



2017年“双十一”移动购物人群消费洞察报告

2017年11月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2016年10月12日至2017年11月12日

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数
- TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度

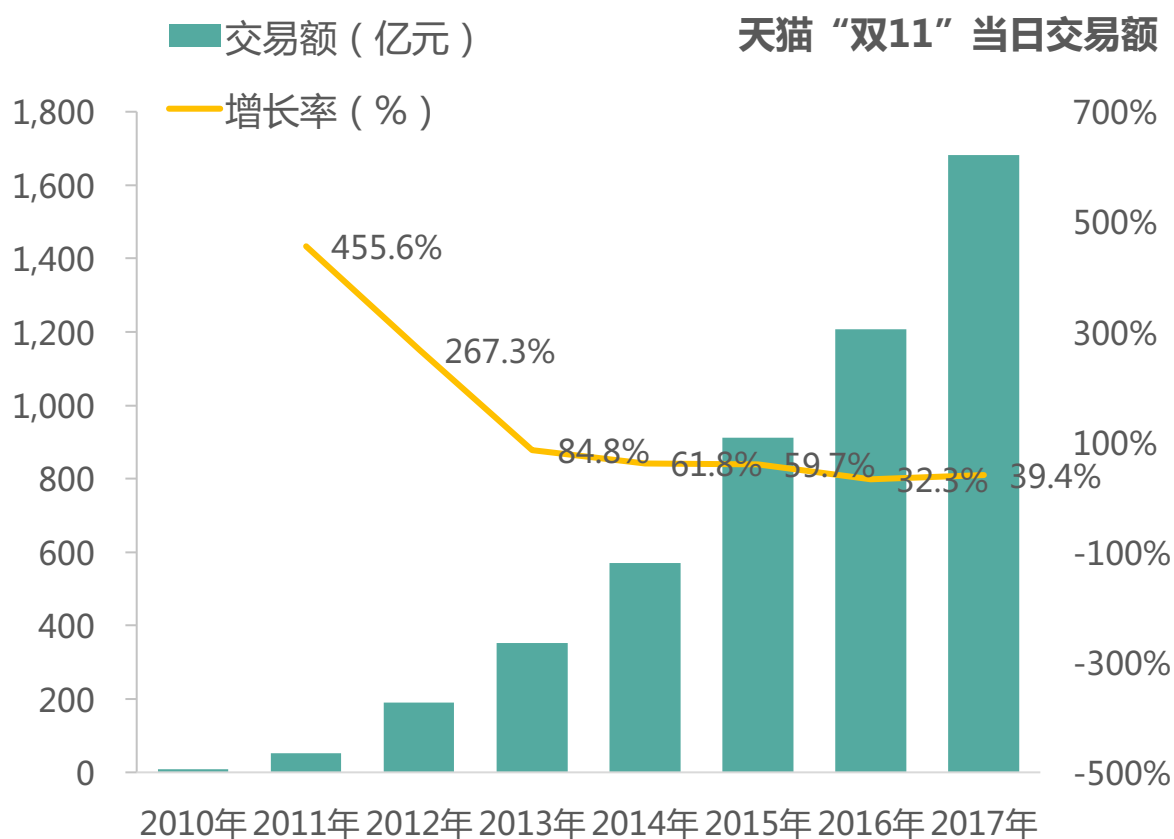
2017年“双11”移动网购用户洞察主要发现

- “双11”当日移动购物活跃用户超1.8亿，高出平时47%，同比增长26%
- 移动购物支付转化率超32%，相比去年同期提升6.2%
- 预售活动增多及用户消费日趋理性，“熬夜血拼”时段用户数量缩减
- 淘宝用户当日平均“剁手”用时不足20分钟，京东仅为9分钟
- 京东三四线城市用户占比远低于其他平台，渠道下沉道路依然漫长

