



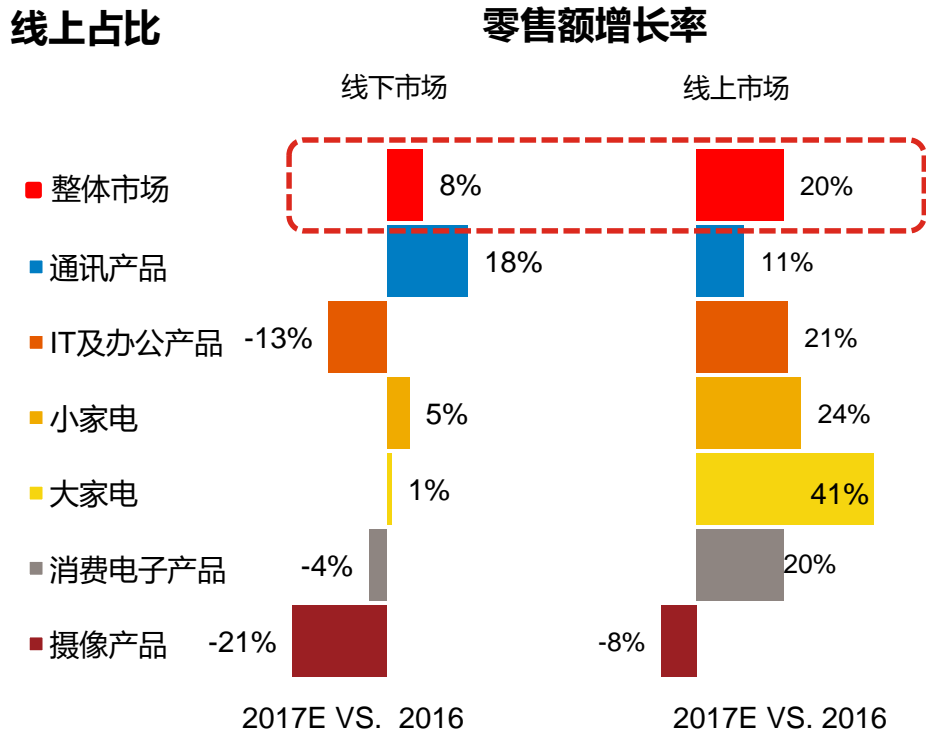
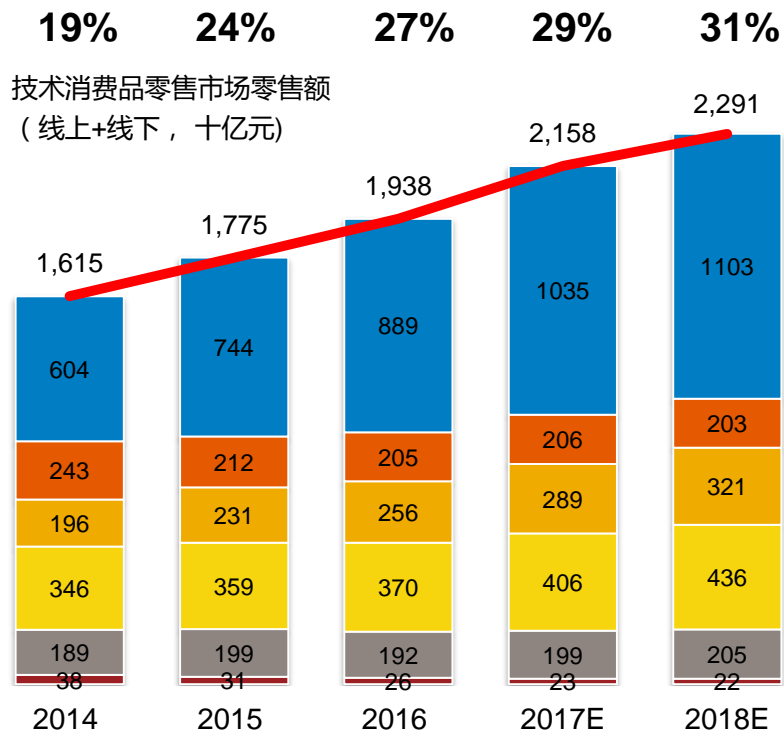
2017年1-8月 3C核心产品市场回顾

GfK & 京东联合发布

2017年11月1日

中国技术消费品零售市场趋势，线上市场仍将持续增长

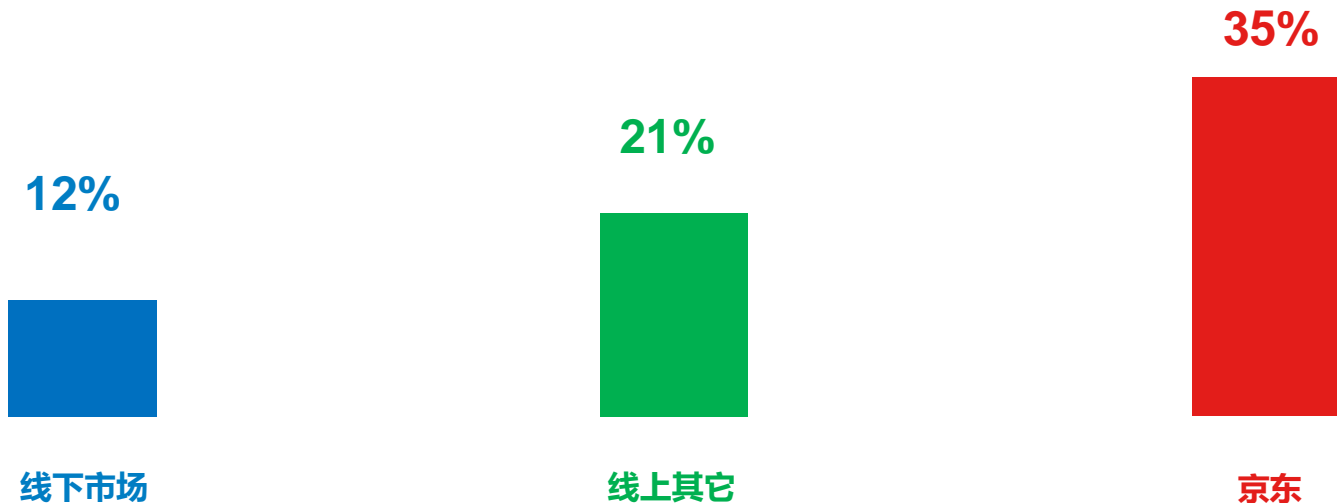
- 2017年技术消费品整体市场，预计达到2.158万亿元，线下市场增长8%，线上市场增长20%，高于线下市场增长。
- 随着线上市场的发展以及消费者对此接受程度的提高，线上市场仍将持续增长，预计2017年线上市场占行业零售额比例将达到29%。同时，市场竞争也将进一步加剧。



