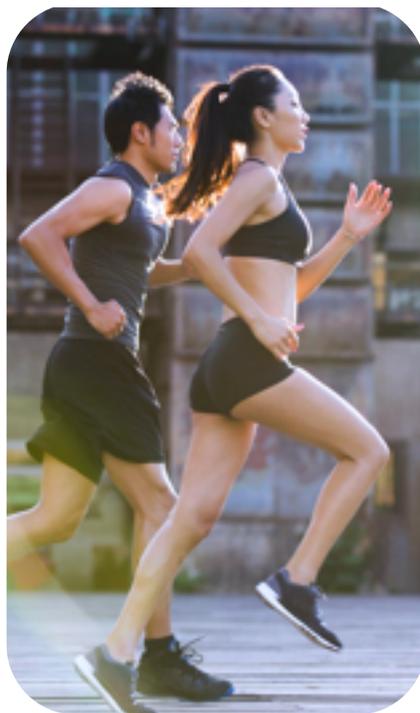
食材越来越讲究



运动常态化



跑步成为全民运动



健身多样化

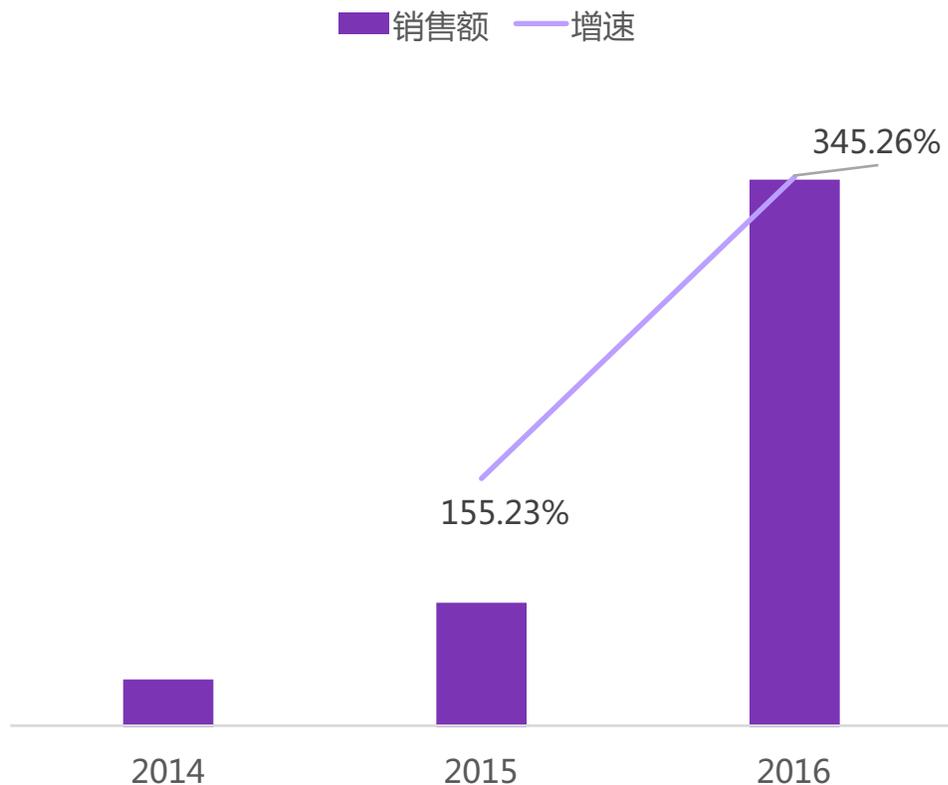


户外放松身心

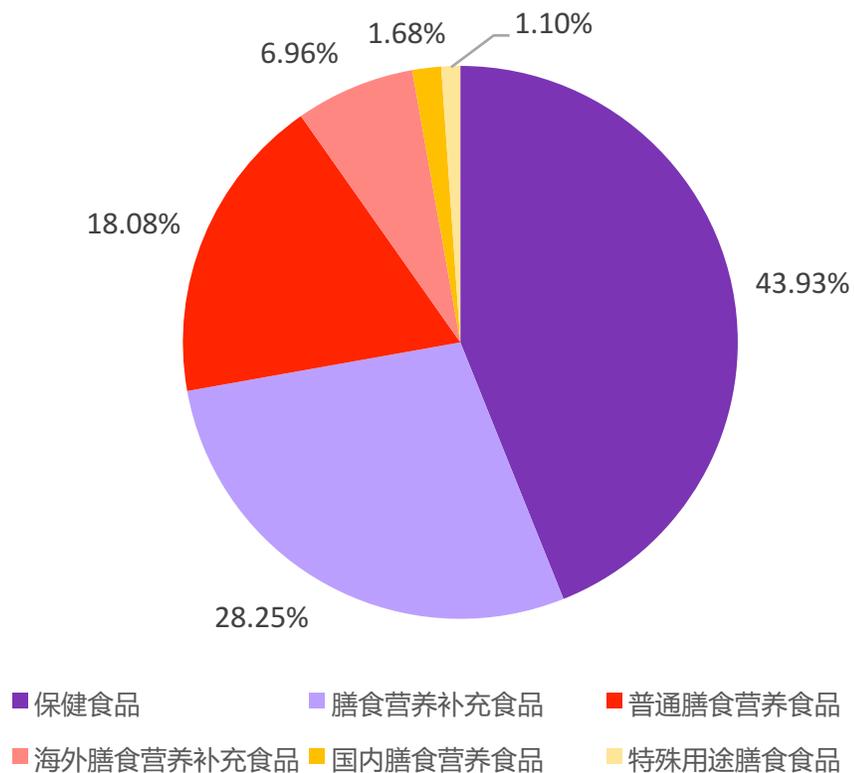


饮食健康化：保健食品支出增加，消费者更加注意补充需要的营养元素

2014-2016 天猫保健类食品销售额及增速

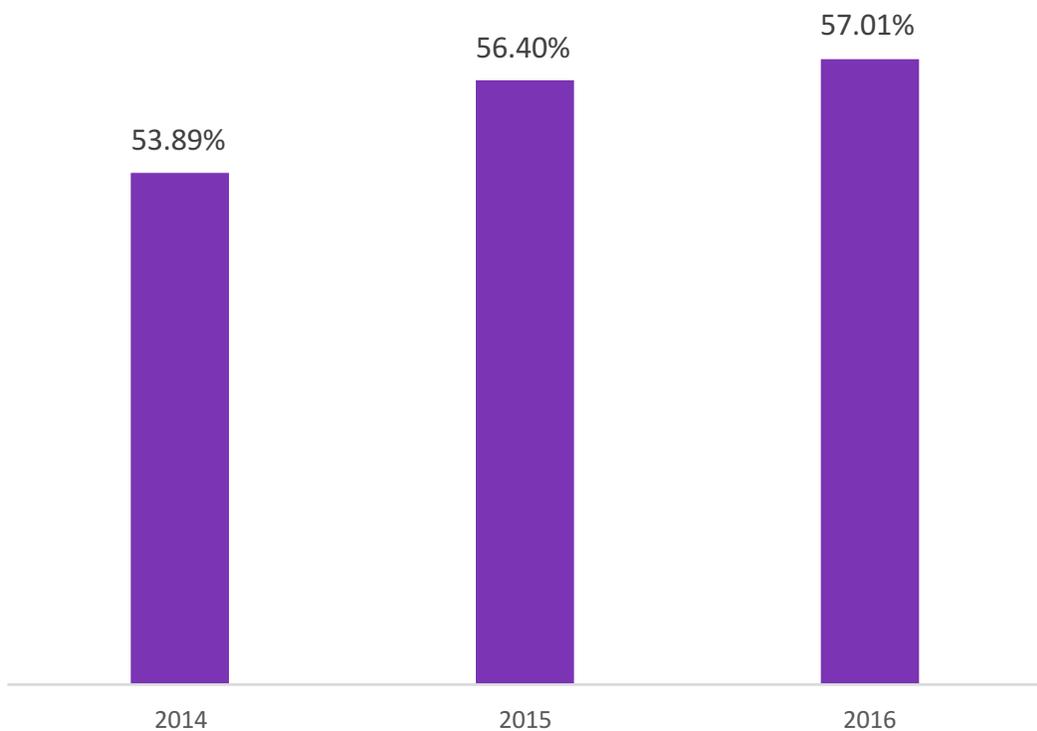


2016 天猫保健类食品销售额分布

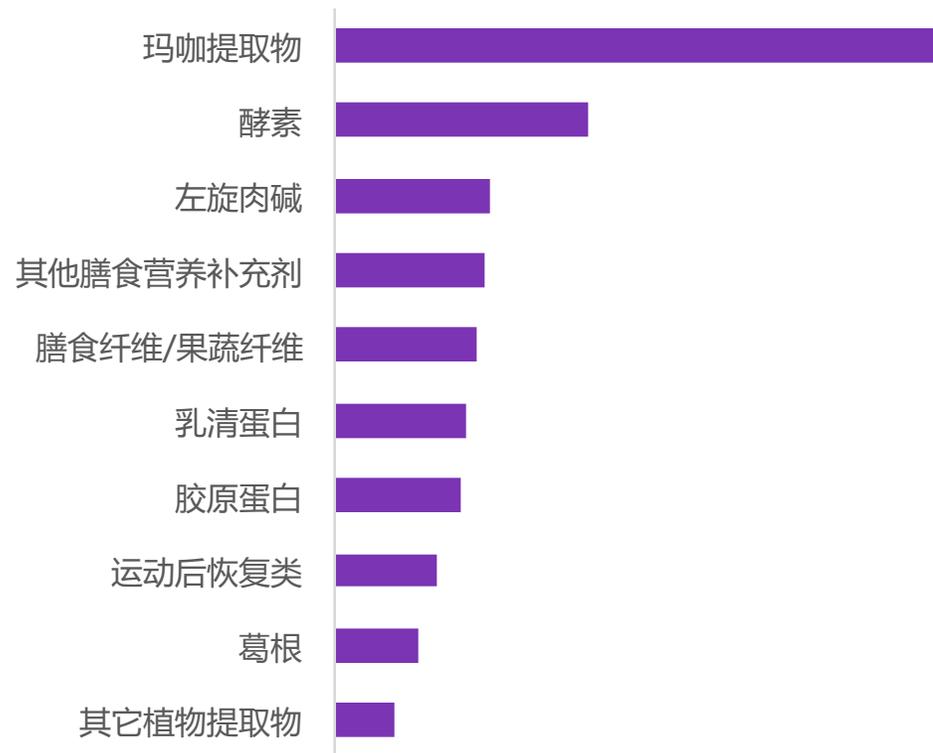


饮食健康化：女性对保健类食品更加偏爱，轻体、养颜功效受欢迎

2014-2016 天猫保健类食品销售额 女性消费者占比



2016 天猫膳食营养补充食品 女性最爱TOP10

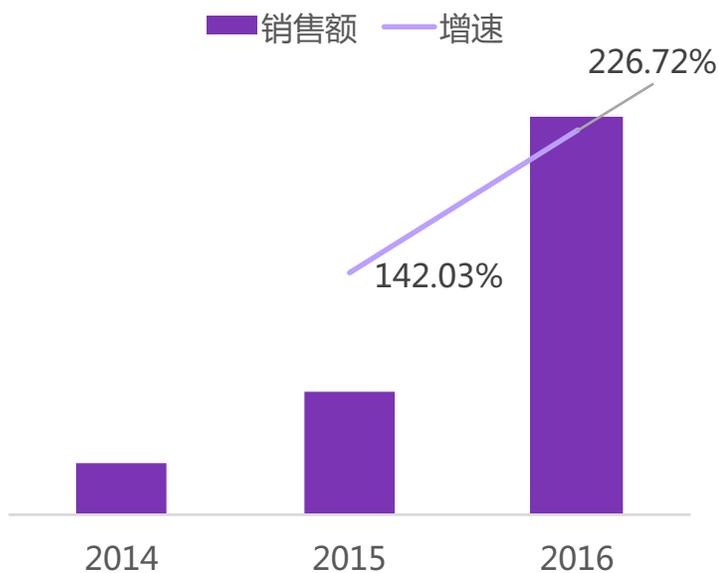


注释：排序依据为销售额占比

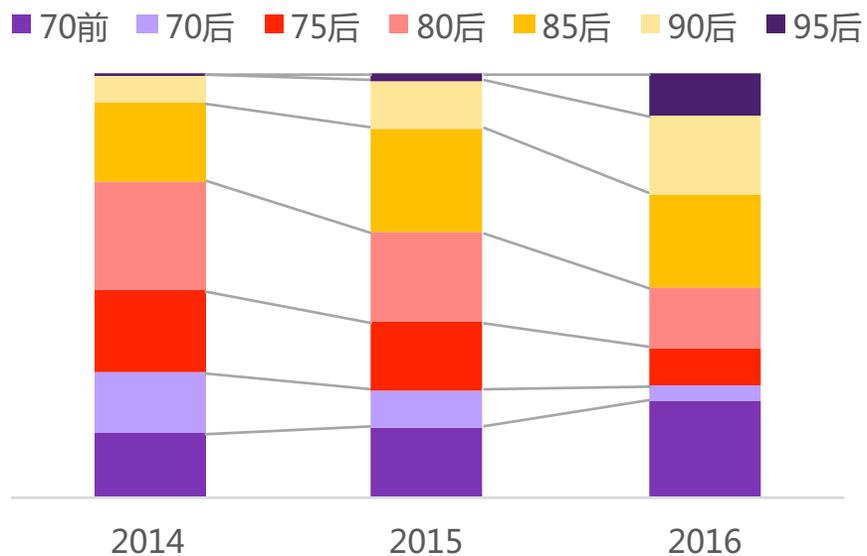
饮食健康化：酵素日益流行，食用人群泛化

- 酵素是近两年非常流行的一款保健品，销售额每年都在以高速增长。
- 最初，食用酵素的主要为80后、75后以及高线城市消费者这些核心人群，而随着该产品认可度的提高，热度开始蔓延到年轻、年长人群以及低线城市的消费者。