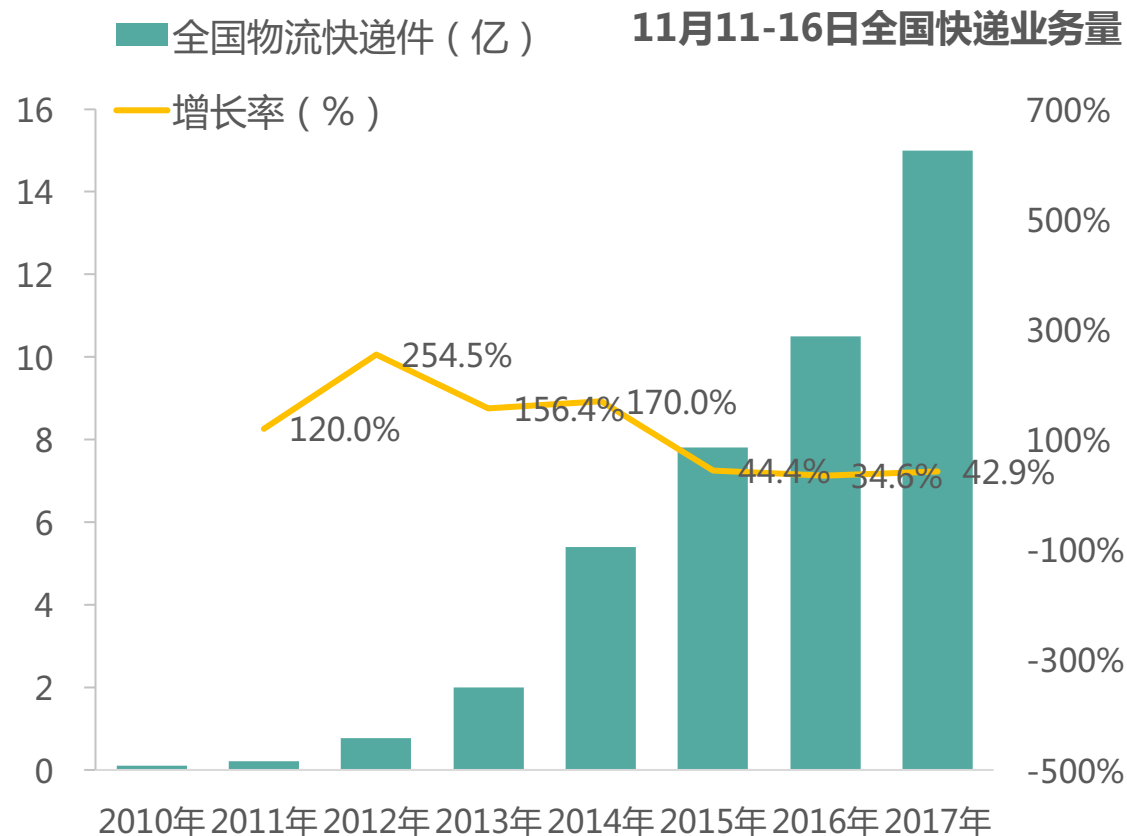


天猫“双11”交易额与全国快递业务量增速同步放缓，但仍保持40%左右增长

新数据与新零售或成购物平台“无界零售”助推器



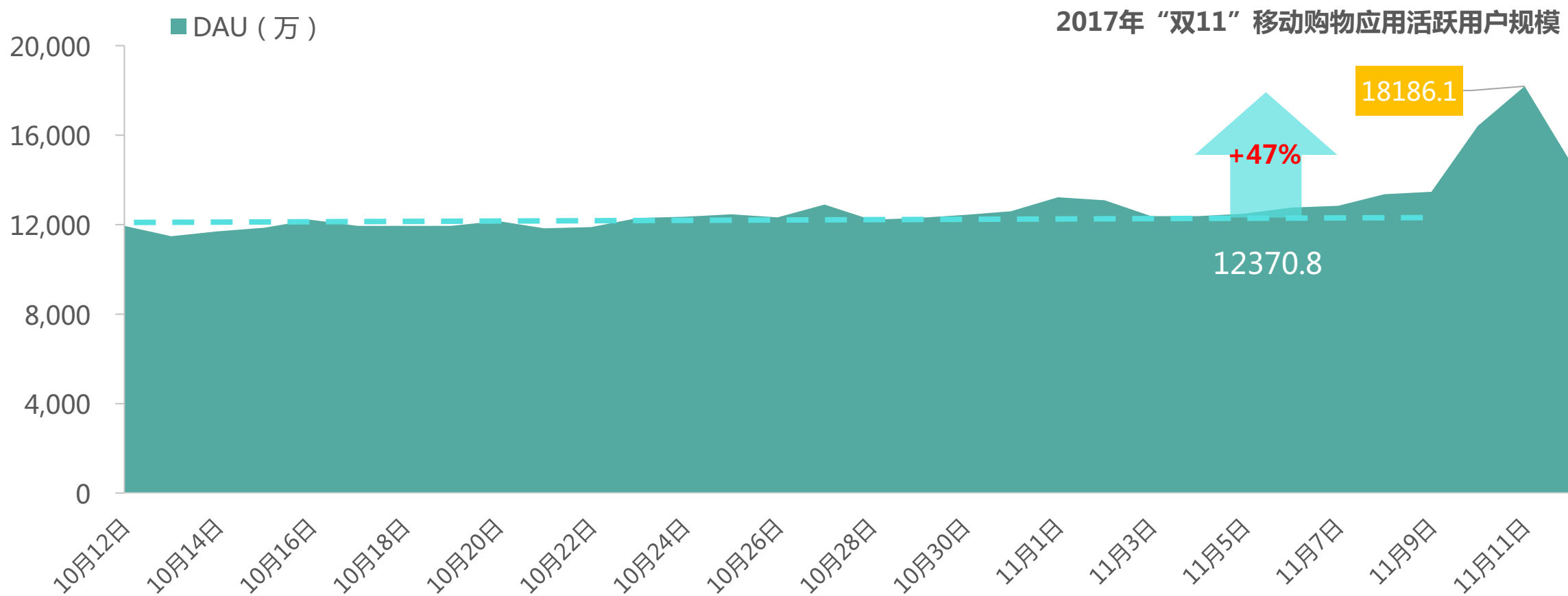
数据来源：网络公开资料



数据来源：国家邮政局

“双11” 拉动移动购物用户活跃度效果明显

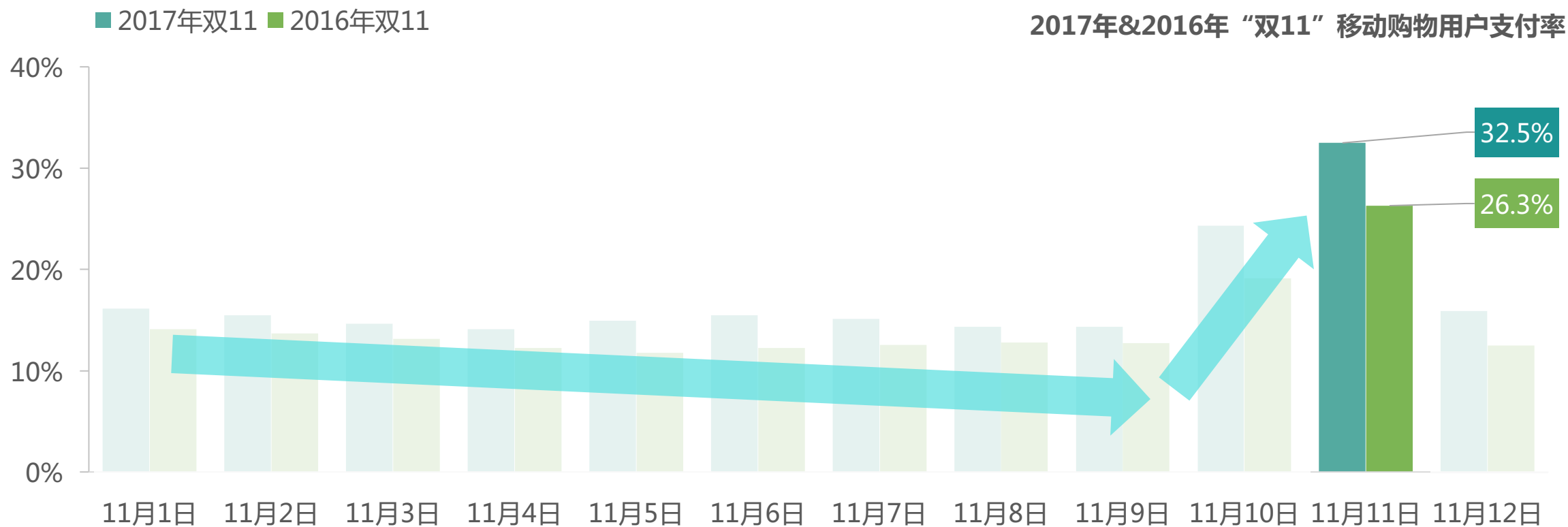
当日活跃用户超1.8亿，高出平时47%，同比增长26%