3C产品零售额快速增长，京东领先市场

- 3C产品做为技术消费品的核心之一，2017年1-8月的成绩斐然
- 2017年1-8月京东零售额同比增长35%，增速超线下市场和线上其它，行业领先

3C产品分渠道零售额同比增速 2017 1-8月 vs. 2016 1-8月

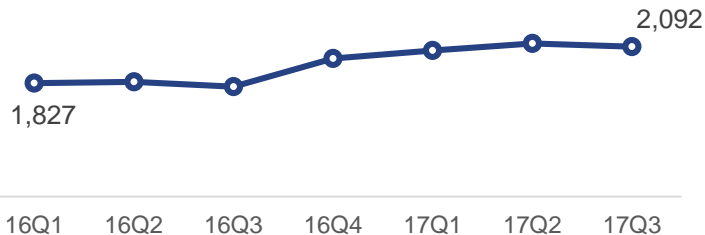


京东在3C线上市场占比超过50%

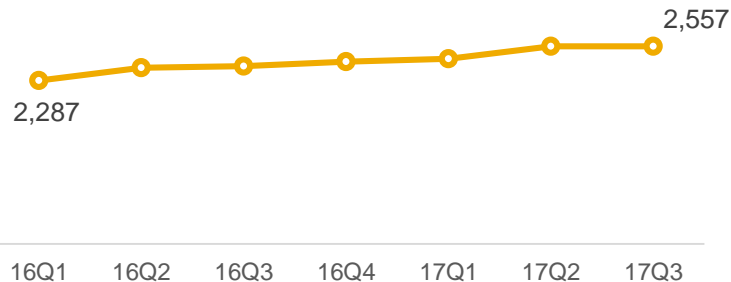
高端产品更受消费者青睐，消费升级持续



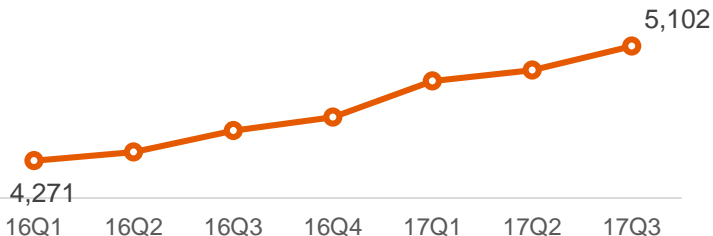
手机产品整体市场均价变化走势



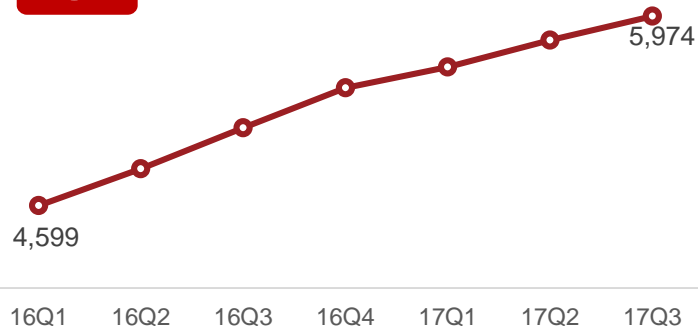
平板电脑产品整体市场均价变化走势



笔记本产品整体市场均价变化走势



数码相机产品整体市场均价变化走势

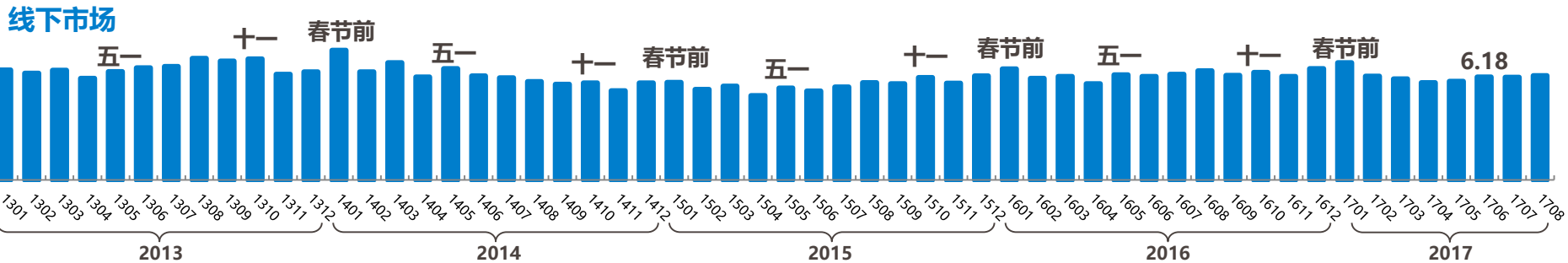


线下旺季逐步向线上转移，线上线下节奏进一步趋近



- 从线上、线下3C产品（手机、电脑、平板、数码）分月销量规模变化看，线下的销量高点时间由原来的分布于多个传统节日逐步集中并向618等线上购物节转变，而线上的销量高点主要集中于618、双11等线上购物节，线上线下市场节奏进一步趋近。
- 2017年618，京东表现优异，直接驱动6月市场高速增长。