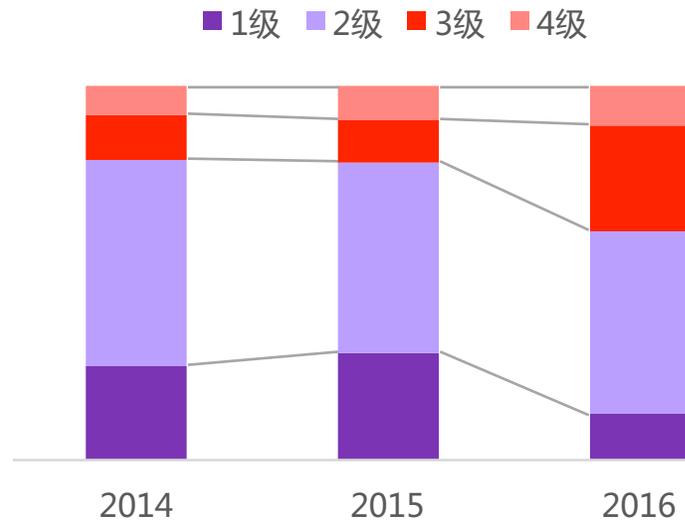
2014-2016 天猫酵素销售额及增速



2014-2016 天猫酵素不同年龄销售额占比



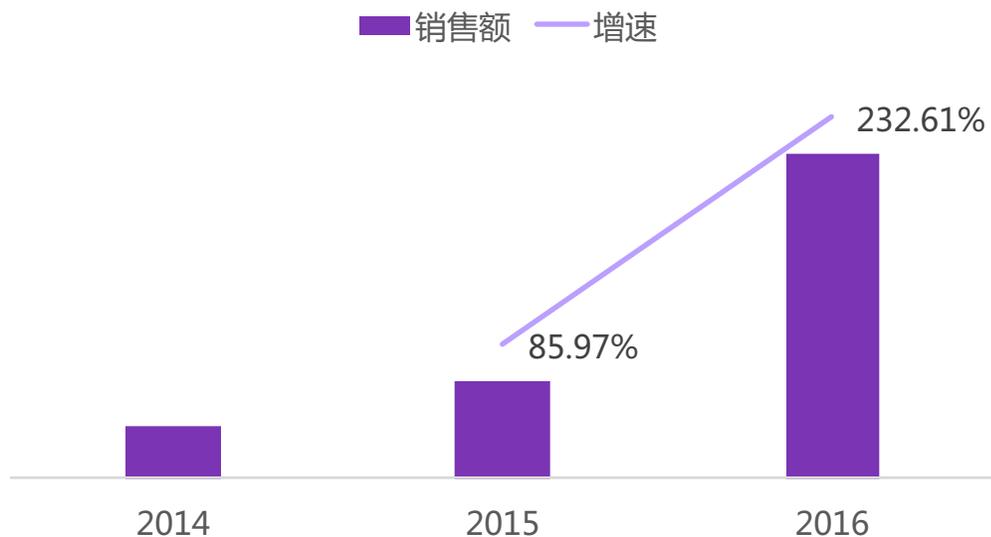
2014-2016 天猫酵素不同城市销售额占比



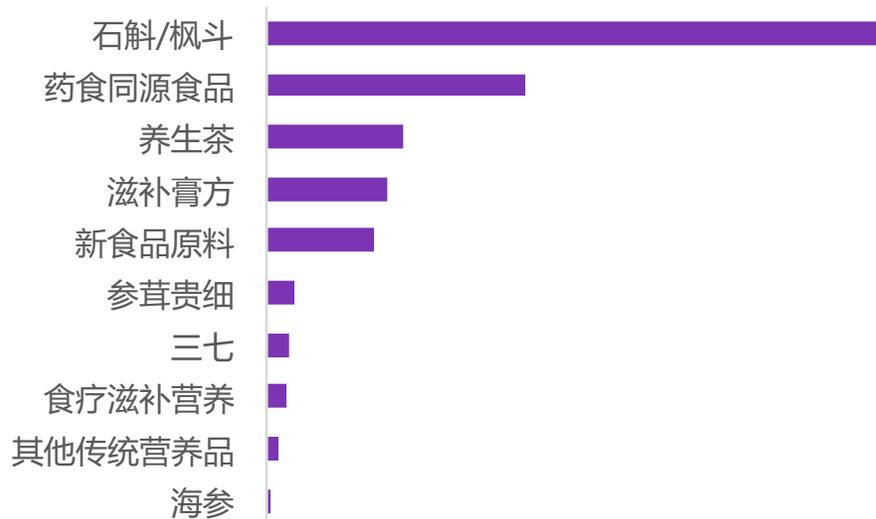
饮食健康化：新型滋补品开始走俏

- 相对燕窝/冬虫夏草等传统补品，近年来一些新型滋补品开始走俏，例如石斛/药食同源食品/养生茶/滋补膏方等，滋补品类更加丰富。

2014-2016天猫传统滋补营养品销售额及增速



2016天猫传统滋补营养品 热度提升TOP10

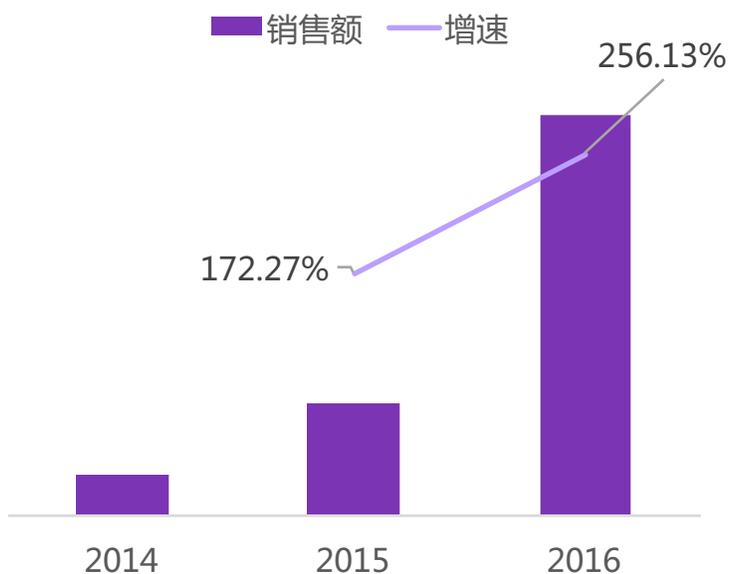


注：热度提升指的是在传统滋补营养品中占比增加

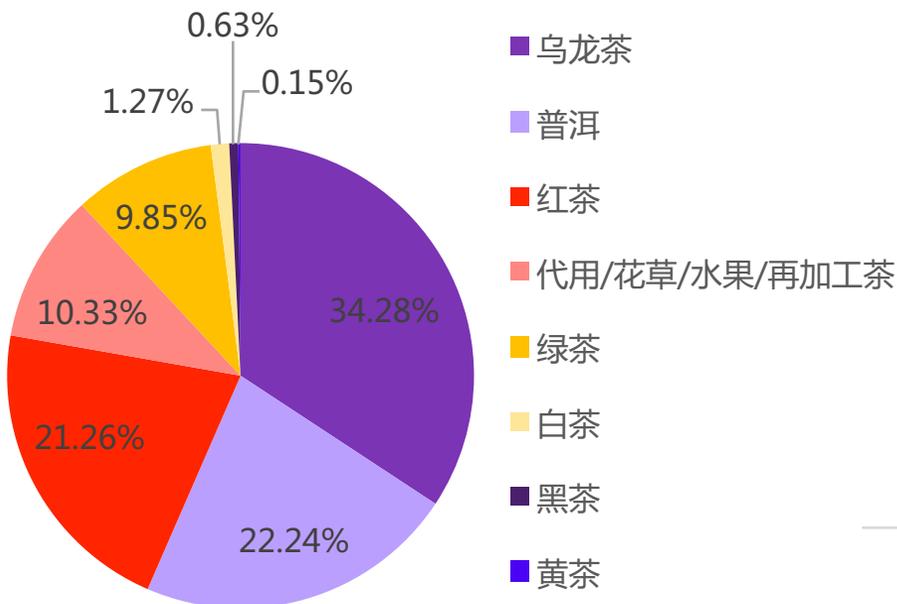
饮食健康化：饮茶成为新时尚

- 线上茶叶销售额每年都在高速增长，乌龙茶、普洱、红茶都是较为受欢迎的品种；
- 同时，越来越多消费者开始讲究喝功夫茶，饮茶成了一种健康生活方式的代表。

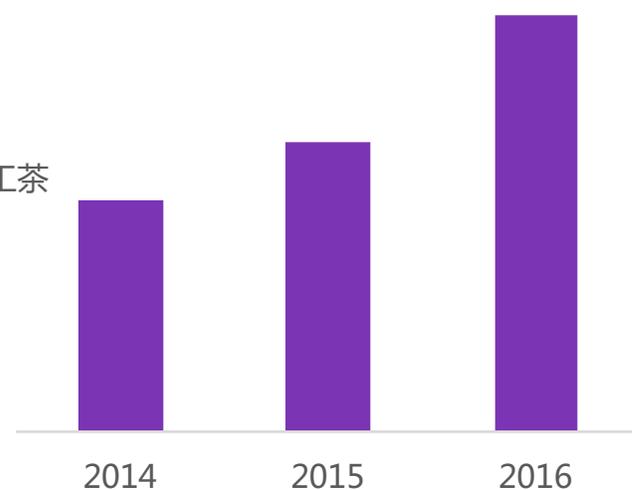
2014-2016 天猫茶叶销售额及增速



2016 天猫茶叶销售额分布



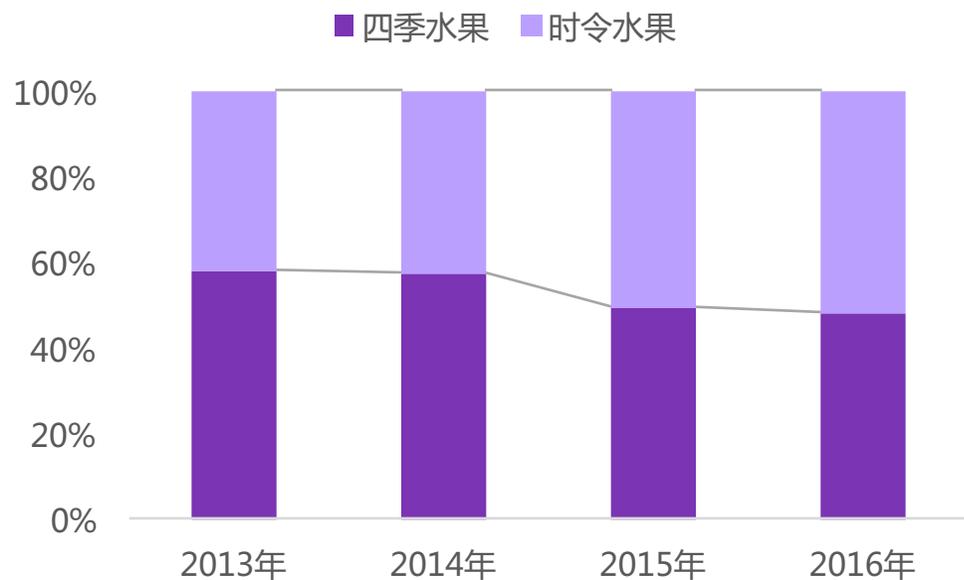
2014-2016 天猫功夫茶具在茶具用品中销售占比



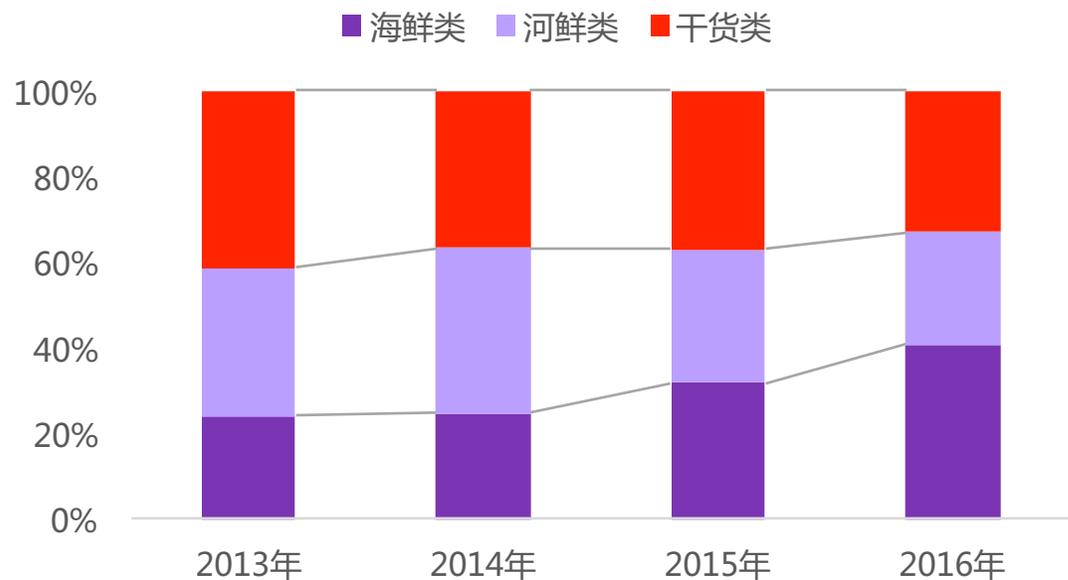
饮食健康化：食材越来越讲究，不仅要吃，还要考虑食物的营养价值

- 消费者对食材的营养价值更加重视，以水果和水产这两个主要的食品品类为例，新鲜天然的时令水果和远离污染、富含优质蛋白的海鲜水产品分别在各自品类里销售占比增加，“不仅要吃，还要吃得讲究”。

2013-2016 线上不同类别水果产品销售额占比



2013-2016 线上不同类别水（海）产品销售额占比



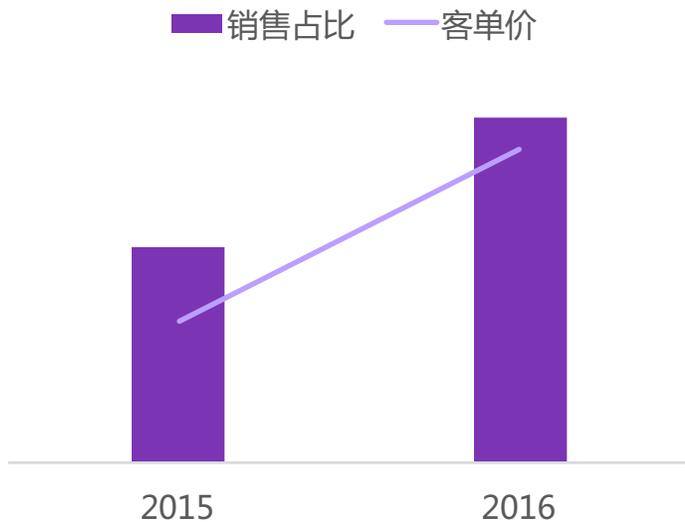
注释：时令水果是指季节性比较强，每年只在一定季节出售的水果。四季水果是指常年供应的水果；数据来源：CBNData 《2017中国家庭餐桌消费潮流报告》