数据说明：此处移动购物应用不包括团购、外卖类等APP。平时活跃用户数据提取自2017年10月12日-11月9日平均活用户数。

“双11” 预热阶段用户囤货观望，支付转化率缩减

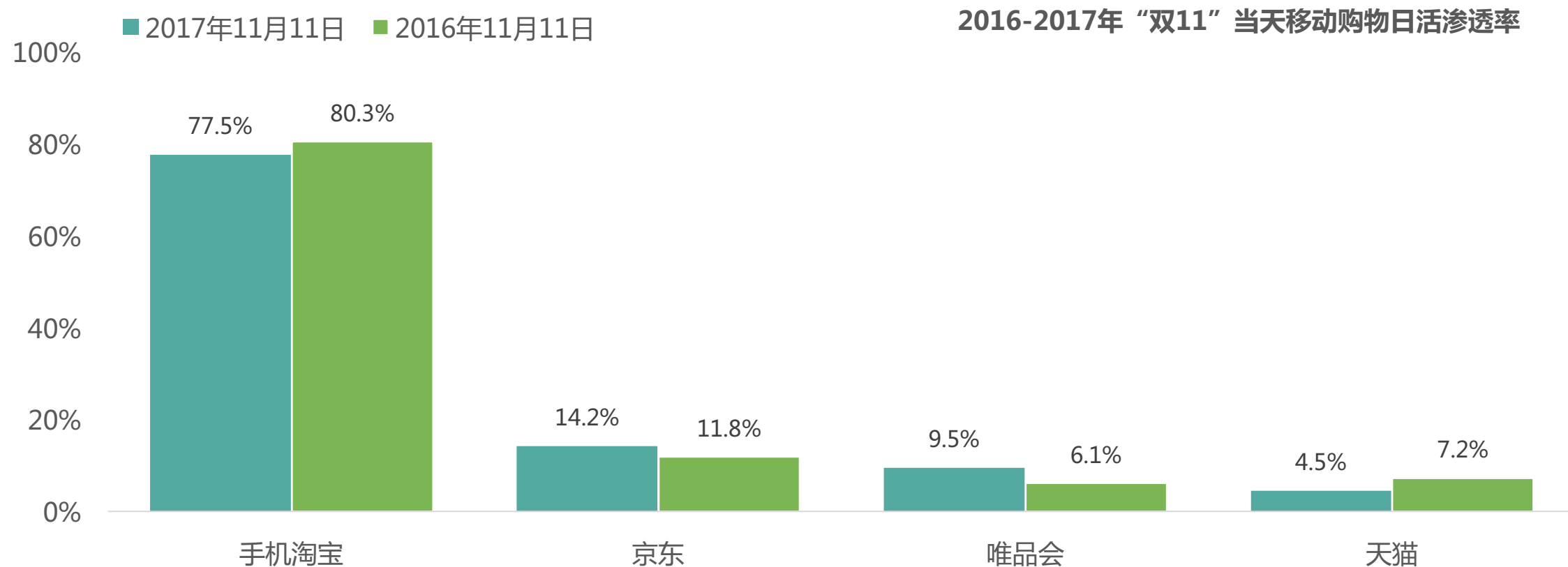
10日开启“剁手模式”，11日支付转化率超32%，相比去年同期提升6.2%



数据说明：用户支付率=（支付宝支付用户数+微信支付用户数）/当日活跃用户数，以上只统计支付宝及微信两种支付方式，不含其它第三方及应用内支付。数据结果仅供参考！

近78%的移动购物日活用户参与了淘宝“双11购物狂欢”