3C产品市场分月销量规模变化趋势

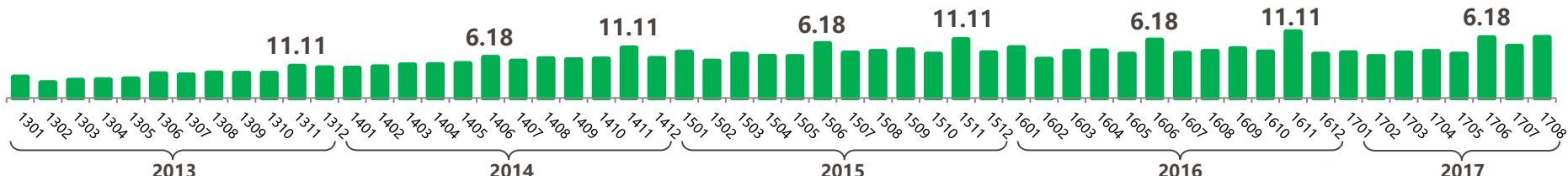


单位：千台

线上市场



**2017年6月京东3C产品
零售额同比增长 +45%**



数据来源：捷孚凯（GfK中国）全国市场零售推算数据和监测数据。

3C 核心产品

2017年市场表现回顾





销售量

2017YTD
3.51亿

2016
4.71亿

2017*
4.74亿

同比增长
+0.7%

中国手机 市场规模

2016
8.8千亿

2017*
10.3千亿

2017YTD
7.4千亿

同比增长
+17.4%



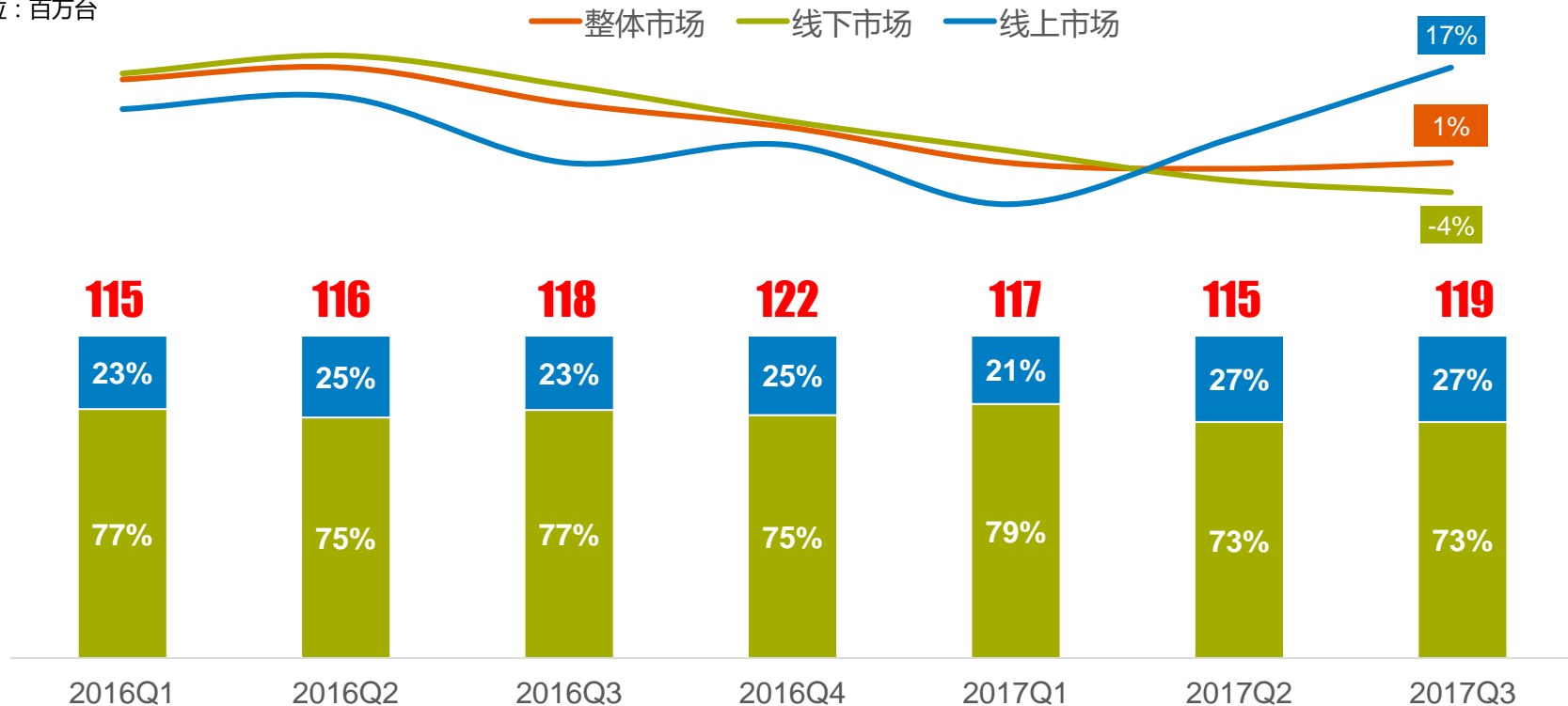
销售额

二季度开始，线上市场同比增长显著



中国手机市场线上、线下季度销量占比及销量同比增长率趋势2016Q1-2017Q3

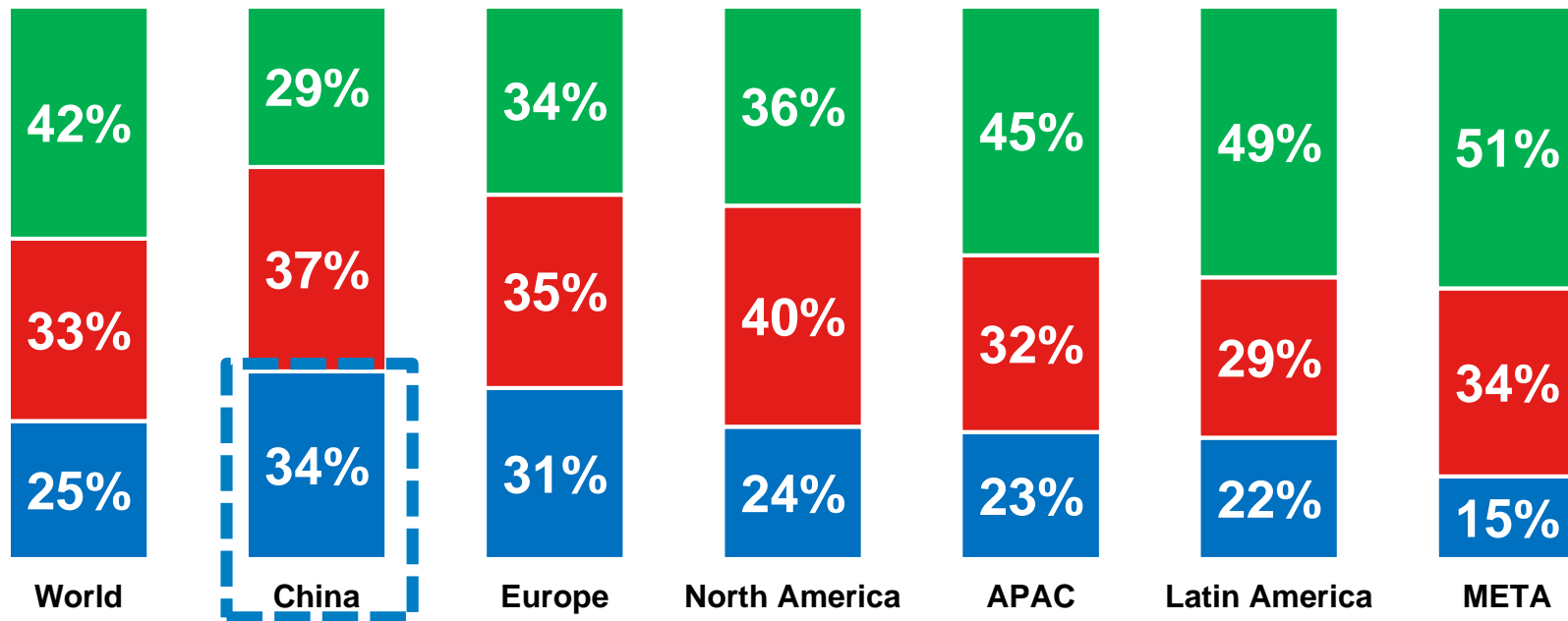
单位：百万台