数据来源：CBNData 《2017中国家庭餐桌消费潮流报告》

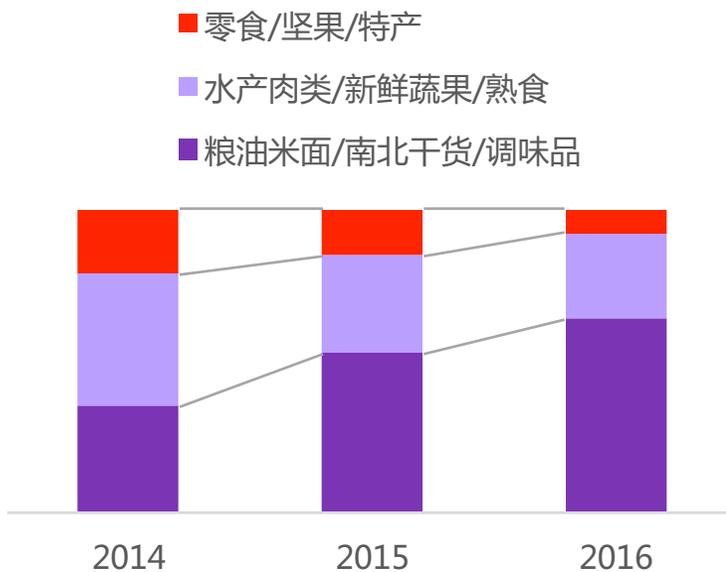
饮食健康化：消费者更愿意为有机食品买单，粮油干货类有机食品支出增加

- 随着消费者对有机食品认可度的提升，2016年有机食品的客单价有了爆发式增长，带动有机食品整体销售额增加，尤其是有机食用油产品受到广泛欢迎。

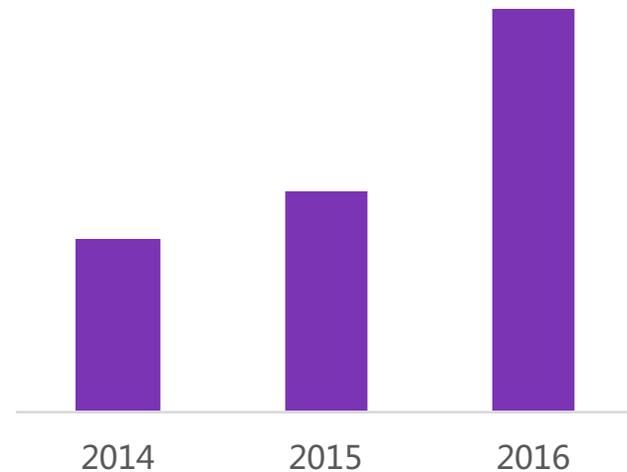
2015-2016天猫有机食品在食品中销售占比及客单价



2014-2016天猫有机食品销售额分布



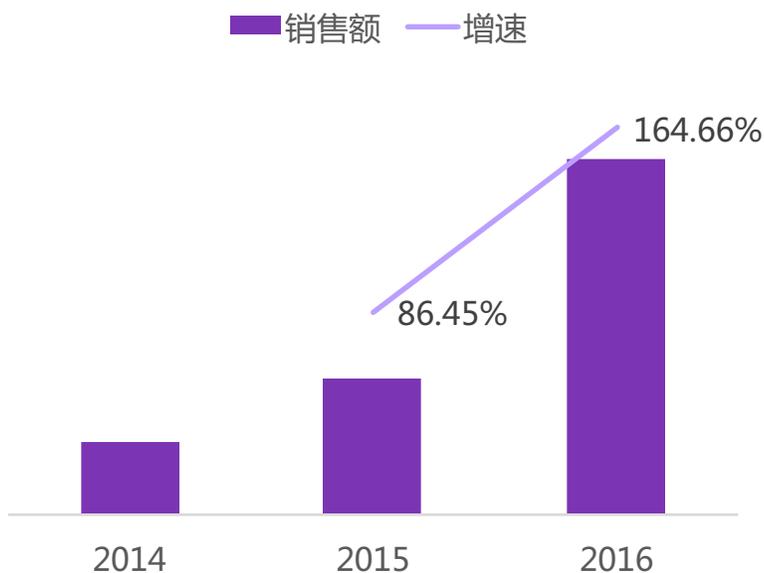
2014-2016天猫有机食用油在有机食品中销售占比



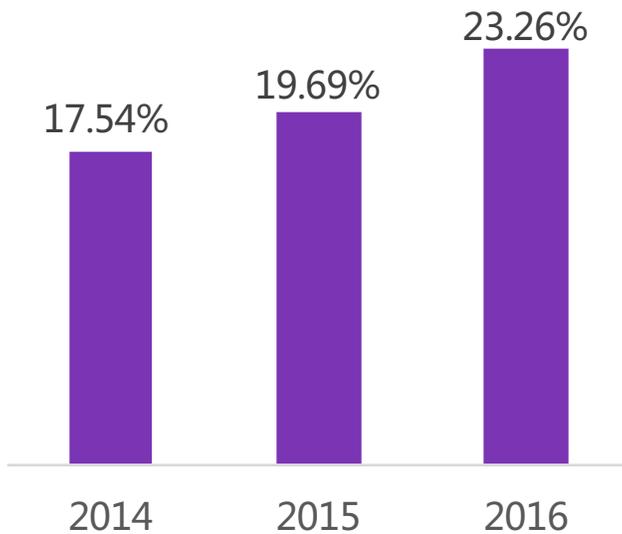
运动常态化：跑步成为全民运动，在家也要跑跑跑

- 越来越多人加入到跑步运动的大军中，不仅掀起了马拉松热潮，也带动了居家跑步设备的销售上升，跑步俨然成为一种新的生活方式。

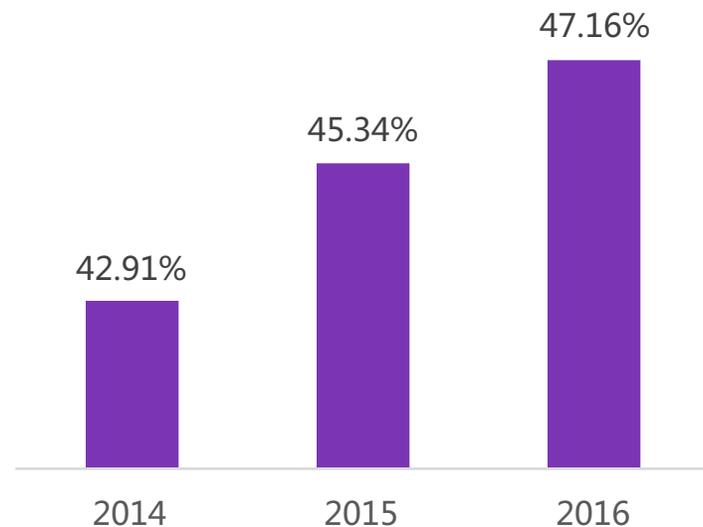
2014-2016 天猫跑步机销售额及增速



2014-2016 天猫跑步机在运动用品中销售占比



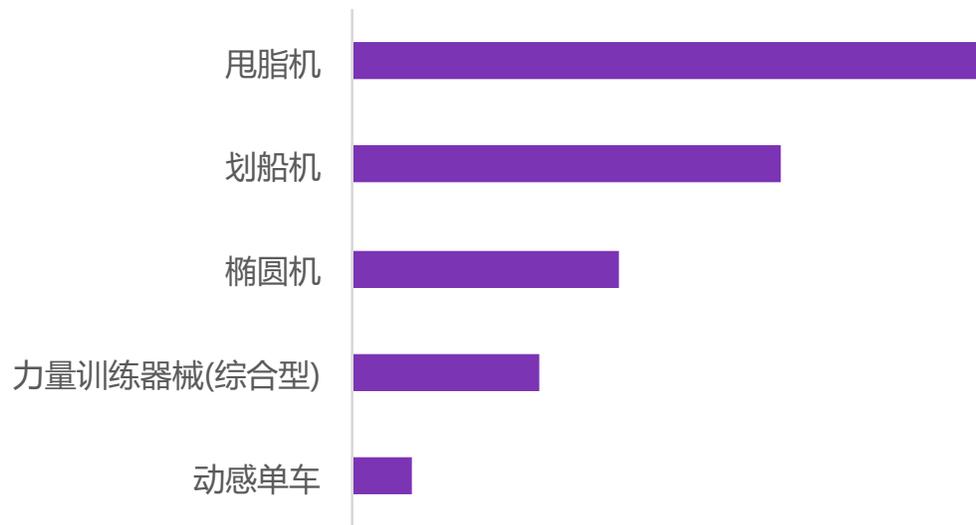
2014-2016 天猫跑步鞋在运动鞋中销售占比



运动常态化：健身形式多样化

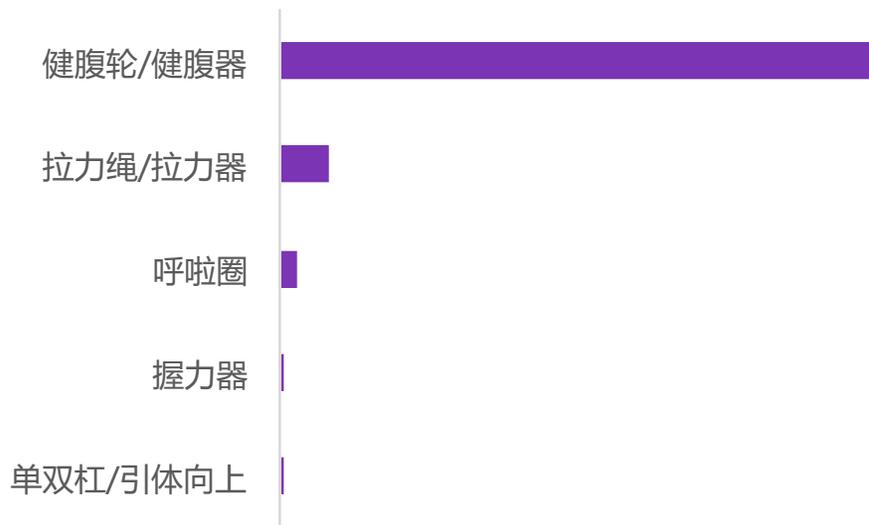
- 健身达人不断增多，健身器材的选择日趋多样，除了全身减脂，局部塑形也开始日渐流行。

2016 天猫大型健身器材销售额 热度提升TOP5



注：热度提升指的是在小型健身器材中占比增幅

2016 天猫小型健身器材销售额 热度提升TOP5



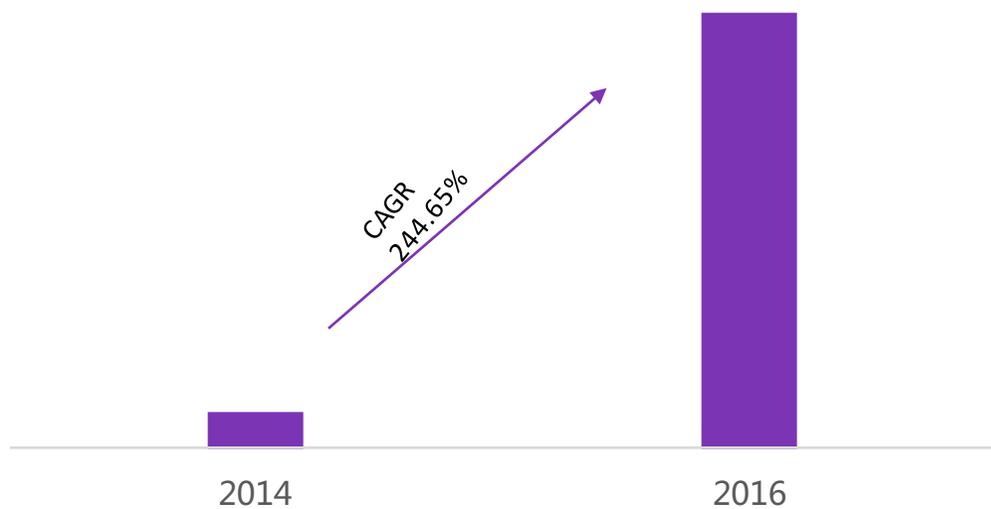
注：热度提升指的是在大型健身器材中占比增幅



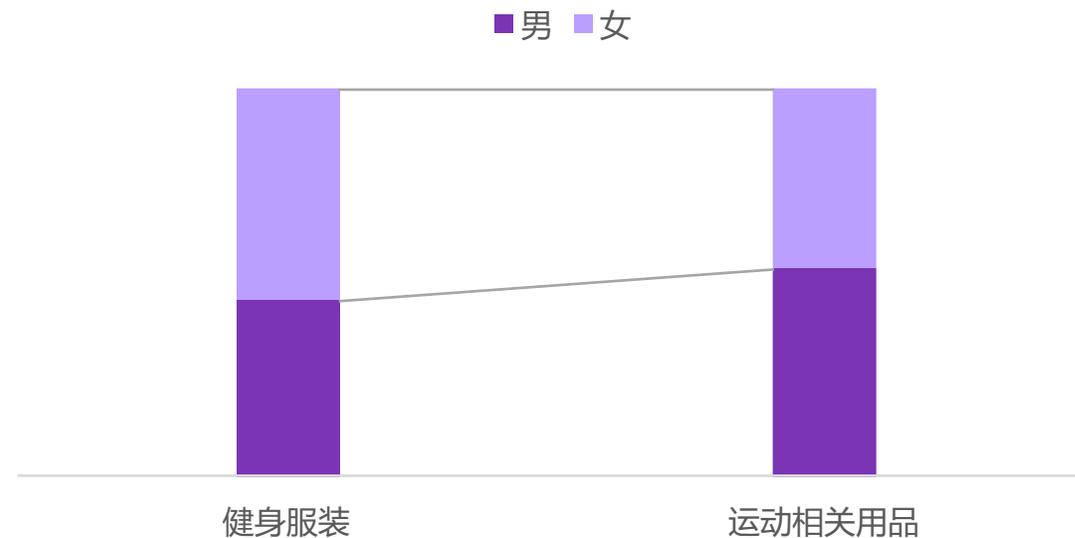
运动常态化：带动相关装备热销

- 健身热带动了相关专业装备的火爆，女性对购买兼具时尚感与专业度的健身服装尤为热衷。

2014-2016天猫健身服装销售额



2016 天猫健身服装 VS. 运动用品整体 销售额性别分布

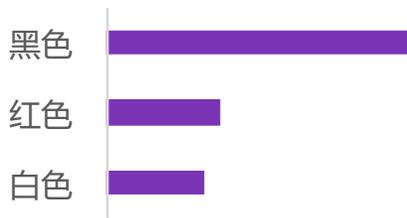


运动常态化：以运动内衣为代表的健身单品日益时尚化，成为女性在运动场景下的个性代言品

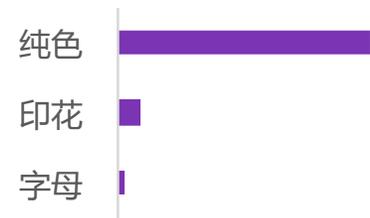
- 运动内衣在2016年呈现出爆发式增长，越来越多的女性选择在运动时穿戴专业的内衣，起到舒适与保护的作用；
- 而越来越多的时尚元素也开始与运动内衣相结合，使得运动内衣不单是功能性产品，更加成为了一款运动场景下的时尚单品。