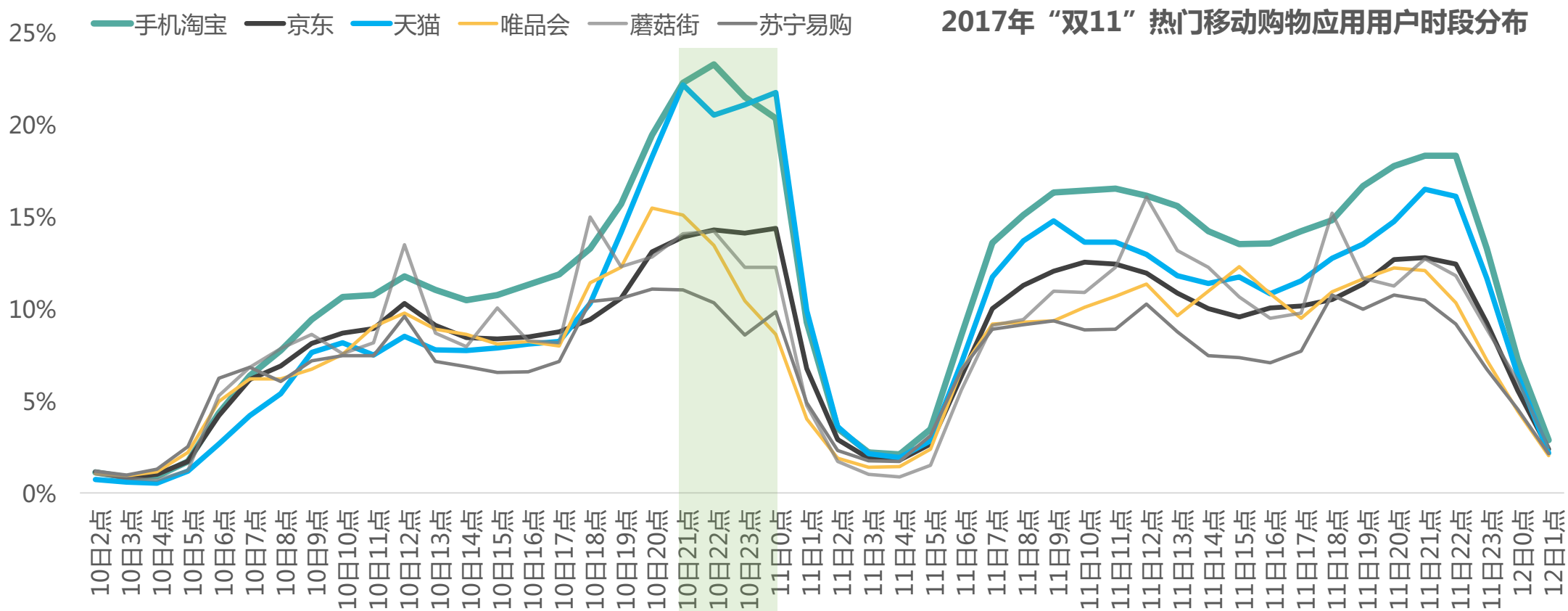
随着垂直细分市场竞争加剧，淘宝日活渗透率同比有所下降



数据说明：移动购物日活用户系指当日使用移动购物APP的用户，此处移动购物APP不包括团购、外卖类等APP。
日活渗透率=当日该APP活跃用户数 / 当日移动购物APP活跃用户数。