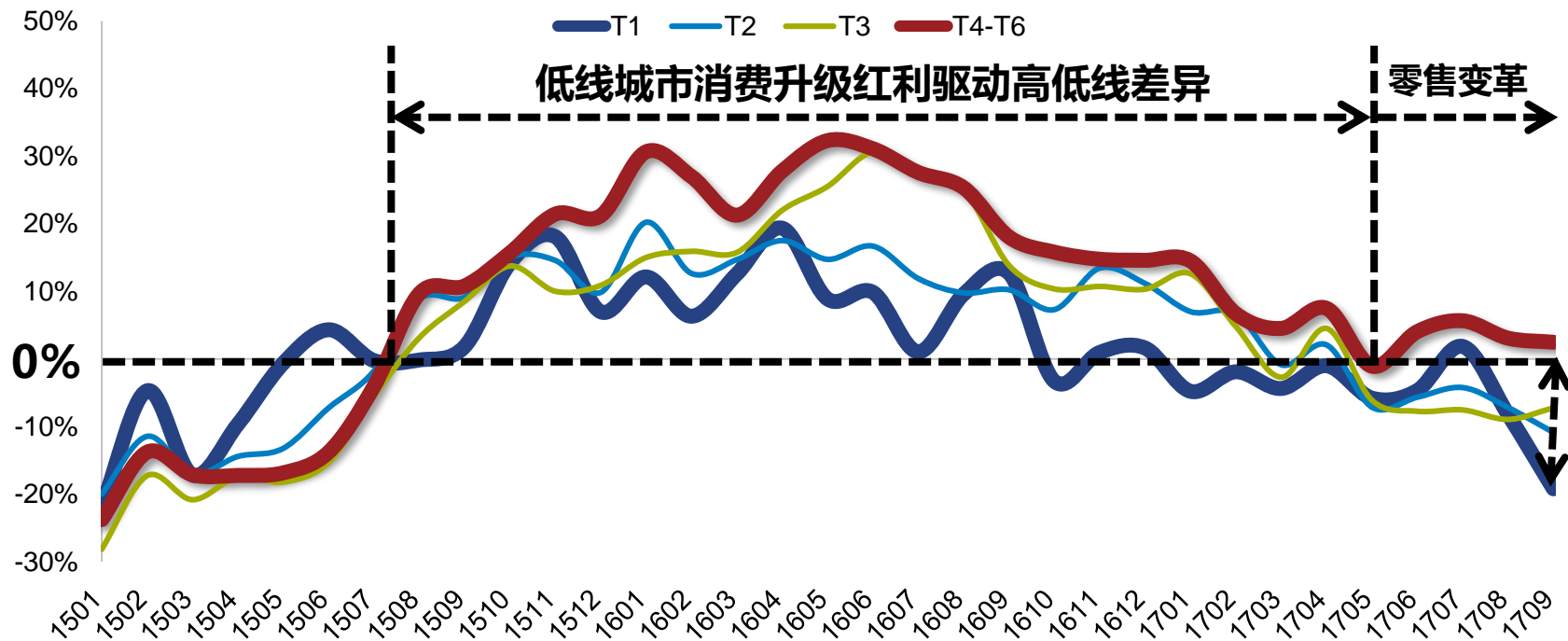
手机：中国消费者相比其他国家更倾向于在线上渠道购买智能手机



■ 只通过线上渠道购买 ■ 通过线上/线下渠道购买 ■ 只通过线下渠道购买



手机：零售变革驱动线上资源汇聚，高低线增幅表现拉开差距



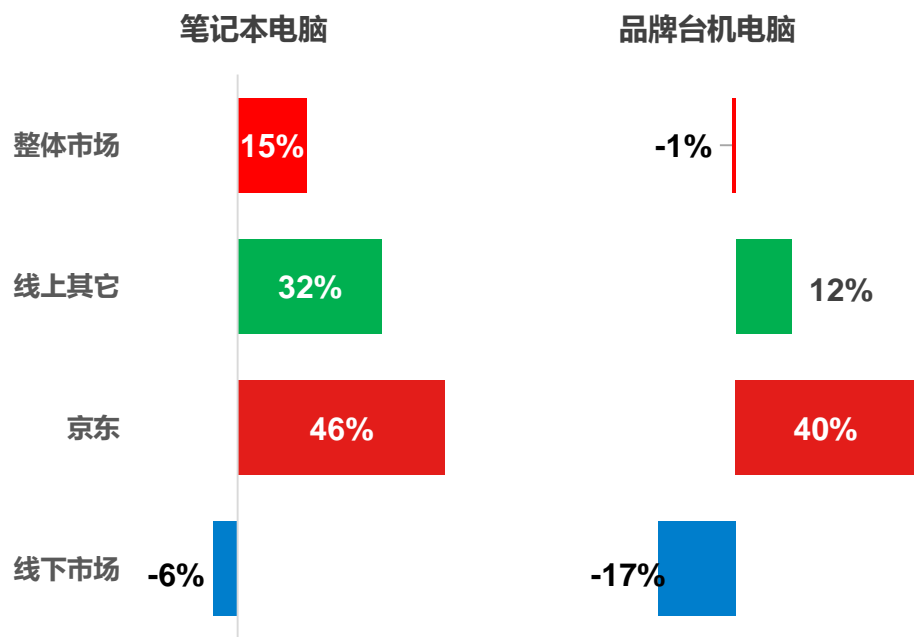
数据来源: 捷孚凯 (GfK中国) 全国市场零售推算数据和监测数据

品牌PC市场：京东引领线上市场持续扩大占比

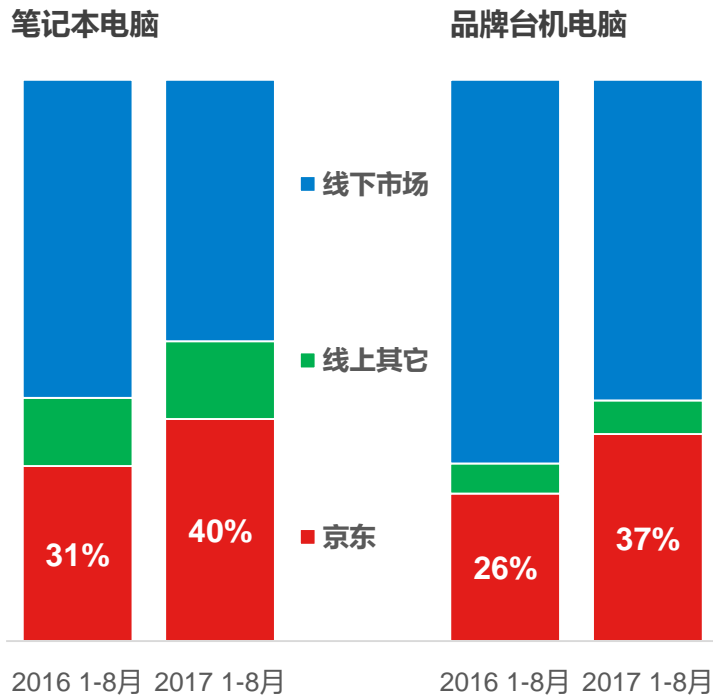


零售额同比增速

2017 1-8月 vs 2016 1-8月



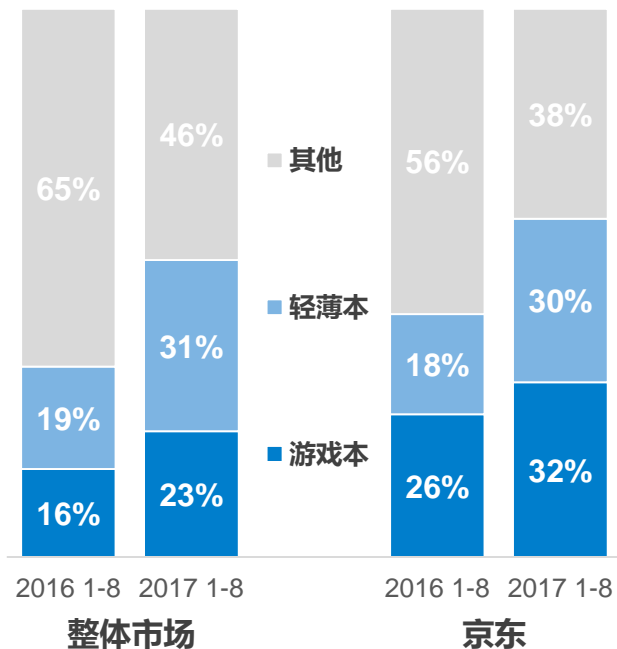
零售额渠道占比



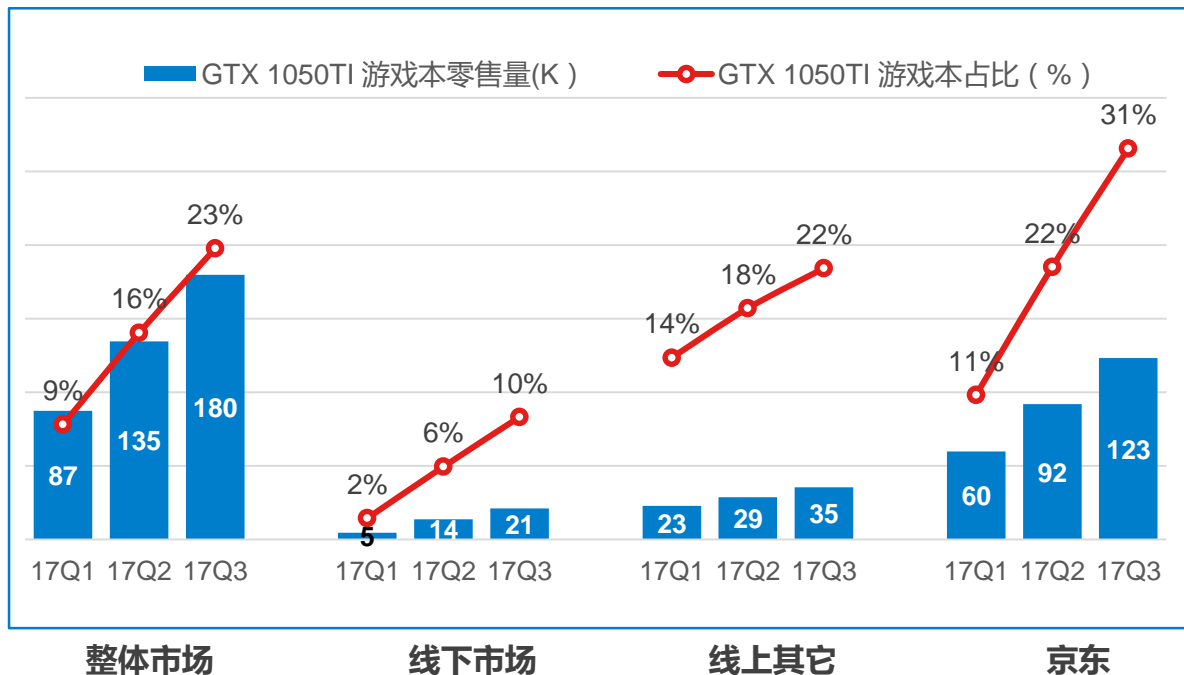
笔记本：轻薄+游戏推动笔记本电脑市场，高配置游戏本受到市场欢迎



笔记本电脑市场零售量品类占比