2016天猫运动内衣 女性
最喜爱颜色 TOP3



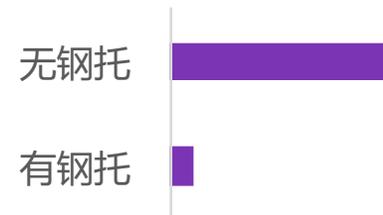
2016天猫运动内衣 女性
最喜爱图案 TOP3



2016天猫运动内衣 女性
最喜爱肩带款式 TOP3



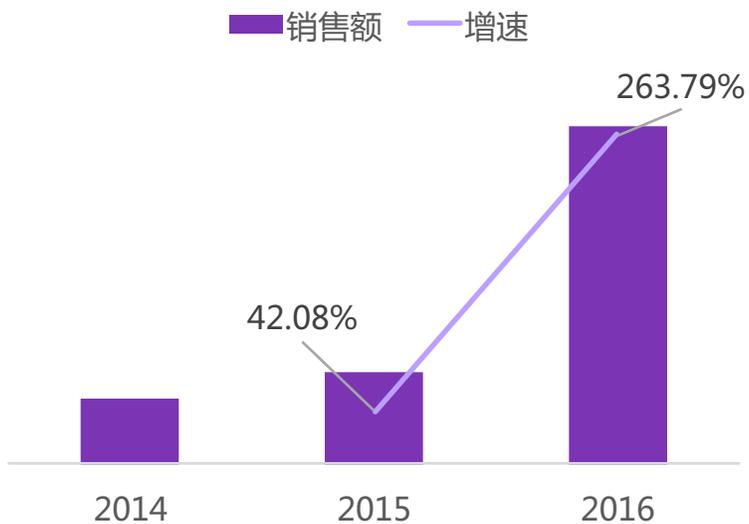
2016天猫运动内衣 女性
有无钢托偏好度



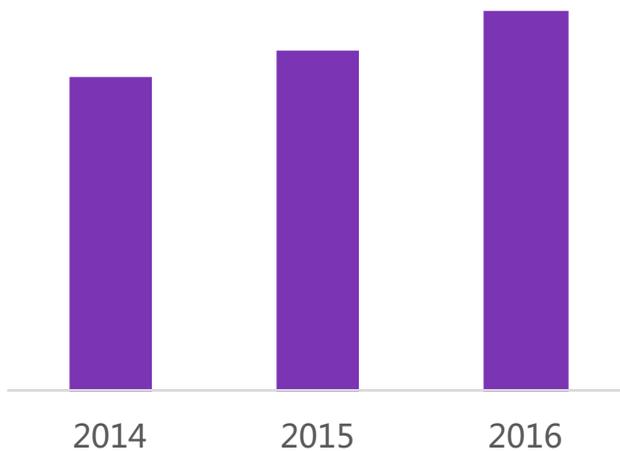
注：以上排序指标均为销售额

运动常态化：人们越来越喜欢走出家门，到户外放松身心，潜水等水上运动较为受欢迎

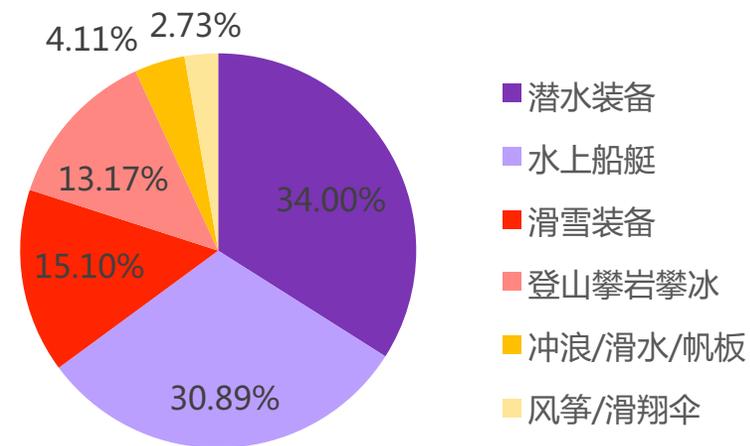
2014-2016 天猫露营登山帐篷
销售额及增速



2014-2016 天猫专项户外运动装备
在户外用品中销售占比



2016天猫专项户外运动装备销售额分布



PART3

2017消费升级趋势

▶ 追求精致讲究



消费升级之精致化生活



对生活各方面
要求的提高



需要全面优化的
生活体验

需要消费的商品品类日渐丰富

广

需要的商品品质日渐提高

优

品类丰富化：对个体细节的关注带动一些非主流品类的兴起



美体

2016 天猫线上美体工具销售额
蹿升品类



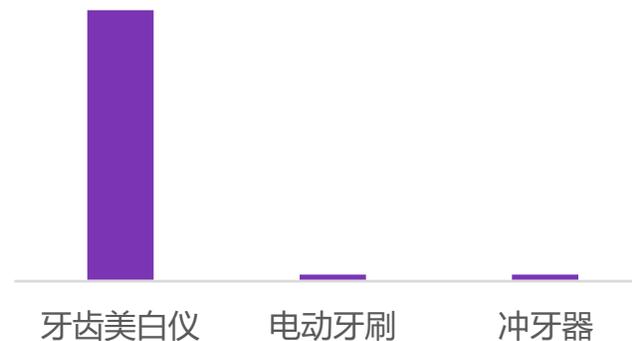
美容

2016 天猫线上美容工具销售额
蹿升品类



美齿

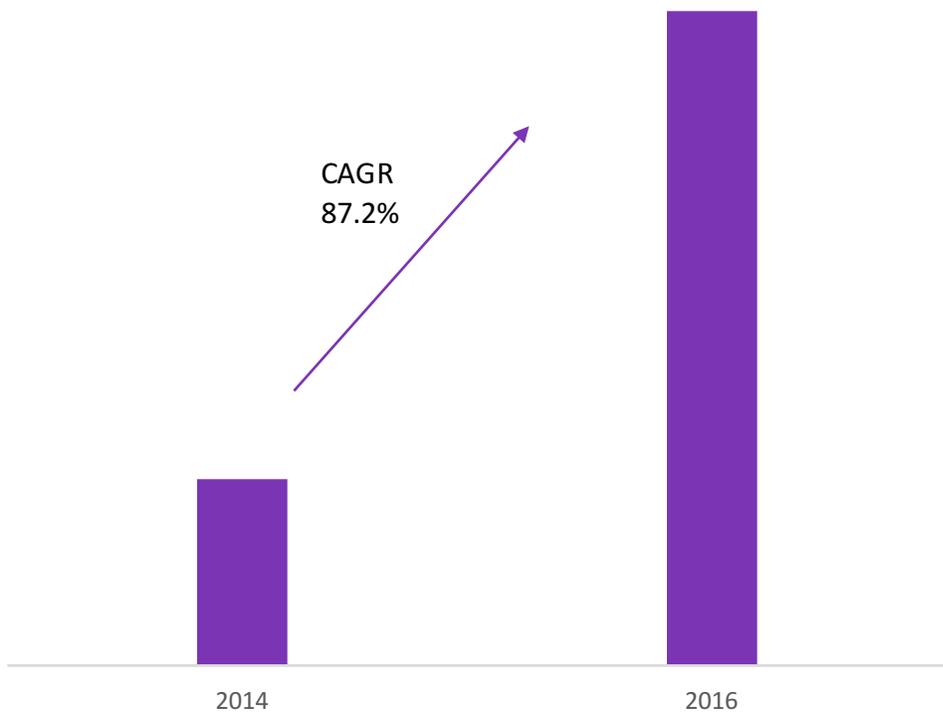
2016 天猫线上美齿工具销售额
蹿升品类



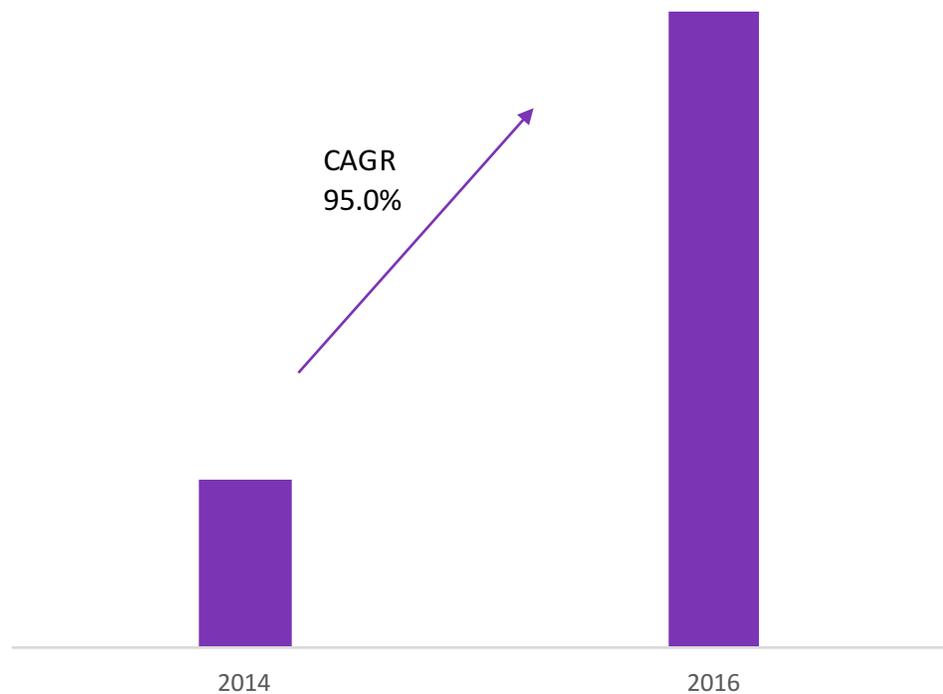
注：“蹿升品类”指2016年销售额相对2015年有大幅增长

品类丰富化：消费者对生活环境品质要求提升，使用净水器、抽湿器等设备的人数不断增加

2014-2016天猫净水器用户数



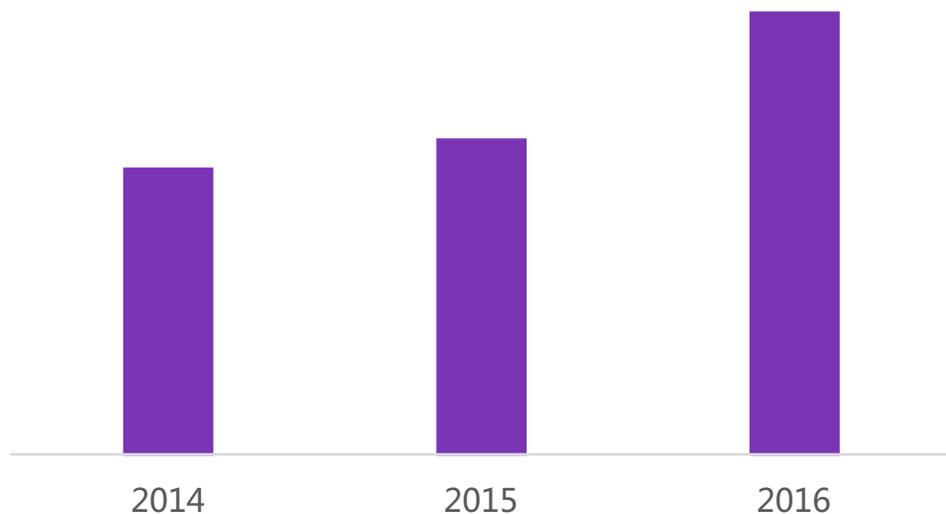
2014-2016天猫抽湿器用户数



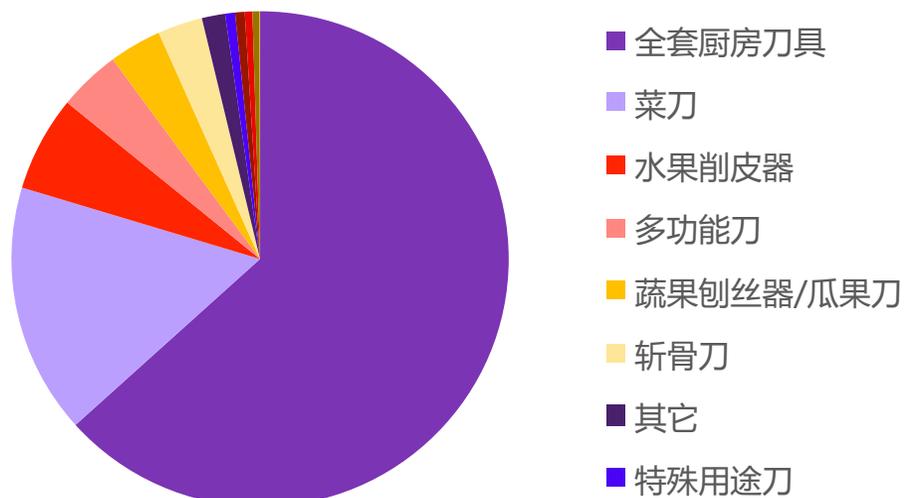
品类丰富化：日用品的使用场景不断细分，每个细分场景对应的专业化产品不断增加

- 以日用品“刀具”为例，细分的功能品类越来越多，消费者会根据具体使用场景选择对应的细分产品，从而致使人均购买刀具件数不断上涨。

2014-2016天猫人均购买刀具件数



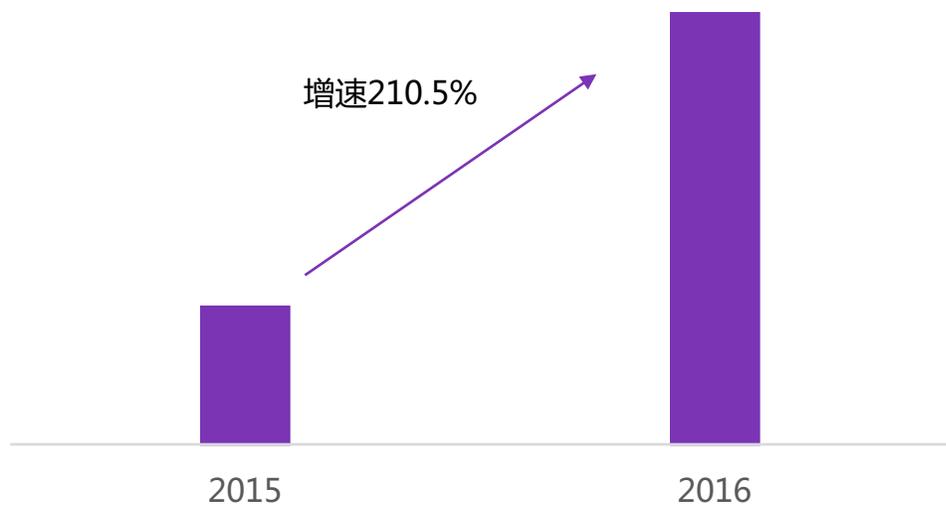
2016天猫刀具销售额分布



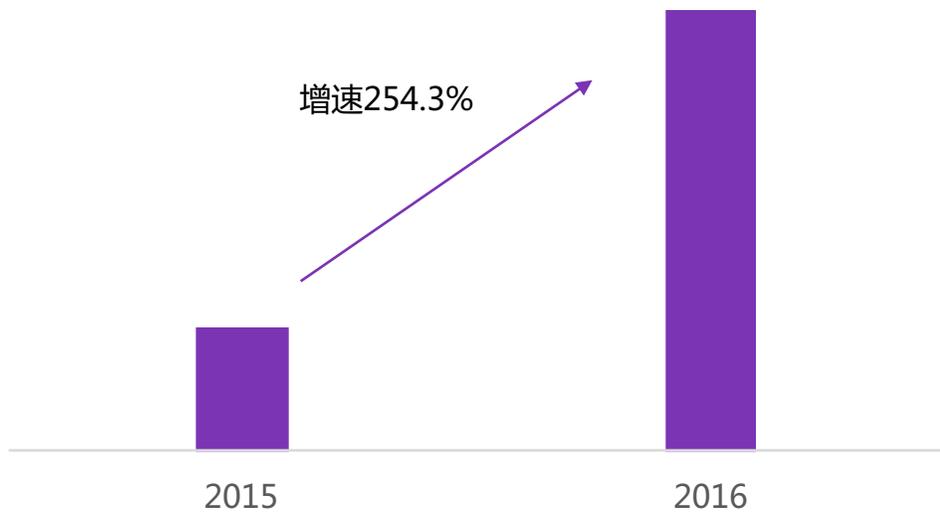
品类丰富化：增加生活美好体验的产品逐渐增多，“美”渗入生活的方方面面

- 能够增加生活“美”感的装饰画、绿植等产品出现爆发式增长，这类产品往往可以增加消费者的生活幸福感。

2015-2016天猫装饰画销售额

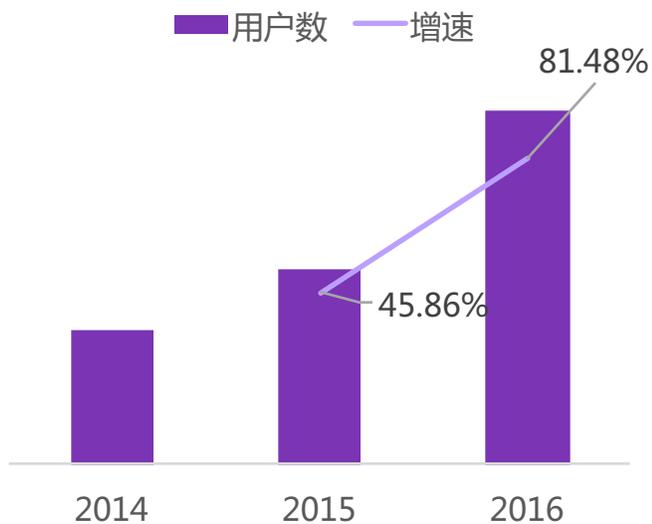


2015-2016天猫仿真绿植销售额

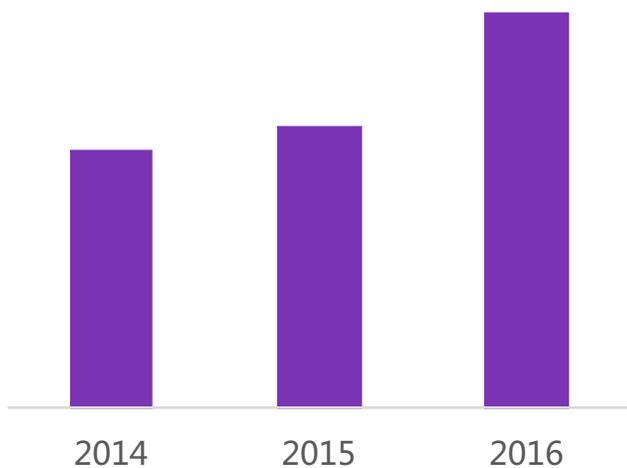


品类丰富化：追求舒适，消费者对放松按摩类产品需求增加，眼部按摩器成为新晋爆款产品，消费者使用场景日益丰富

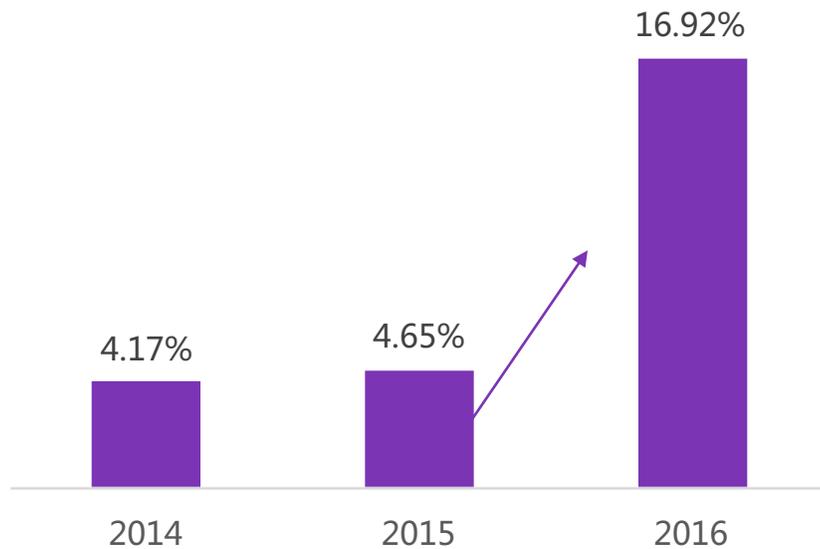
2014-2016
天猫按摩器材用户数及增速



2014-2016
天猫按摩器材人均购买件数