“双11” 用户高峰出现在11月10日晚9点-11日凌晨1点

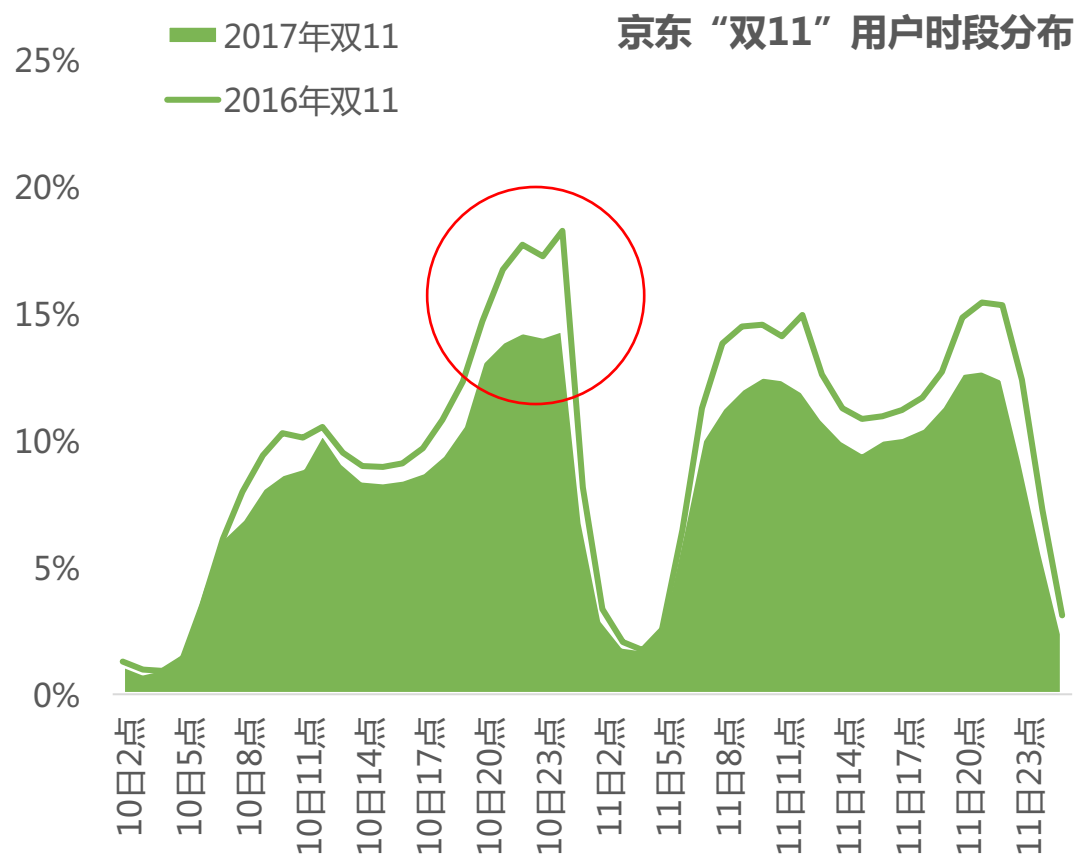
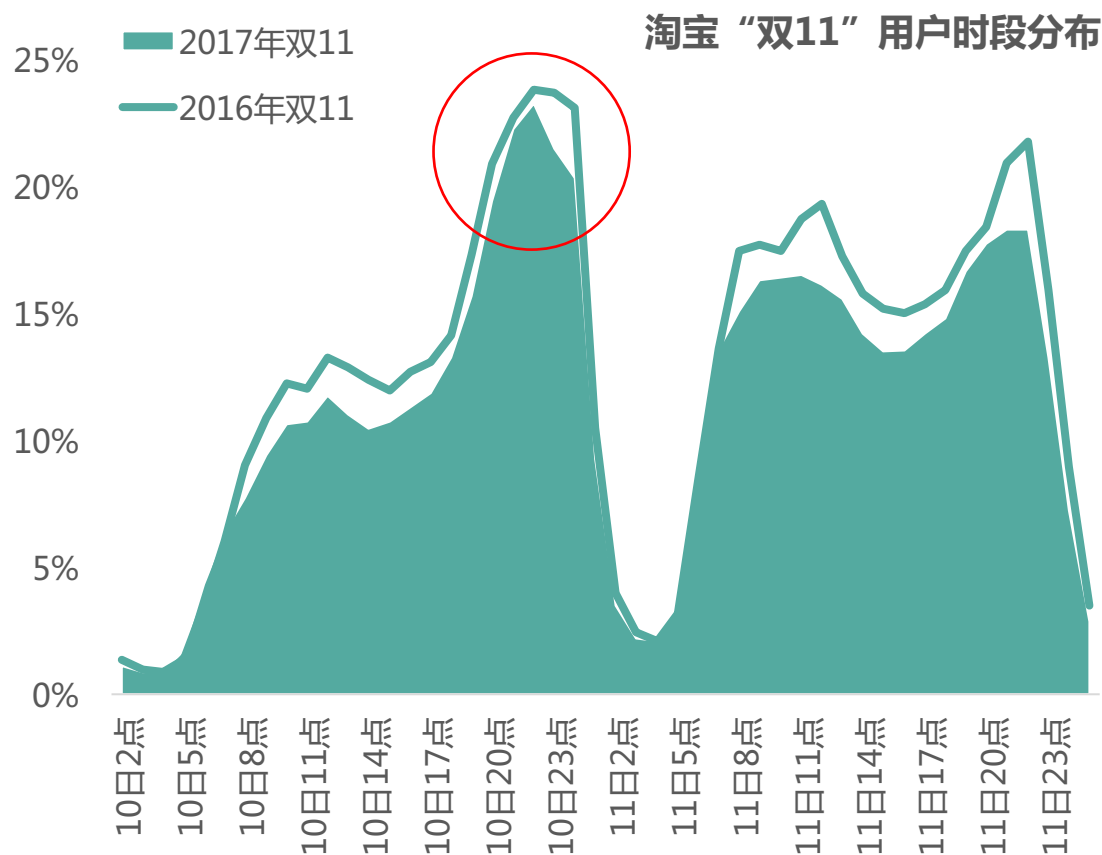
其中凌晨0点起，用户开始快速清单退场