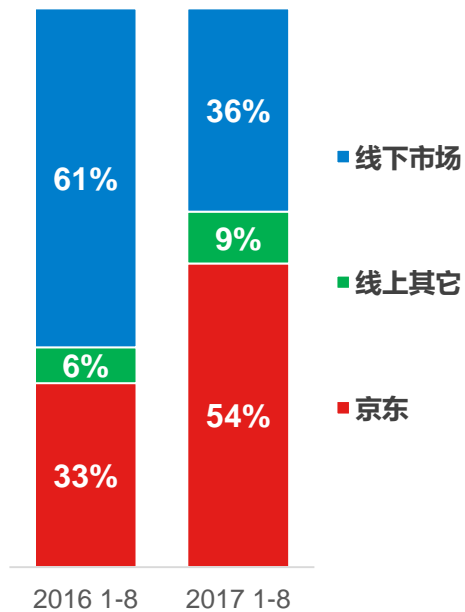
游戏本高配置GTX 1050Ti 市场零售量占比 2017 1-8月



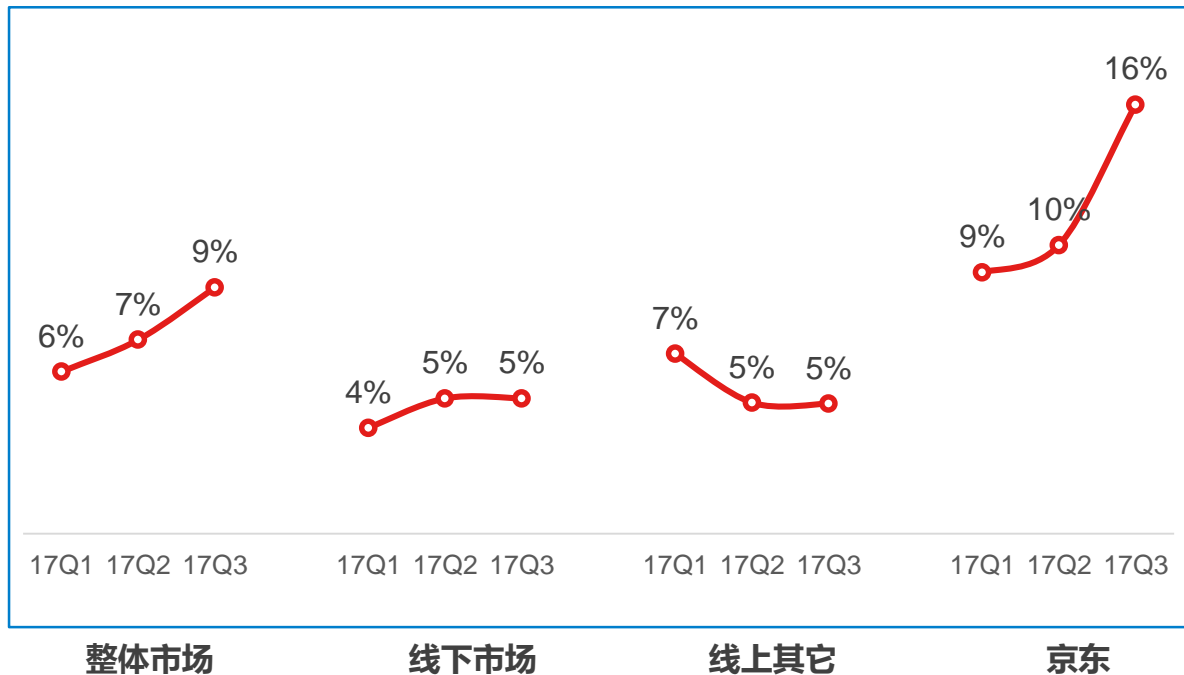
游戏台式机：处于成长阶段，市场前景可观



品牌游戏台式机零售量渠道占比



主要渠道品牌游戏台式机电脑市场零售量占比走势 2017 1-8月

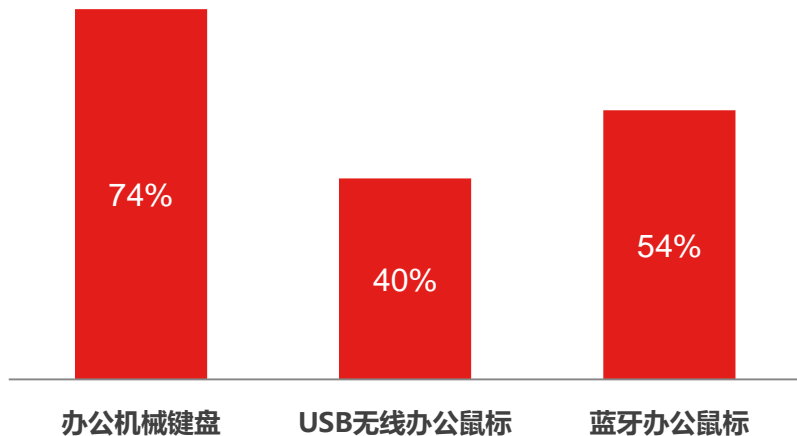


键鼠：市场增长，渠道发挥平台流量优势驱动细分市场提升

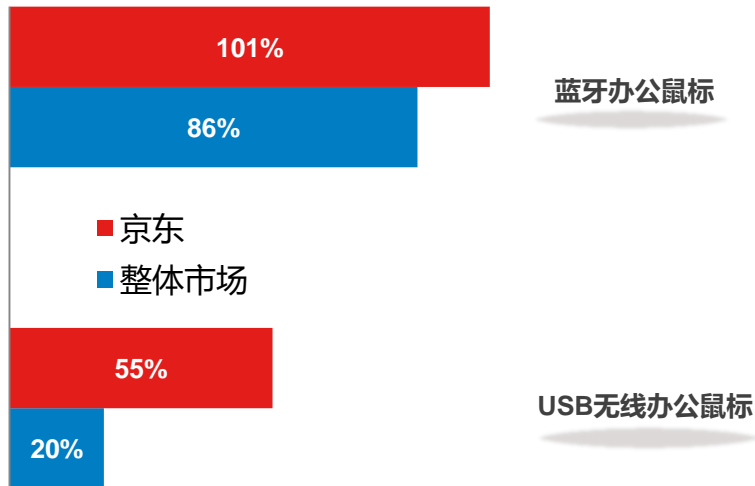


- 京东在具有无线连接功能的产品比例上高于行业整体水平，在今年快速成长的办公机械键盘的销售上更具优势

京东在各细分市场份额 2017 1-8月



热点细分市场无线蓝牙鼠标依然领跑，同比增速均超50% 2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