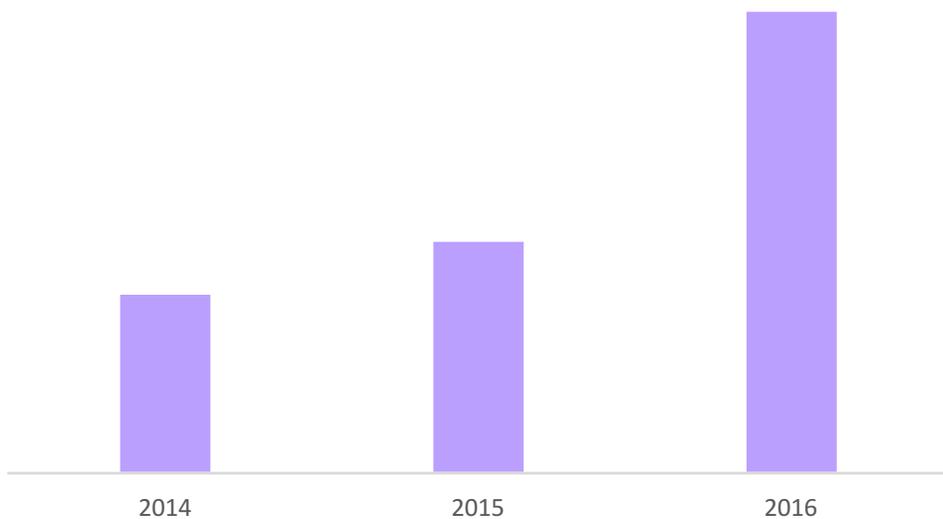
2014-2016
天猫眼部按摩器在按摩器材中销售占比



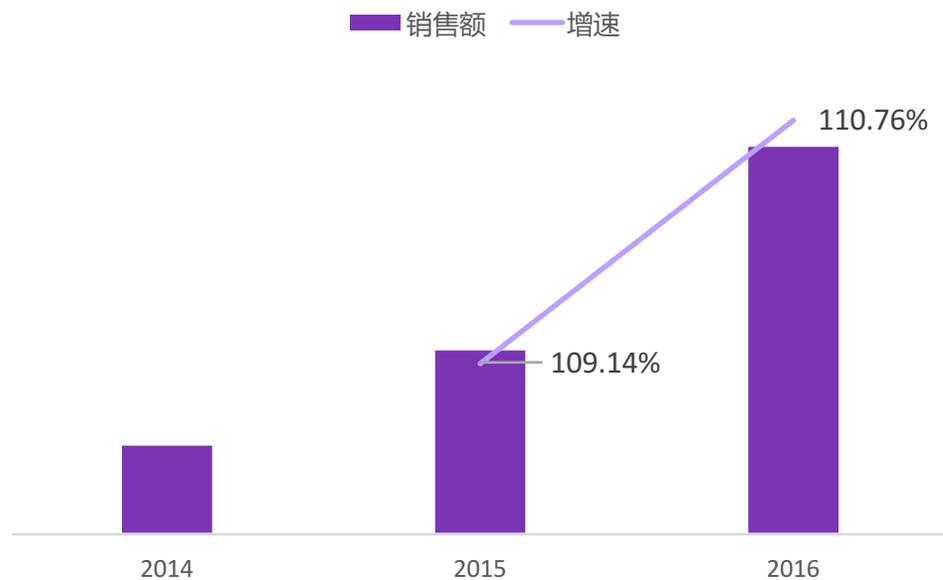
品质高端化：消费者对日常用品的品质要求提升，高端品类兴起

- 以清洁日用品“洗衣液”为例，销售出的商品越来越贵，消费者愿意为优质的商品支付更高的价格；
- 一些高端品类应势兴起，诸如洗衣产品中较为高端的专业洗衣液每年都在以翻倍的速度增长。

2014-2016 天猫洗衣液销售件单价



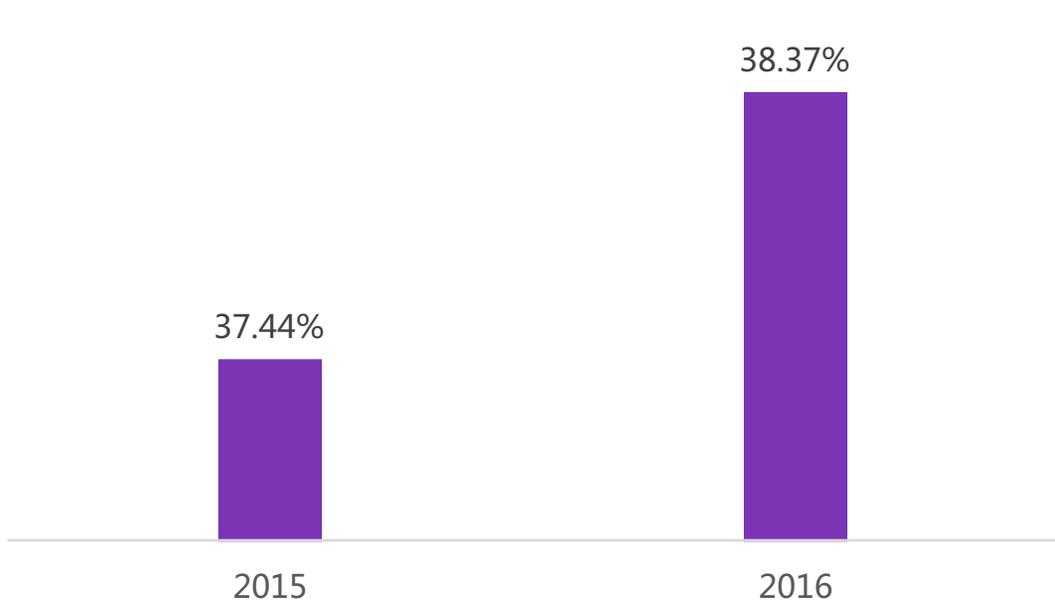
2014-2016 天猫专业洗衣液销售额及增速



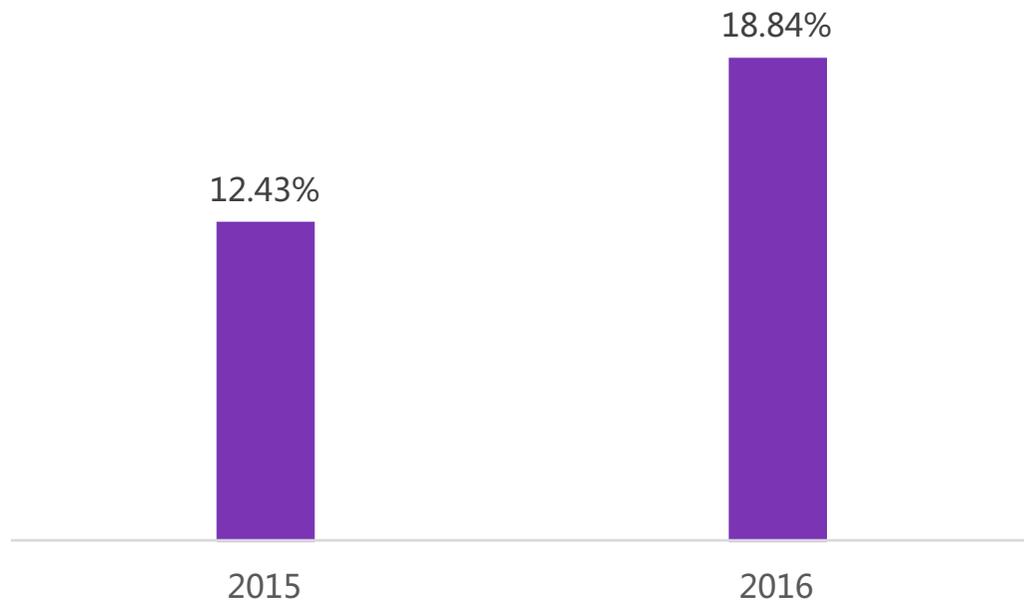
品质高端化：消费者对产品专业度要求提升，套装组合式购买更放心

- 套装产品在众多日用品类中销量占比均有提升。究其原因，套装内产品匹配度高，整体使用感比较好，消费者购买更加放心。

2014-2016 天猫床品套件在床上用品中销售额占比



2014-2016 天猫锅组套装在床上用品中销售额占比



PART3

2017消费升级趋势

▶ 智能化生活



家庭智能、智能设备和智能酷玩是目前智能生活的三大代表领域

家庭智能

- 包括智能家居、家庭电脑、物联网等打造智能家庭的产品



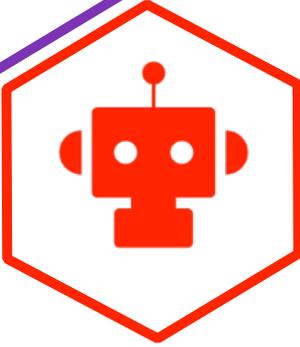
智能设备

- 包括扫地机器人、智能电视、智能可穿戴设备等通过智能方式来提升消费体验的设备



智能酷玩

- 包括无人机、机器人、平衡车等代表高精尖个人玩物的潮品



家庭智能：家居小配件仍是主流，智能化家居系统仍未普及

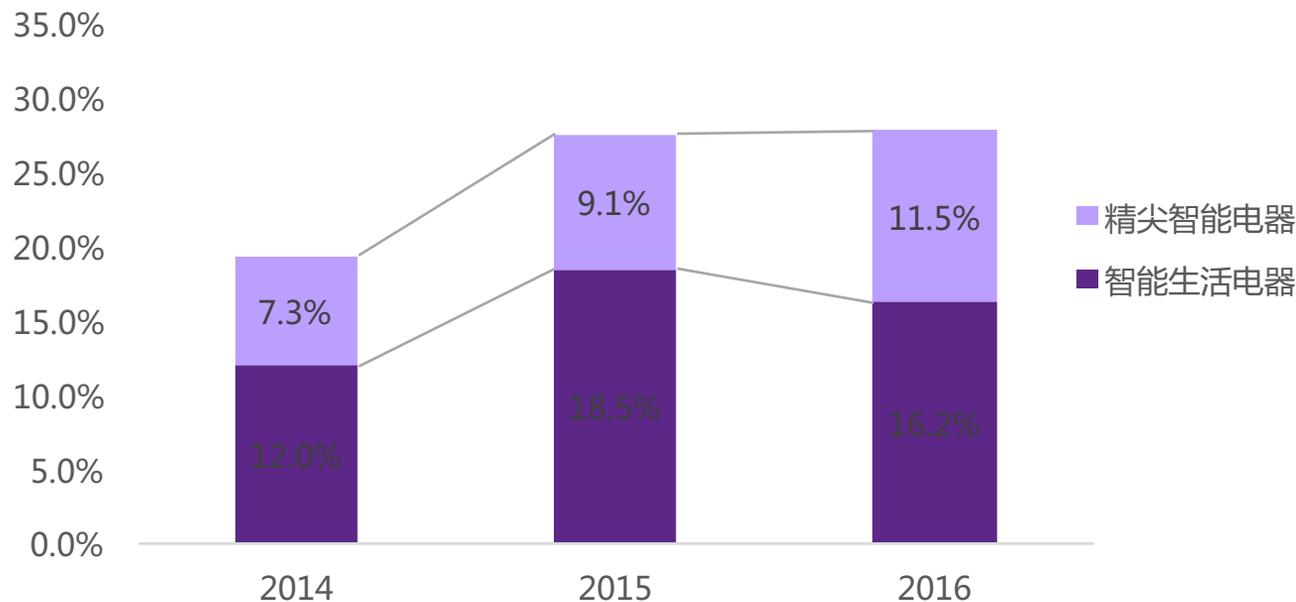
- 2016年十大智能家居商品中，无线门铃占据主流，真正代表智能家居前景的智能系统仍未普及。

排名	商品名
1	交流远距离遥控电子门铃
2	海得曼防水自发电门铃
3	澳格纳无线门铃
4	科力鑫中央空调
5	慧居安卓背景音乐主机系统
6	牧锐无线门铃
7	海德曼无线门铃
8	杜亚电动窗帘
9	控客手机远程遥控开关智能插座
10	家庭背景音乐主机系统套装

智能设备：在生活电器中智能与专业相关电器占比增加

- 人们日常使用的生活电器中，智能电器与高精尖的专业电器占比日益提升，智能概念的电器成为广泛被消费者接受的产品。

2014-2016 天猫生活电器类目高科技相关电器占比

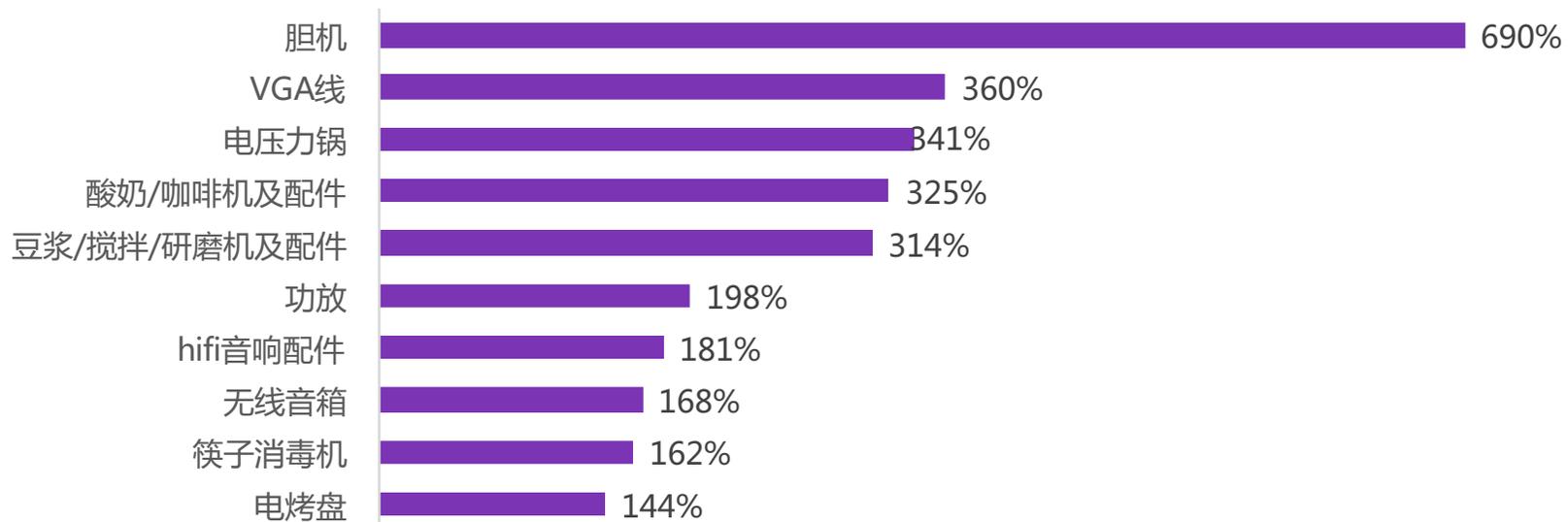


注：智能生活电器包括：空气净化机器人，扫地机器人，服务机器人，擦窗机器人；精尖生活电器包括：蒸汽清洁机，干衣机，蒸汽拖把，除螨仪，除湿器，超声波清洁仪，干鞋机

智能设备：消费者对专业的影音器材与专业厨房电器需求增长最明显

- 在电器品类中，增长最快的叶子类目集中于Hifi相关类目与专业的厨房电器，这些类目消费的增长代表了消费者对于能提升生活品质的科技产品的需求日益上升。

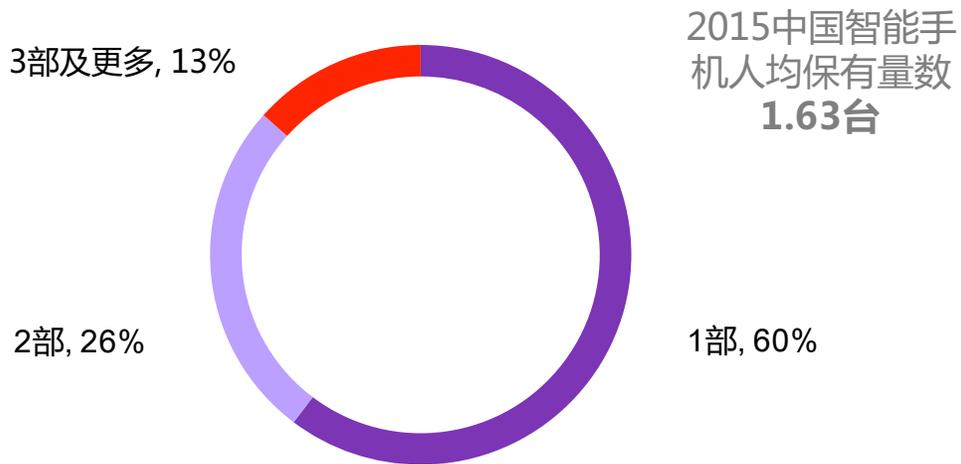
2014-2016 天猫电器品类增长最快叶子类目



智能设备：智能手机作为人们智能生活的核心

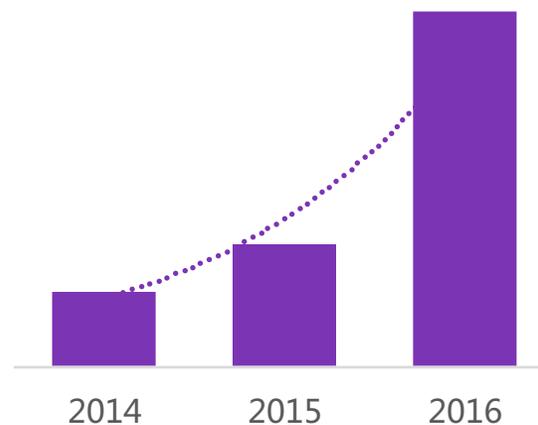
- 智能手机逐渐成为人们智能生活中的核心，人均拥有超过1台智能手机；
- 在人均保有量形成规模同时，消费者在手机上的支出也逐年上升。