数据说明：用户时段分布占比=该时段用户活跃规模 / 当日整体用户活跃规模。

预售活动增多及用户消费日趋理性

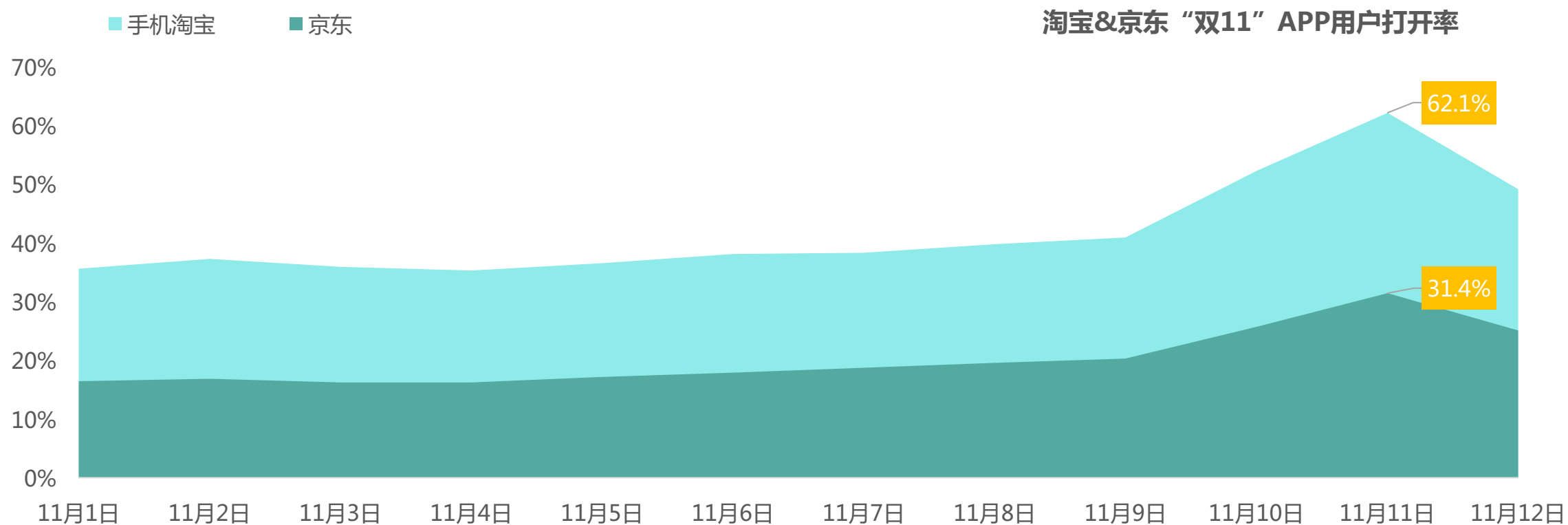
主要购物平台“双11”熬夜血拼时段用户数量缩减



数据说明：用户时段分布占比=该时段用户活跃规模 / 当日整体用户活跃规模。

“双11” 当日APP打开率远超平时

手机淘宝APP打开率为62%，两倍于京东



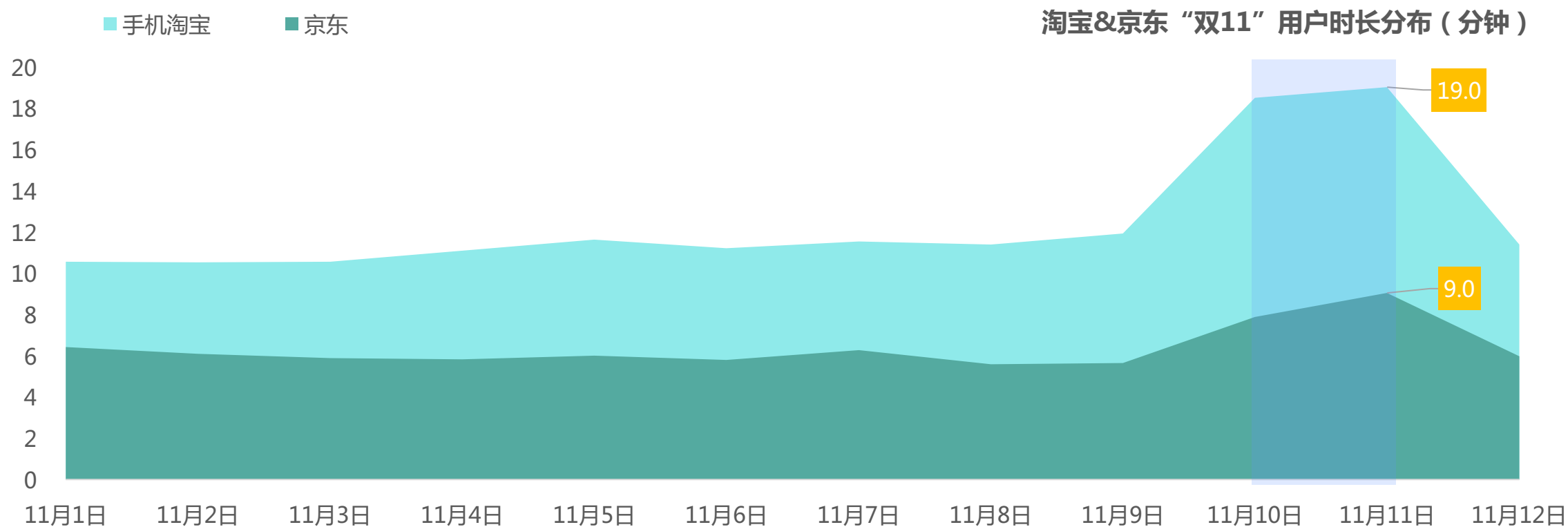
数据说明：APP用户打开率=当日使用该APP的用户数 / 已安装且未卸载该APP的用户数。