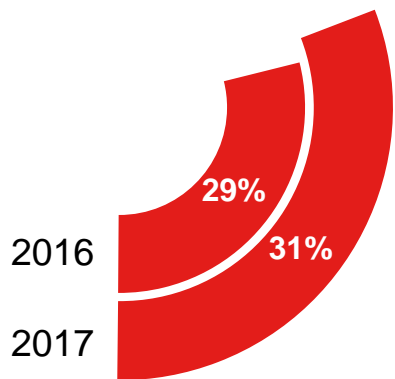
显示器：产品结构升级，高端显示器占比持续提升



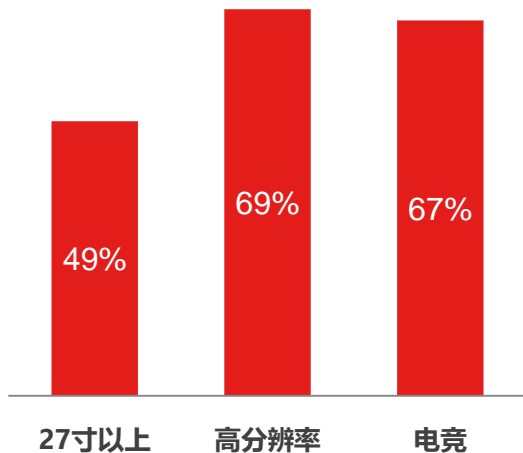
- 京东在高单价产品比例上高于行业整体水平

京东在整体显示器市场占比及京东在各细分市场份2017 1-8月

京东在整体显示器市场占比

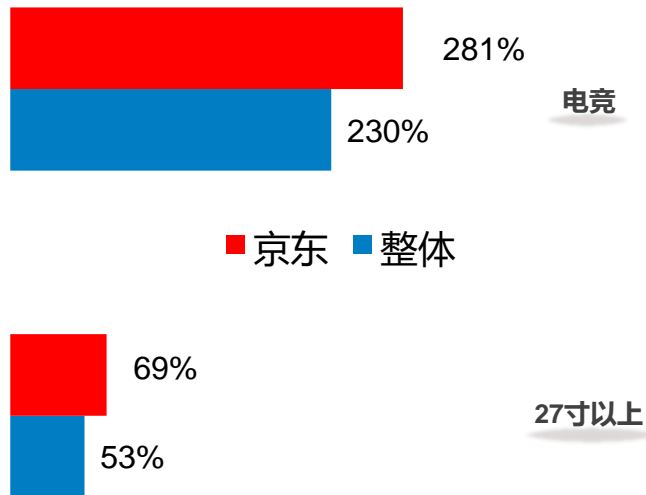


京东在各细分市场份额



电竞产品增速异常抢眼，大尺寸受到消费者追捧，继续保持高增长

2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



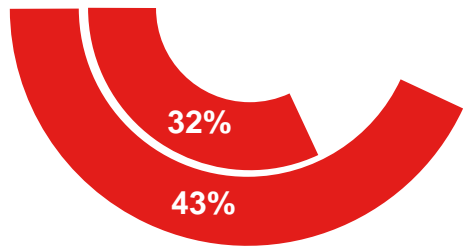
U盘：市场增长强劲，移动存储需求伴随产业升级持续扩大



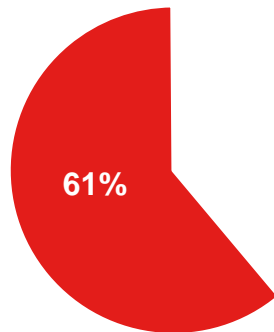
- 京东在高容量USB闪存盘产品比例上远高于行业整体水平，销售上和利润率获取上更具优势