2015 中国智能手机拥有量



数据来源：德勤《2015中国移动消费者行为报告》

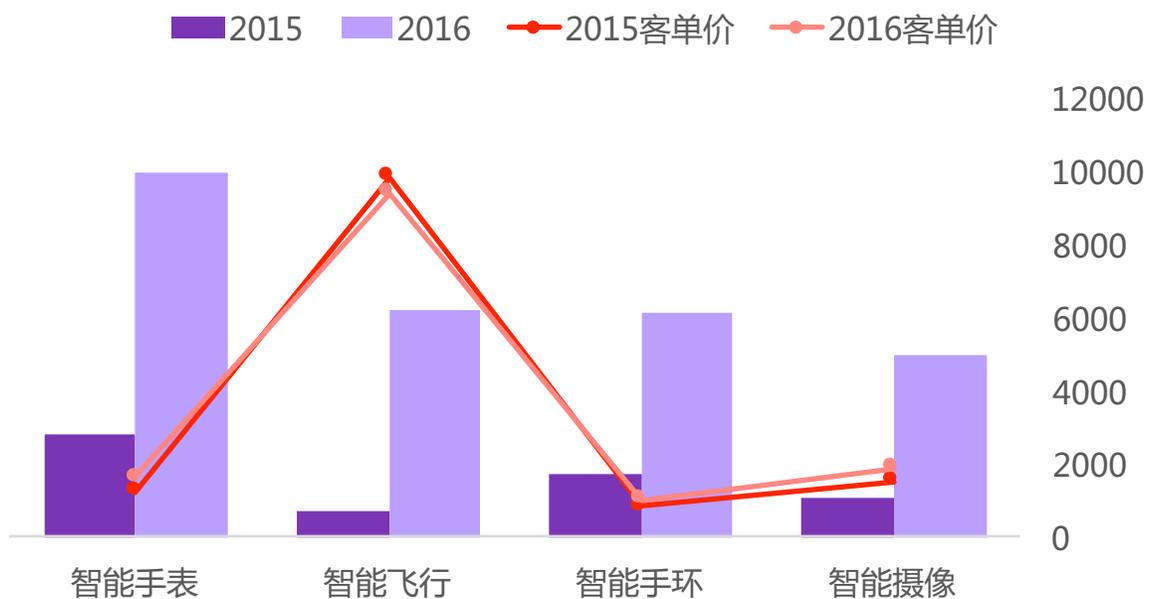
2014-2016 天猫手机类目客单价变化



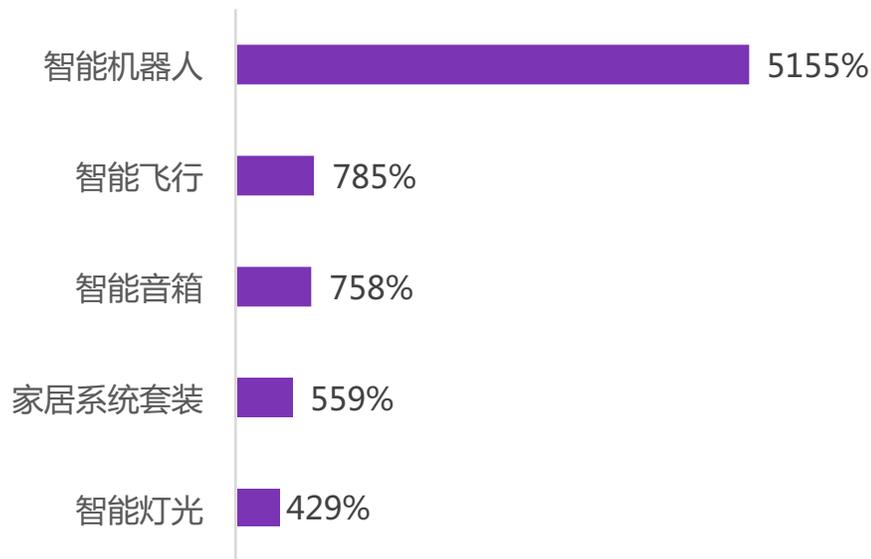
智能酷玩：智能设备逐渐由可穿戴设备渗透至其他电器品类

- 从2015年至2016年智能设备经历爆发性增长，且客单价有不同程度的增长，说明消费者的消费需求增长迅猛；
- 而增长最快的智能设备均为非传统的智能设备品类，从机器人到灯光均出现智能化趋势。

2015-2016 天猫代表性智能设备销量及客单价变化



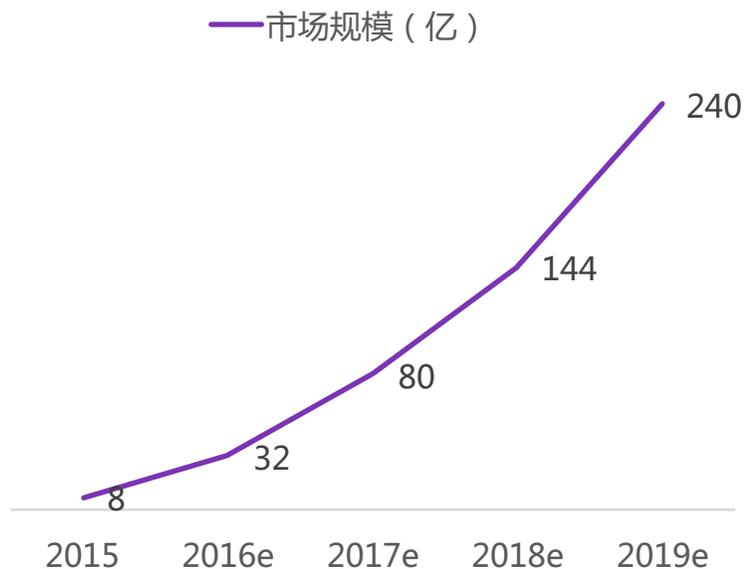
2015-2016 天猫智能设备销售额增长最快品类



智能酷玩：智能飞行市场增长迅猛，大众产品的推出加速产品普及

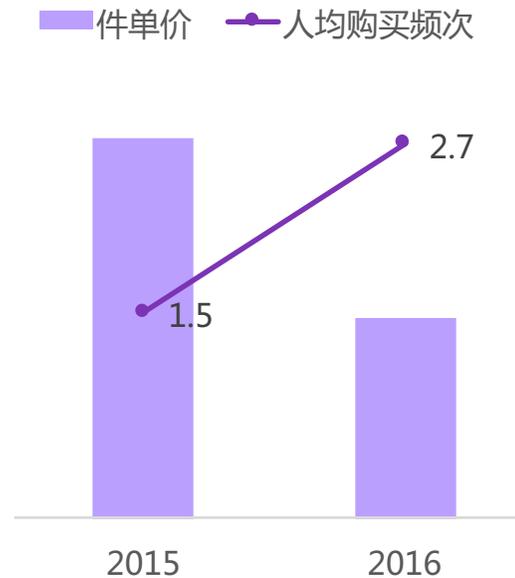
- 预计2015年到2019年，中国消费级无人机市场将呈现指数级快速增长，市场潜力巨大；
- 众多价格亲民的大众智能飞行产品的推出让智能飞行产品不再是少数高端消费者的玩具，而成为大众也能消费的大众玩具，可以预见未来更多的低价产品投入市场将进一步提升消费者的消费深度。

2015-2019 中国消费级无人机市场规模及预测



数据来源：艾媒咨询《2016年中国无人机行业研究报告》

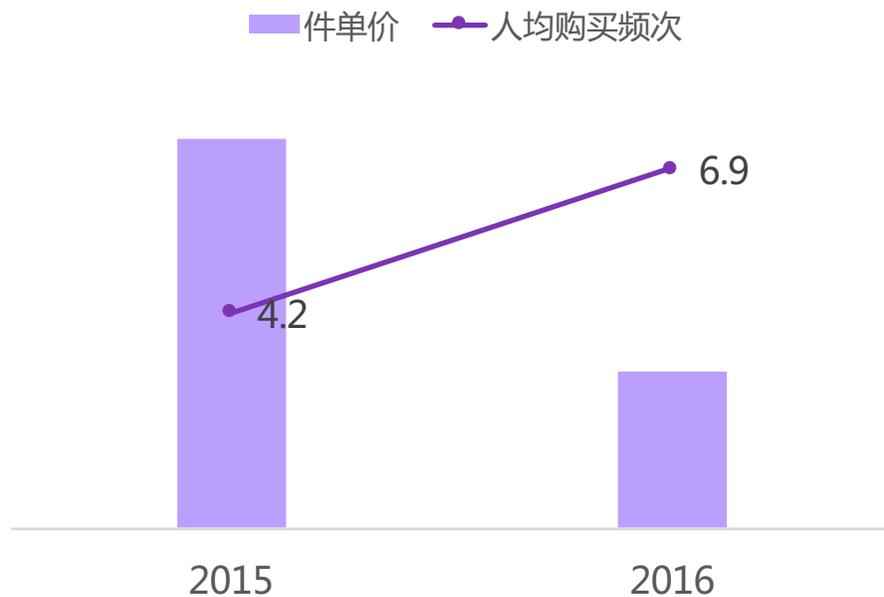
2015-2016 天猫智能飞行设备件单价及人均购买频次



智能设备整体价格下降推动了智能设备的普及

- 智能设备行业整体的件单价的下滑降低了消费者使用智能设备的门槛，成为推动智能生活普及的最大因素，人均购买智能设备的频次已上升到接近7次，智能设备已成为消费者生活的一部分。

2015-2016 天猫智能设备件单价及人均购买频次



数据来源：艾媒咨询《2016年中国无人机行业研究报告》

PART3

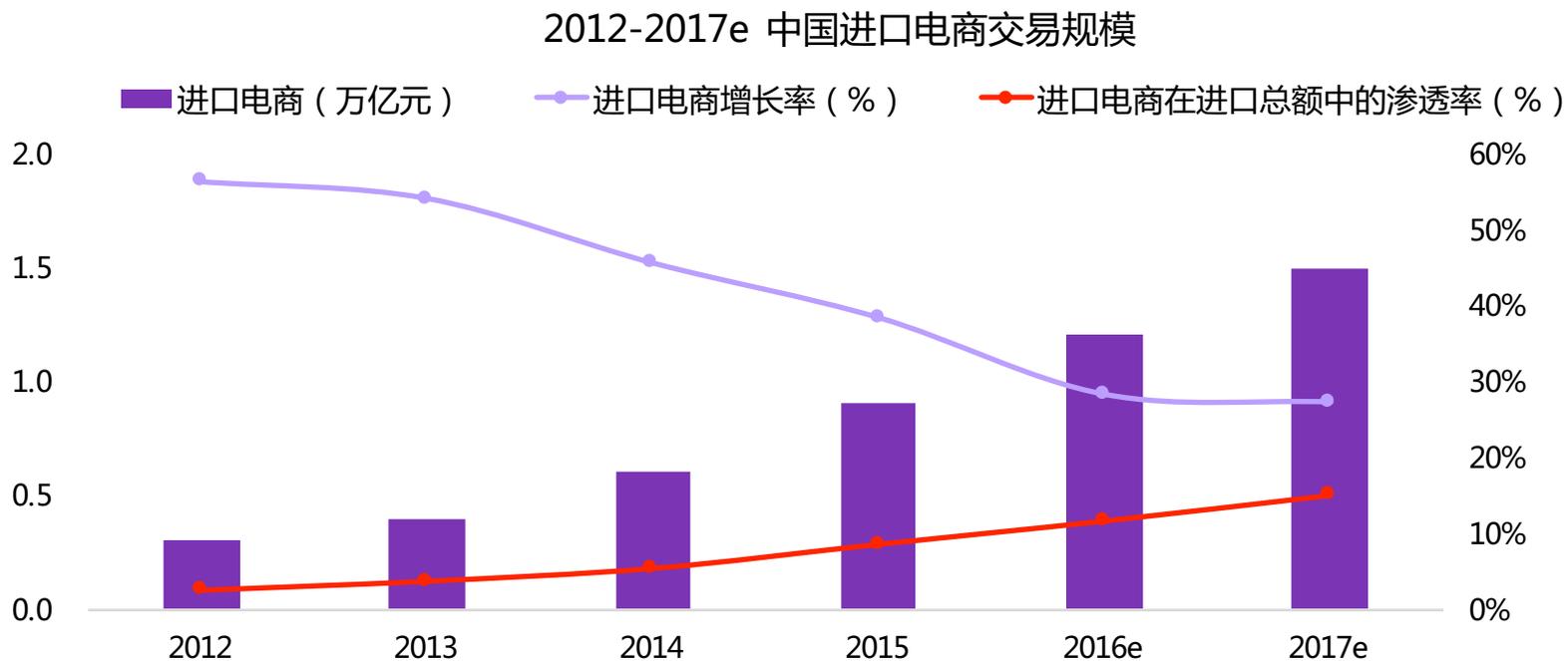
2017消费升级趋势

► Buy Buy 全世界



中国进口电商市场持续稳步增长

- 进口电商总量增速稳定保持在30%以上，由野蛮生长向市场规范整合过渡；
- 进口电商以零售为主，其在进口总额中渗透率的提高表现出国内消费者线上购买进口产品消费行为日趋成熟。

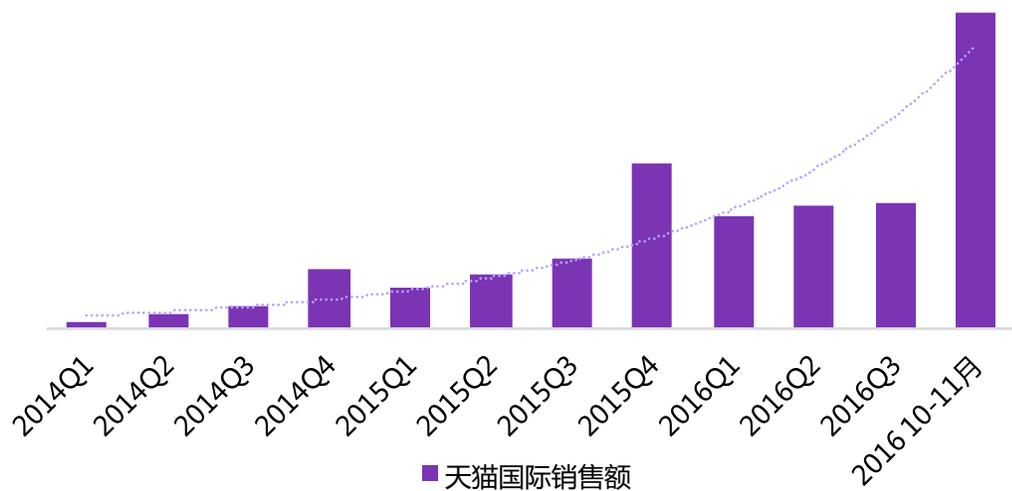


资料来源：艾瑞咨询

天猫国际2014年初正式上线以来，销售额成显著的周期性增长；2016年，美妆护理占比飙升，位居第一，非标品类崛起

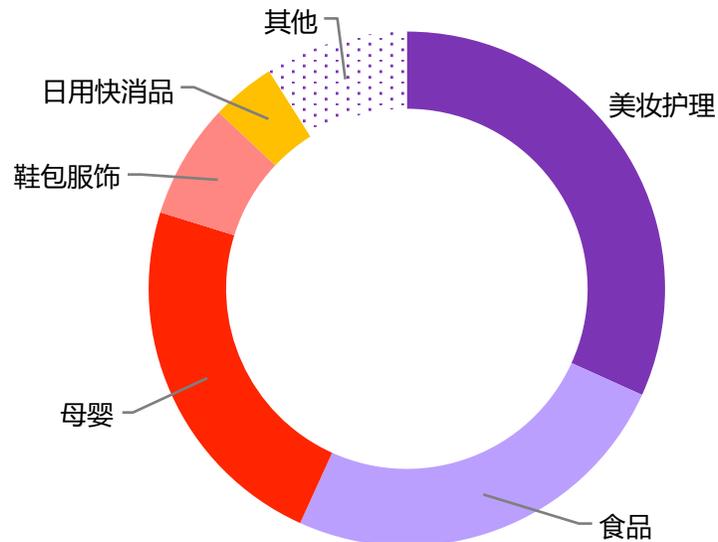
- 食品、美妆护理和母婴用品是拉动销售的主营品类，而2016年美妆护理占比飙升，跃居第一；同时，鞋包服饰等非标品类占比上升，消费者的进口消费品类开始扩展。