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



“双11” 用户购物时长较平时增长明显

手机淘宝当日用户平均用时不足20分钟，京东仅为9分钟



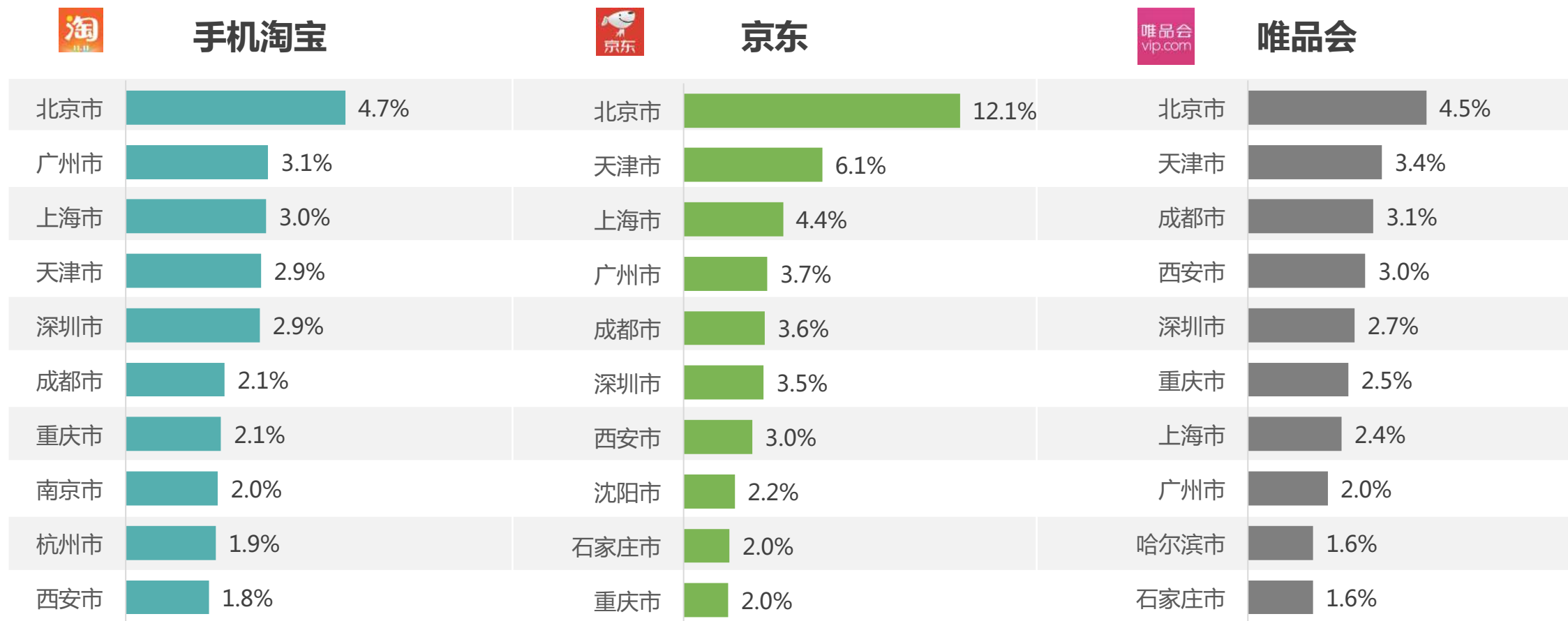
数据说明：用户时长指当日用户使用该APP所用时长。

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



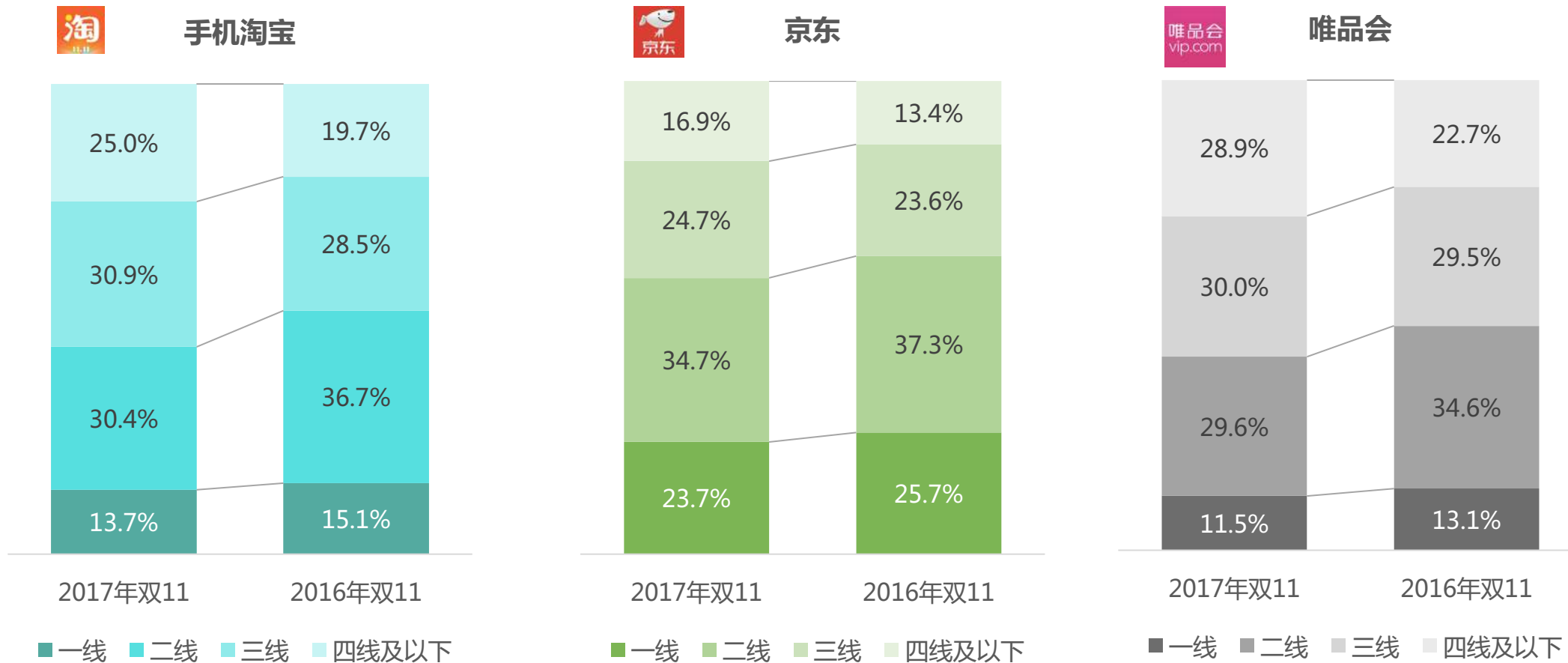
热门移动购物平台用户分布TOP10城市，一二线仍是主力

北京用户占比位居各平台榜首



手机淘宝渠道下沉效果显现

借助阿里线下布局，加速“地空”资源融合

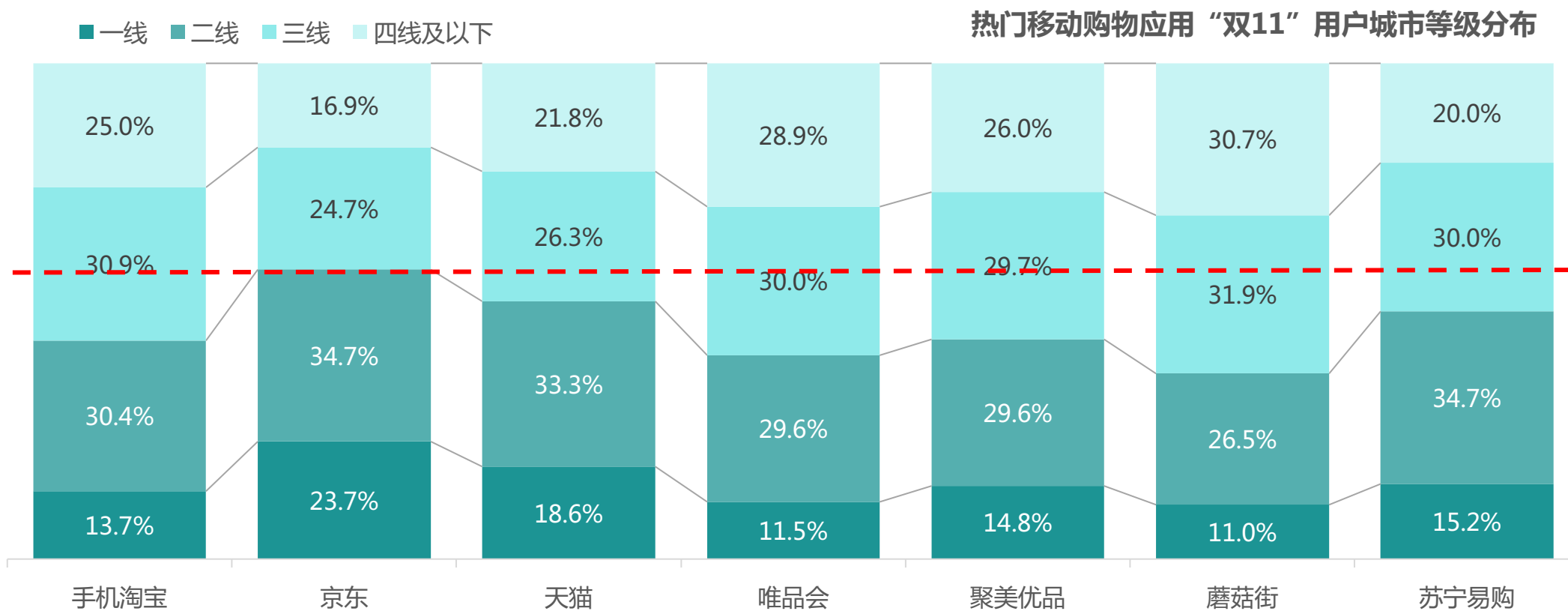


数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



京东渠道下沉道路依然漫长

三四线城市用户占比明显低于其他主流购物平台



关于 Trustdata

Trustdata 成立于2014年初，致力于成为大数据时代下最领先的移动应用数据内容解决方案提供商，为客户提供从数据产品到产品模型，技术平台到商业解决方案全方位服务体系。

至2016年底，Trustdata 覆盖4900万日活用户，1.5亿月活用户。

