

关键词：移动电商

内容概要：

根据最新数据，2016年移动购物市场交易规模约为3.3万亿元，占网络购物总交易规模的70.2%，继2015年超过PC端之后，占比继续扩大，移动端已经成为网络购物的主流渠道。另一方面，2016年移动购物市场交易规模增速为57.9%，首次低于100%

正文：

根据最新数据，2016年移动购物市场交易规模约为3.3万亿元，占网络购物总交易规模的70.2%，继2015年超过PC端之后，占比继续扩大，移动端已经成为网络购物的主流渠道。另一方面，2016年移动购物市场交易规模增速为57.9%，首次低于100%，[移动电商](#)购物市场增速放缓，进入平稳发展期。

移动电商新势力崛起

伴随着移动端发展风口和移动应用红利，网络购物市场崛起一批电商新势力，在传统淘宝、天猫、京东、唯品会之外形成新的几级。这些新势力借助逐渐发展起来的支付、物流等基础设施，或采用创新模式，或瞄准细分人群，在各自领域发展迅速，为网络购物市场带来新的活力。例如时尚类垂直电商蘑菇街、发展妈妈经济的贝贝网、拼团模式的拼多多等。

流量红利渐失，移动购物下半场角逐开启

移动购物最主要的优势是便利、随时随地，而智能手机的发展为这种便利提供了最直接的条件。但是随着互联网的发展和智能手机普及率的提高，网民规模及移动端网民规模增速均放缓。2016年中国网民数量超7亿，其中手机网民规模达6.6亿人，市场增量空间减少。随着移动端流量红利渐失，物流、支付等基础设施的日渐成熟，更加精准的服务提供成为市场竞争点，移动购物下半场角逐开启。一方面，基于移动LBS技术，瞄准线下市场，开辟新的流量渠道；另一方面，利用移动社交因素和直播网红等新营销方式，探索存量增值。



线上线下融合是未来发展趋势

线上红利消失，电商企业必然会瞄准线下市场。移动电商时代，消费者的需求和网购发展环境均有较大改变，用户希望随时随地精准购买到所需的商品和服务；另一方面由于商品供大于求，单一渠道发展的增量空间有限，线上和线下均在布局全渠道发展。线下消费体验和线上购物便利的双向需求将带来线上和线下购物期望值的融合，未来线上线下融合是新零售时代的重要发展趋势。

社交化、内容化、场景化是探索存量增值的新方向

移动电商时代，用户的消费路径和习惯发生了很大的变革，消费需求场景化，移动购物模式多样。内容化、粉丝化和场景化成为吸引流量的新方式。各大移动电商网站纷纷布局内容营销，从用户搜索走向信息推荐，利用精准的服务提升用户体验，从而提高转化率。

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：admin@xaecong.com