2014-2016 天猫国际销售额



数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

2016 天猫国际品类销售额分布

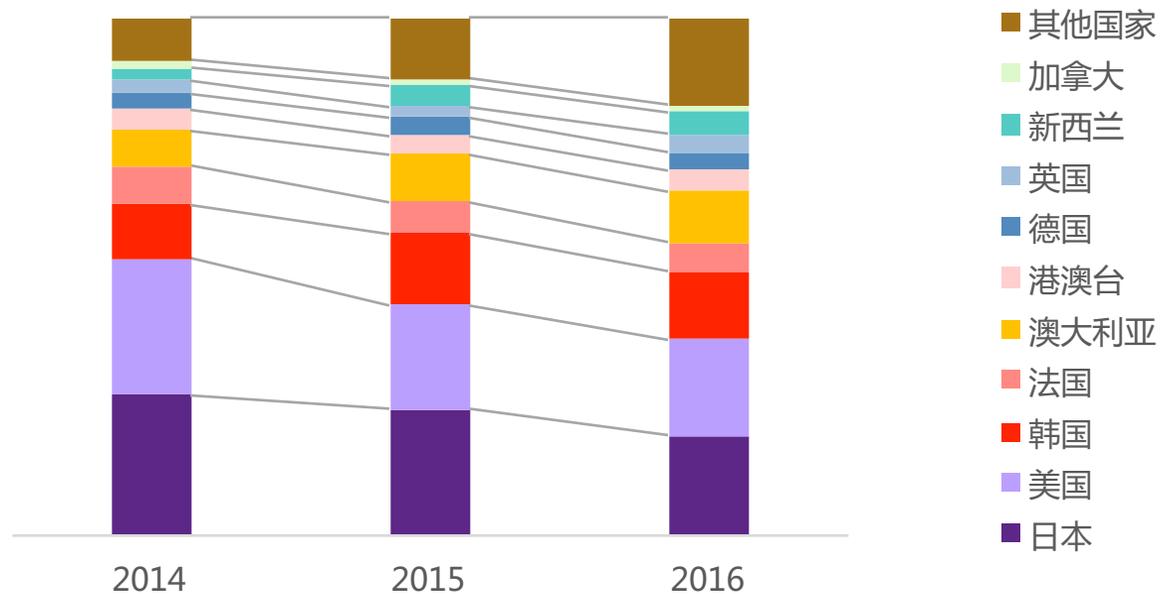


数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

进口消费涉及的原产国更加多元

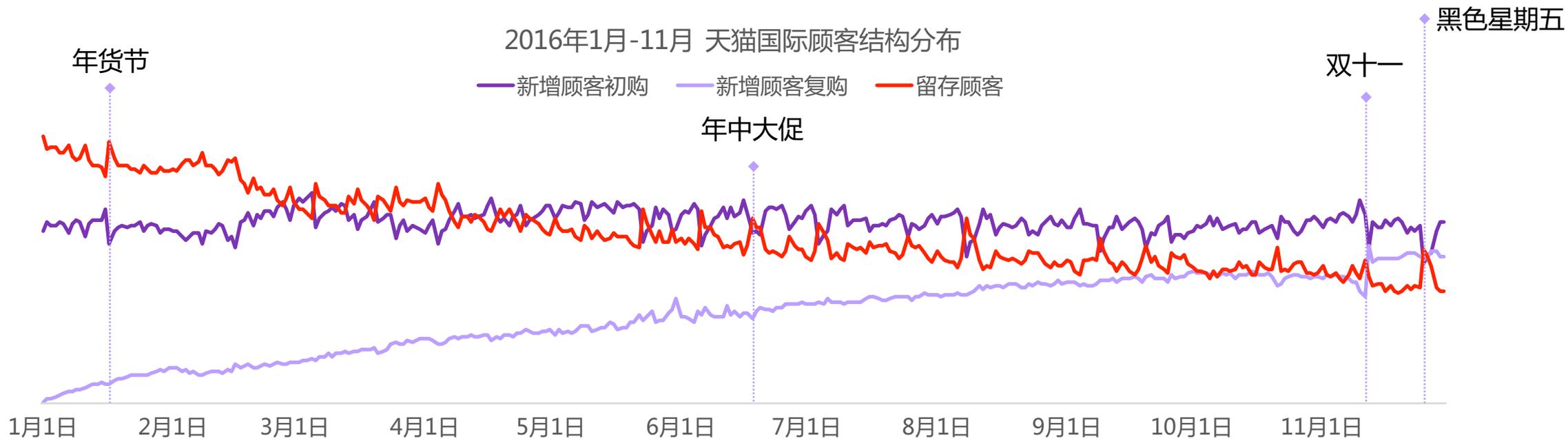
- 由进口国成交额来看，小众国家的产品销售额占比逐年快速提升，说明消费者进口消费观念的升级，对于更多品类更多国家的进口商品接受度在提升。

2014-2016 天猫国际Top10进口国销售额占比



进口消费的习惯形成，来自于新增顾客沉淀成留存客户

- 2016年4月开始，新增初购人群逐渐超过留存顾客，成为天猫国际的主导，同时，新增人群养成进口消费习惯，在天猫国际进行重复购买；10月后，由新增客户转化的复购客户逐渐成为天猫国际的主要客户群体。

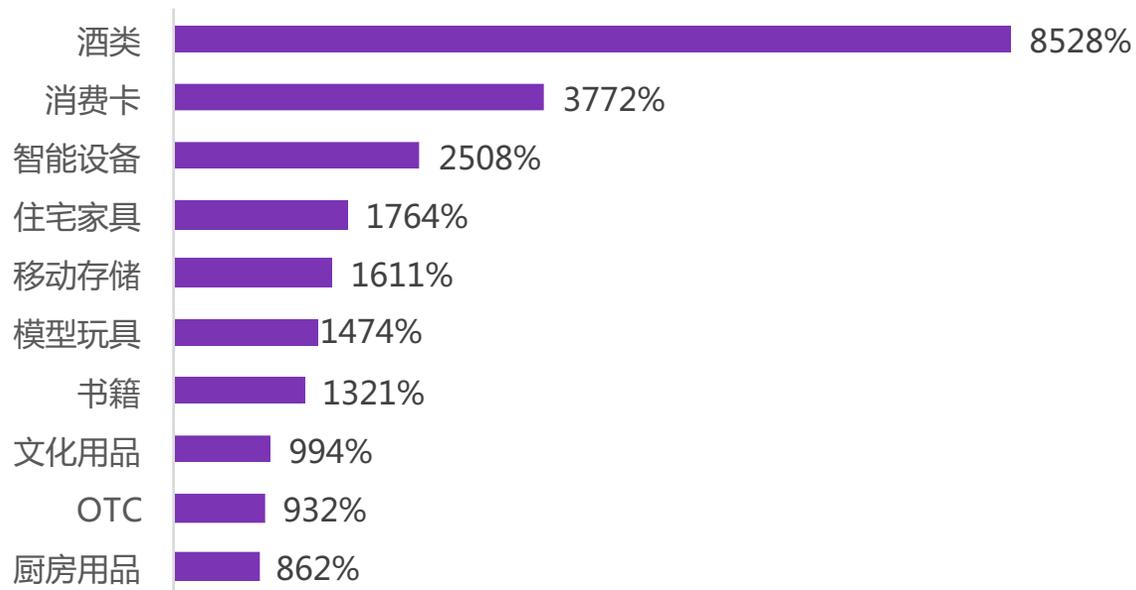


数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

进口商品中生活品质相关消费增长迅速

- 对品质生活的追求让消费者的消费重心转向提升生活品质相关品类上，如智能设备、居家用品与文化用品等。

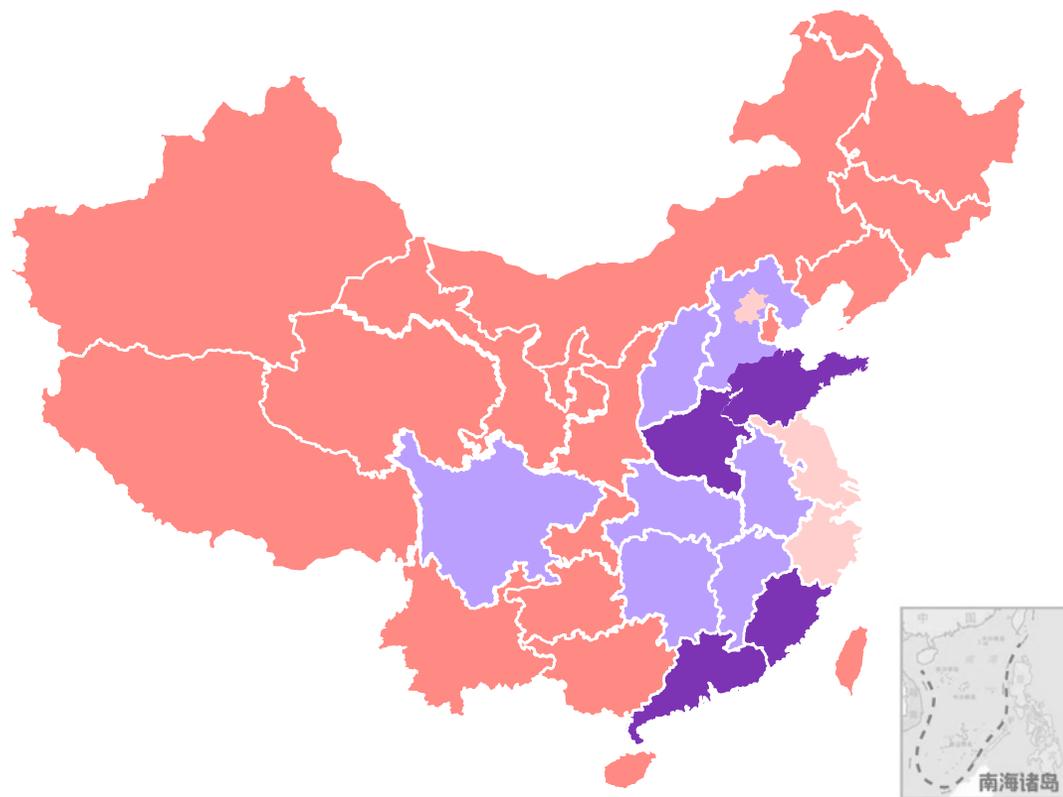
2015-2016 天猫国际销售额增长最快品类



数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》

进口消费由经济发达地区向人口大省与其他沿海地区渗透

2016 各省天猫国际销售额占比趋势图



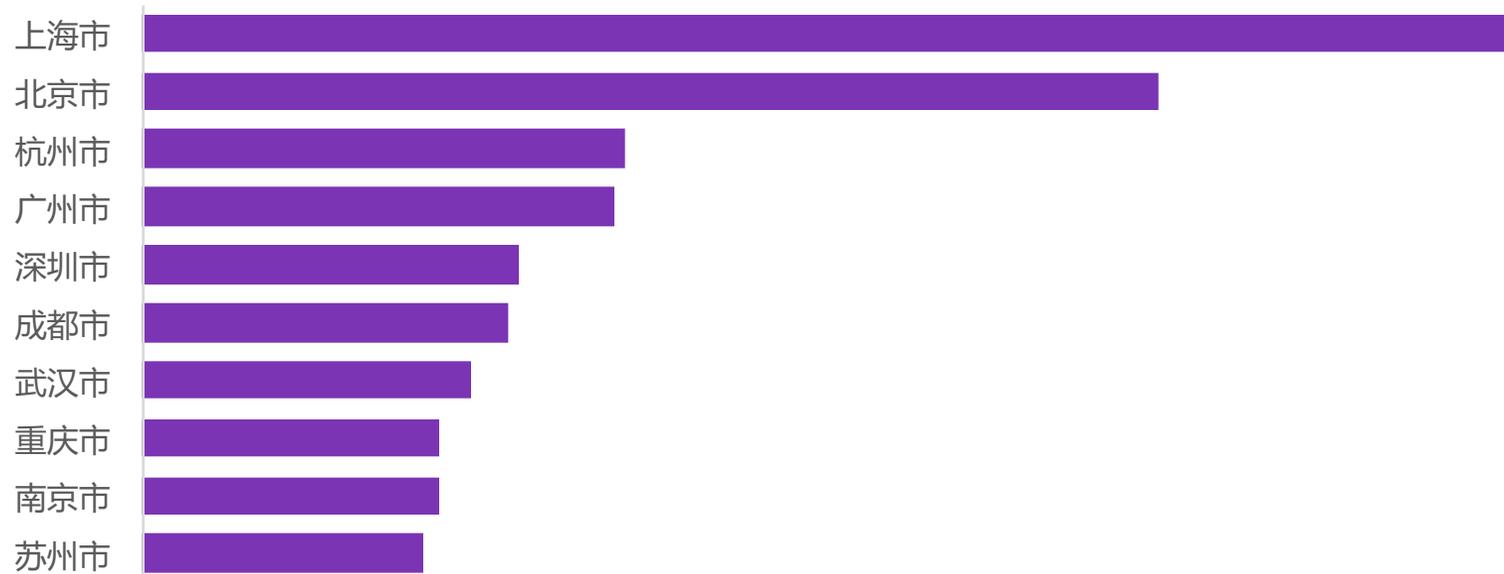
进口消费
逐渐由江浙沪与北京
渗透到山东福建等沿海地区
与河南四川河北等内陆人口大省