京东在整体USB闪存盘市场中的占比

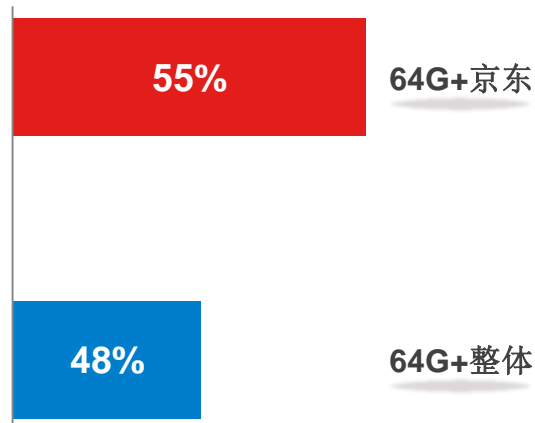
2017 2016



京东在64G+市场份额



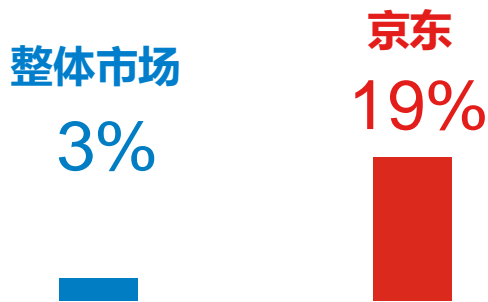
大容量存储产品受到消费者的青睐 销量持续走俏 2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



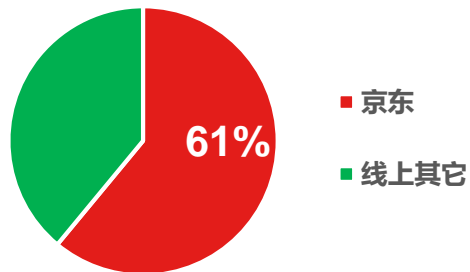
数码相机：线上全面回暖，高端相机，无人机、运动相机引爆新增长



数码相机分渠道零售额同比增速
2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



数码相机分渠道零售额占比2017 1-8月



2017年1-8月影像产品分品类零售额同比增速

		整体市场	京东
全画幅数码相机		19%	49%
运动相机		22%	63%
无人机		135%	406%

平板电脑：线上市场强势回暖，主流电商引领细分市场稳步提升



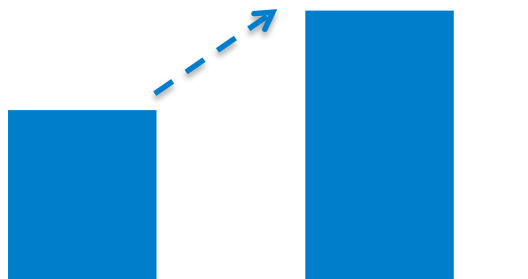
- 线上市场主导渠道格局，平板市场销量增速放缓，但消费升级引领销额同比进一步增长，以京东为代表的主流电商为平板市场增长的助推力。
- 主力高品质厂商推陈出新，品质需求消费者涌入中高端产品区域带动市场销售额提升
- 细分品类不断发展，主流电商促进平板电脑细分品类产品销量提升