依托于强大的技术基础和行业理解，通过对中国移动互联网大数据的采集、分析和研究，Trustdata 的客户涵盖了PE/VC，政府机关，互联网公司，快消行业，旅游行业，地产行业，金融行业等。帮助企业主、移动各个领域和投资人了解自身应用业务状况以及整体市场趋势，帮助行业从业者更好的定制产品、营销和投资策略相关的市场决策。

Trustdata 行业解决方案



投资 & 互联网

TrustAPP移动端数据统计分析产品，覆盖愈6万App的监测数据，支持多维度交叉分析，帮助客户洞察移动应用市场状况，为客户制定产品、营销、投资策略提供数据支持。



旅游

帮助景区、地方政府以及投资机构，针对旅游开发、投资、运营管理及营销规划四个方面提供分析及决策数据支持。并可根据景区特点实施营销推广及媒介方案。



政府

对人口地理位置大数据的监测统计和人群结构特征洞悉，展现一带一路“五通”成果，反映各地区与沿线国家的基础设施通达性、经济依存度和文化交流活跃度。



地产

以宏观至微观的区域经济发展指数以及可视化分析工具，帮助地产从业者打破区域地产信息不对称，准确评估商圈选址价值、产品定位及营销运营策略可行性。



金融

为银行客户提供全方位的移动应用数据解读，从全局、行业、移动应用本身等多方面对比产品特点，从设备、网络、地域等多角度展示数据细节，提供丰富精准的立体用户画像，提供基于用户人群的全方位数据分析。



Trust Us, Trust Data