- >0.3%
- 0%-0.3%
- 0.2%-0%
- <0.2%

新一线城市成为进口消费的新主力

- 一些消费力强的新一线城市的进口消费在接近传统一线城市。

2016 天猫国际消费额 TOP10 城市



数据来源：CBNData《进口消费洞察报告》



PART 4

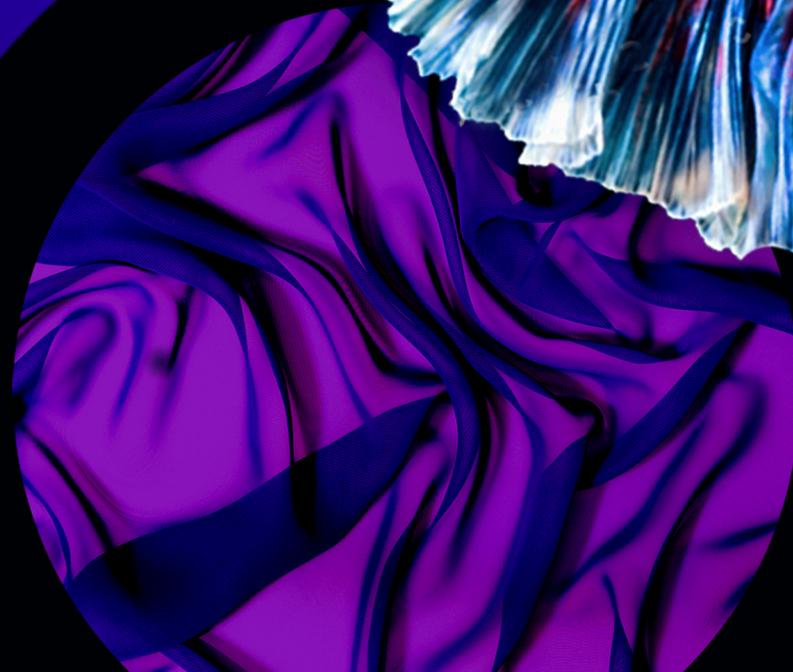
38女王节品质消费榜

天猫 3·8 女王节

PART4

38女王节品质消费榜

● 流行榜单



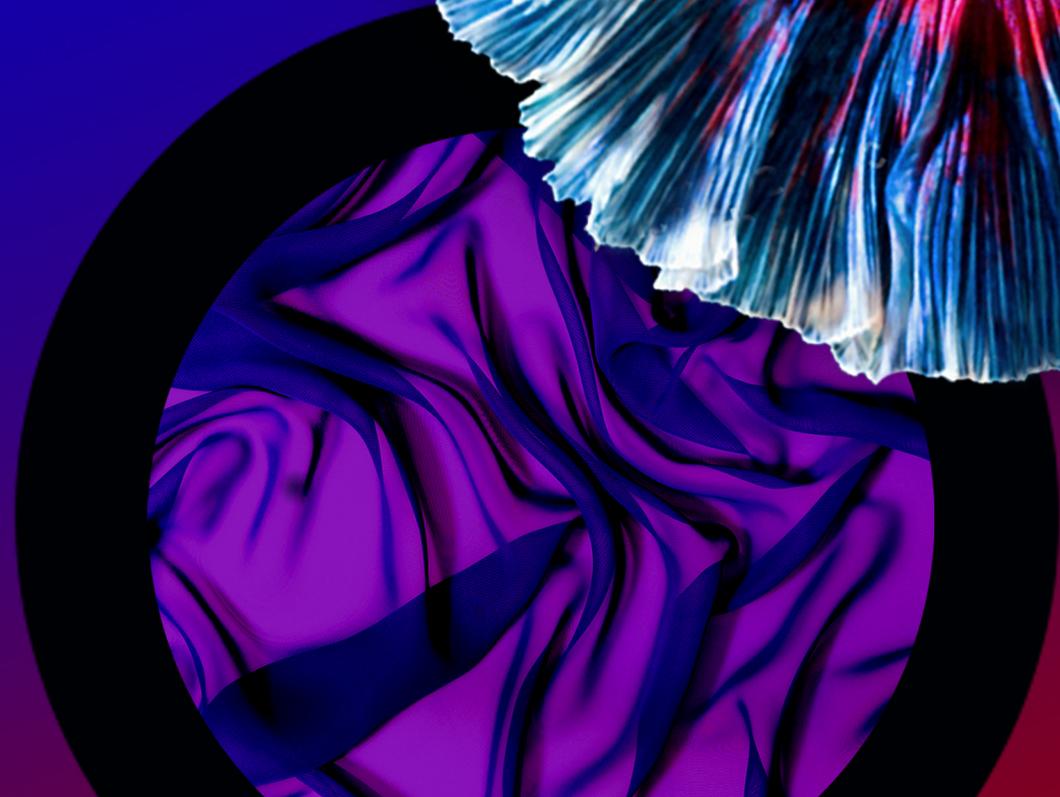
2016明星十大同款口红商品榜单

排名	商品名
1	蜜丝佛陀唇膏口红赵丽颖同款
2	兰芝立体双色唇膏宋慧乔同款
3	L'oreal欧莱雅纷泽滋润唇膏 炫亮唇彩口红 明星巩俐同款保湿 多色
4	魅可MAC口红 想你明星同款
5	YSL/圣罗兰迷魅纯漾唇膏 女神同款
6	美宝莲好气色Angelababy唇露持久显色 唇彩唇膏 滋润保湿
7	雅诗兰黛倾慕唇膏 刘雯定制款
8	兰蔻口红唇彩 李冰冰同款
9	CHANDO/自然堂甜蜜三色唇膏 赵丽颖同款
10	ETUDE HOUSE伊蒂之屋 甜蜜之恋晶莹炫彩唇膏 尹恩惠同款

PART4

38女王节品质消费榜

● 健康榜单



2016 天猫十大户外商品

排名	商品名
1	亿健8088D跑步机家用款
2	碳素超轻超硬调台钓竿 战魂4.5 6.3米手竿特价渔具套装钓鱼竿
3	电镀哑铃男士20公斤15kg30公斤盒装健身器材家用哑铃套装礼盒防滑
4	伊吉康室内健身器材脚踏运动健身自行车健身车
5	青鸟瑜伽垫无味加厚10mm加宽80加长185瑜珈垫邮运动防滑健身垫子
6	骆驼户外全自动帐篷3-4人 野外露营防雨双层 休闲帐篷套装
7	CONVERSE 匡威 经典款 休闲男女帆布鞋
8	New Balance/NB 574系列三原色男鞋女鞋复古跑步鞋
9	贝爷同款Discovery户外男女三合一冲锋衣秋冬两件套绒保暖滑雪服
10	Garmin佳明Fenix3HR飞耐时3户外运动手表

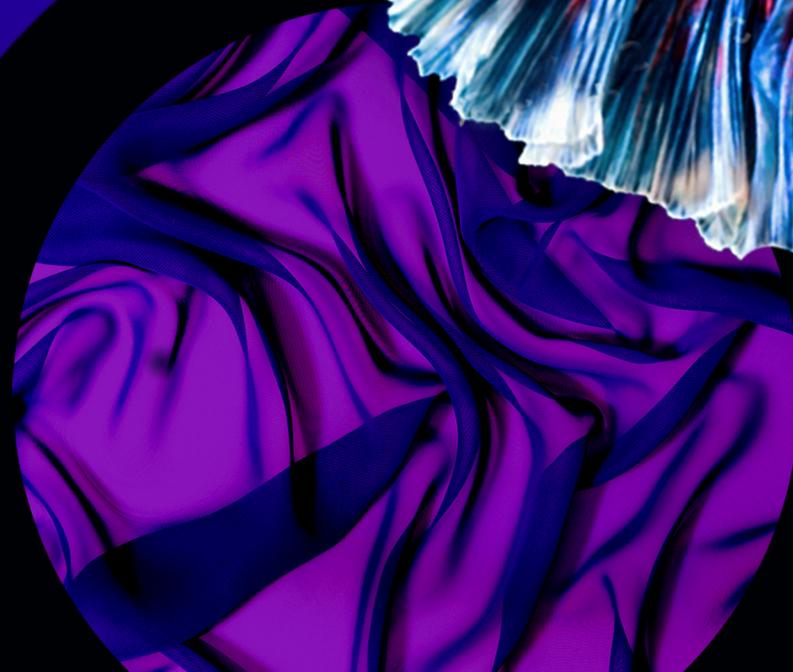
2016 天猫十大有机食品商品

排名	商品名
1	井江野山茶油 井冈山茶籽油 现榨 物理压榨5L铁罐 有机认证食用油
2	谷绿农品新米有机大米五常大米稻花香非转基因东北5kg10斤包邮
3	绿岭薄皮大核桃2014新货孕妇坚果有机非纸皮非新疆干果零食500g
4	硃碌科 东北有机红谷黄小米2500g (5斤) 包邮 杂粮粥粮食
5	鹿源有机亚麻籽油食用油非转基因冷榨孕妇月子油初榨胡麻油500ml
6	有机燕麦片720g*5袋 即食 不添加蔗糖
7	鲜享薏米红豆组合1160g新五谷杂粮粥粗粮有机红小豆薏仁米小薏米
8	长白工坊有机紫苏籽油苏麻油冷榨紫苏油紫苏子油食用500ml亚麻酸
9	神栗甘栗仁承德宽城板栗仁66g*10袋特产零食小吃有机新鲜熟栗子仁
10	禾久有机甜糯玉米 真空新鲜玉米棒白粘黏香嫩 非转基因张家口特产

PART4

38女王节品质消费榜

● 精致榜单



2016十大高端洗发水商品

排名	商品名
1	施华蔻多效修护19洗护套装1.8L洗发水护发素修护毛躁正品
2	韩国LG睿嫣润膏多效合一洗发水250ml*2送100g中样 广州保税发货
3	欧莱雅美发奇焕润发护发精油100ml*2 滋养损伤修复
4	韩国爱茉莉RYOE/吕 红吕洗发水2瓶套装 进口洗发露乳 洗头膏直邮
5	LAYER防脱育发液快速增发密发生新发液脂溢性脱发头发增长液男女
6	Avalon阿瓦隆维b族防掉发无硅油洗发水
7	日本原装进口马油无硅油洗发水护发素
8	欧舒丹洗发水护发素套装
9	韩国进口所望植物洗发水护发素洗护套装
10	PHYTO发朵进口丝漾女士固发洗发水

注：高端指件单价高于同类目件单价10%的商品

2016十大美容仪商品

排名	商品名
1	雅萌日本YAMAN脸部眼部电动按摩导入导出洁面电子美容仪器HRF-10T
2	飞利浦多功能SPA仪 电动洁面仪 脸部眼部按摩美容仪 毛孔清洁器
3	Tripollar Stop 童颜机家用射频电子美容仪
4	电器城松下纳米离子蒸面器 EH-SA31-P 补水美容仪蒸脸器喷雾
5	金稻蒸脸器冷热款家用离子蒸面机脸部补水仪喷雾机美容仪KD2331-3
6	MKS蒸脸补水美容仪器家用蒸面器补水喷雾美容冷喷仪蒸脸器冷热喷
7	约克蒸脸器美容仪家用补水器蒸面机脸部香薰加湿器喷雾机蒸脸机
8	韩国Ulike蒸脸器补水美容仪家用纳米离子蒸汽热喷雾蒸脸机蒸面器
9	佳禾美补水仪纳米喷雾器面部保湿美容仪器脸部加湿器冷喷机蒸脸器
10	美国NUFACE mini微电流紧肤瘦脸器 脸部祛皱提拉多功能美容仪家用

PART4

38女王节品质消费榜

● 智能榜单



2016十大高端厨房小家电商品

排名	商品名
1	Hurom/惠人原汁机慢速榨汁机
2	苏泊尔 CFXB40FC835-75智能电饭锅
3	Galanz/格兰仕G70F20CN1L-DG(B0)家用微波炉光波炉
4	Joyoung/九阳 DJ13B-C630SG 九阳豆浆机全自动多功能
5	SUPOR/苏泊尔 CYSB50YC520Q-100 电压力锅
6	AUX/奥克斯 AUX-PB921加热破壁机料理机
7	AO史密斯家用净水器机
8	飞利浦空气炸锅HD9233
9	Panasonic/松下 NU-JK100W 电蒸烤箱
10	Buydeem/北鼎 燕窝壶升级版K153

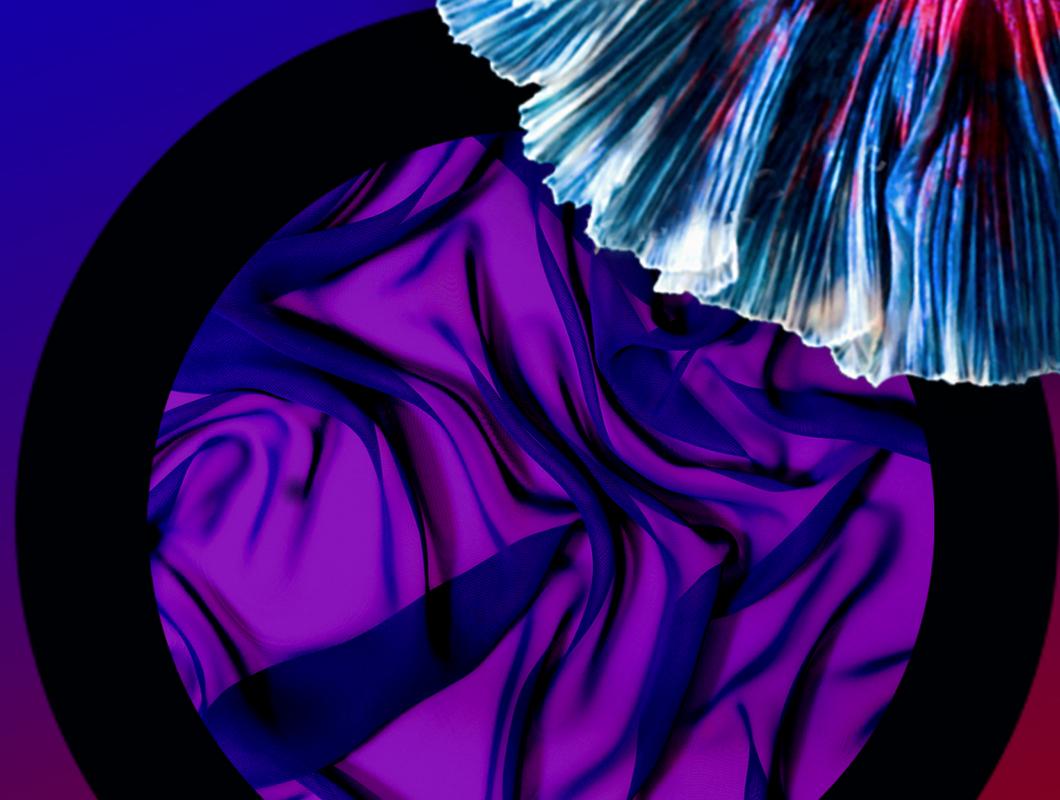
2016十大黑科技商品

排名	商品名
1	DJI大疆精灵Phantom 3 Standard 2.7K航拍器无人机
2	HTC VIVE虚拟现实头盔
3	小米九号平衡车
4	Fitbit Charge HR 智能手环计步器
5	bong 3 HR心率血氧智能运动手环
6	Gowild公子小白情感智能机器人
7	AMAZFIT华米运动手表 智能GPS定位男女跑步 WiFi蓝牙防水安卓苹果
8	捷赛多功能全自动炒菜机
9	小米米兔积木机器人智能编程拼装
10	zerotech零度智控DOBBY折叠便携自拍口袋自拍机

PART 4

38女王节品质消费榜

- 国际榜单





2016十大进口新爆款

排名	商品名
1	韩国正品papa recipe春雨面膜贴 蜂胶蜂蜜保湿舒缓补水修复10片
2	2袋装日本Calbee/卡乐比营养早餐水果颗粒果仁谷物冲饮麦片800g
3	直邮德国Orthomol奥适宝Natal孕期备孕期全能营养素2盒组合装
4	韩国直邮正品Holika Holika 猪鼻贴 10片官网直邮进口
5	fatblaster巧克力味营养代餐奶昔430g 营养饱腹代餐粉蛋白粉
6	美味栈燕麦咸饼干 无糖代餐粗粮饼干进口咸味苏打饼干零食400g*2
7	芝士威化饼干 进口 丽芝士纳宝帝奶酪威化印尼nabati桶装350g罐装
8	波兰进口sante三特浆果干吃零食脆燕麦片早餐冲饮水果即食350g*2
9	日本进口酵母酵素片2袋 FINE正品酵素 排毒养颜瘦身清脂清肠便秘
10	台湾进口零食微热山丘 凤梨酥10颗2盒 台湾直邮



榜单算法说明

榜单名	算法
2016天猫十大进口新爆款商品	2015-2016年天猫国际销售额增速最高商品
2016天猫十大高端洗发水商品	2016年天猫洗发护发类目，件单价高出类目平均件单价10%以上商品中销售额最高商品
2016天猫十大运动户外商品	2016年天猫运动户外类目销售额最高商品
2016天猫十大有机食品商品	2016年天猫食品相关类目商品标题包含“有机”关键字销售额最高商品
2016天猫十大美容仪商品	2016年天猫美容仪类目销售额最高商品
2016天猫明星十大同款口红单品	2016年天猫口红类目包含“明星名”+“同款”关键字销售额最高商品
2016天猫十大黑科技商品	2016年天猫智能设备类目销售额最高商品，品类去重
2016天猫十大高端厨房小家电商品	2016年天猫1000元以下厨房电器类目，件单价高出类目平均件单价10%以上商品中销售额最高商品，品类去重

声明

数据来源：阿里巴巴大数据，汇集**4.43亿**消费者、超过**1000万**商家、**10亿**件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

指标说明：

- 如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；
- 数据时间维度：2014年1月-2016年12月；
- 城市线级：基于消费者最近半年的常用收货地址确定；
- 人群标签：基于消费者在平台上最近一年的消费行为确定；
- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是集数据可视化、商业分析报告、数据自动化终端于一体的战略数据平台，阿里巴巴的商业数据库为基础，输出产业经济全景分析和行业企业深刻洞察的数据产品，全面满足商业世界的的数据刚需。CBNData以专业数据报告为核心产品，同时通过数据活动、数据电商培训、数据营销产品等构建数据整合营销传播体系，通过整合中国最大财经媒体集团的优势资源，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率。自2015年12月以来，第一财经商业数据中心（CBNData）已经连续发布100余份商业数据报告，在商业数据领域建立品牌优势。

报告作者：刘力华、徐劲亚、姚泽人

视觉设计：庄聪婷

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：HR@dtcj.com

更多数据



CBNDData官网



CBNDData官方微信号

扫码查看



CBNDData

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察