中国平板电脑线上市场销量/零售额趋势 2016 1-8月 vs 2017 1-8月



零售额

14.6%



2016 1-8月

2017 1-8月

学生平板

30%

39%

2-in-1
平板电脑

23%

51%

销量同比

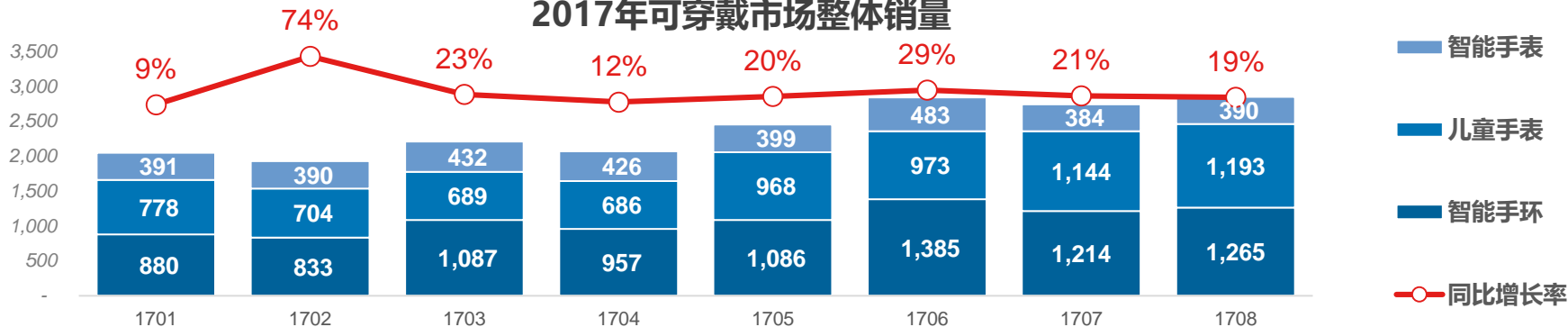
线上市场同比

京东同比

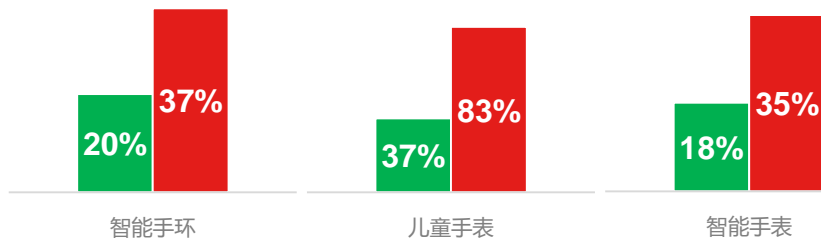
可穿戴：市场稳定增长，主要集中在线上销售

- 2017年可穿戴市场京东整体同比涨幅高于行业，引领行业增长
- 消费者购买高品质穿戴产品更倾向于选择京东购买

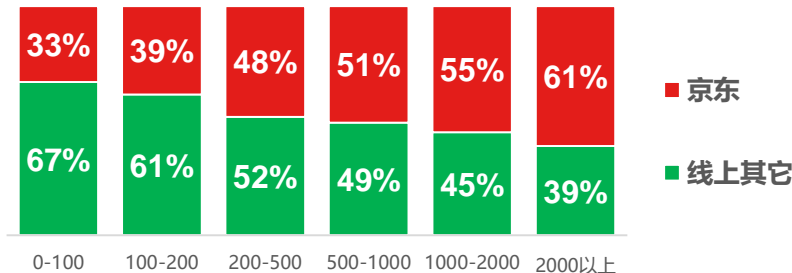
2017年可穿戴市场整体销量



不同品类京东/线上其它零售额同比增速 2017 1-8月 vs 2016 1-8月

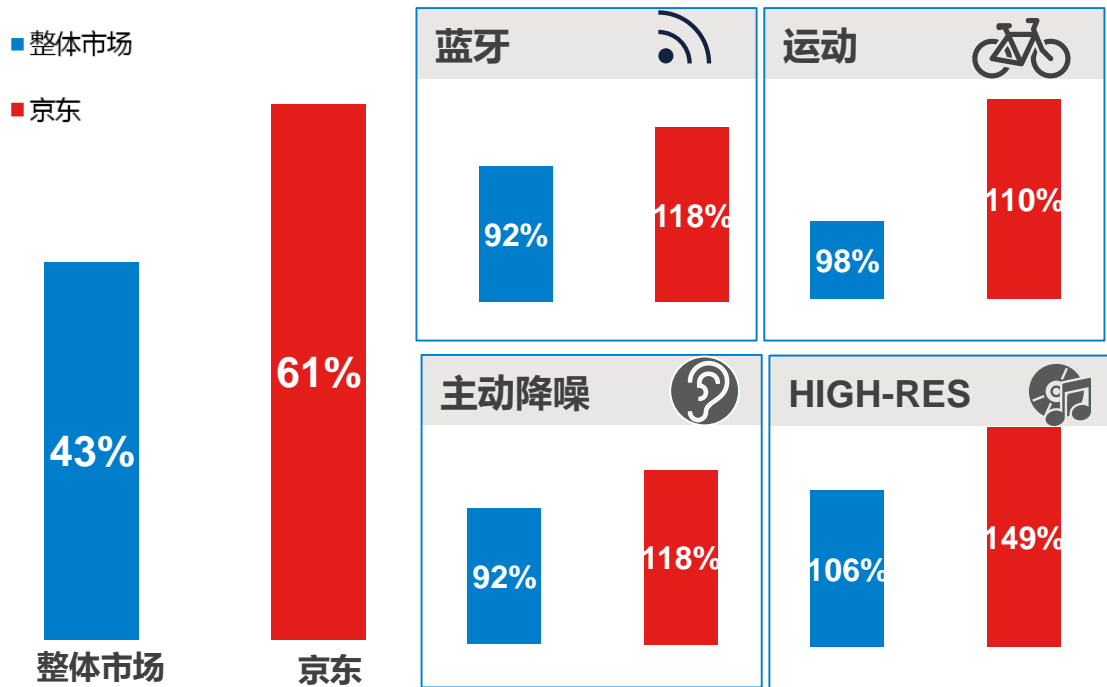


不同价格段产品京东/线上其它销量占比

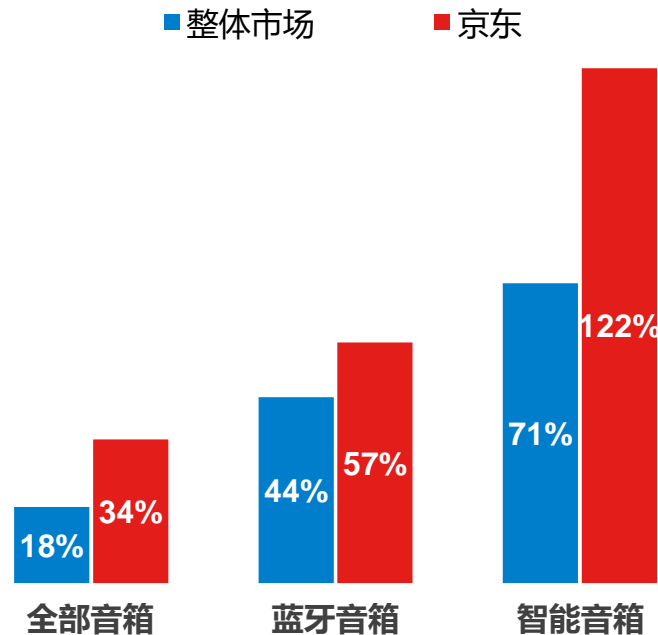


影音市场：无线化、多样化与智能化发展

耳机耳麦市场整体及各热点功能零售额同比增速
2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



迷你音箱市场整体及热点功能零售额同比增速
2017 1-8月 vs. 2016 1-8月

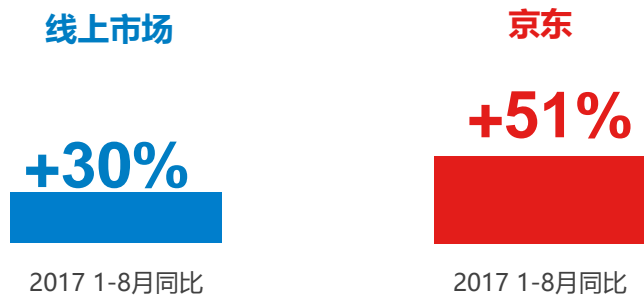


路由器：消费升级持续为路由器市场注入零售额增长动力

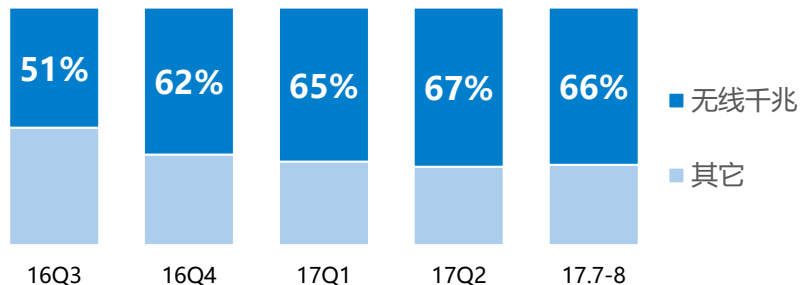


- 2017年1-8月路由器市场伴随无线千兆产品的普及，市场均价较去年同期上升明显，拉动销售额增长，京东增幅突出

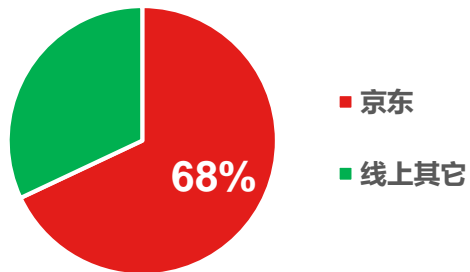
路由器分渠道零售额同比增速 2017 1-8月 vs. 2016 1-8月



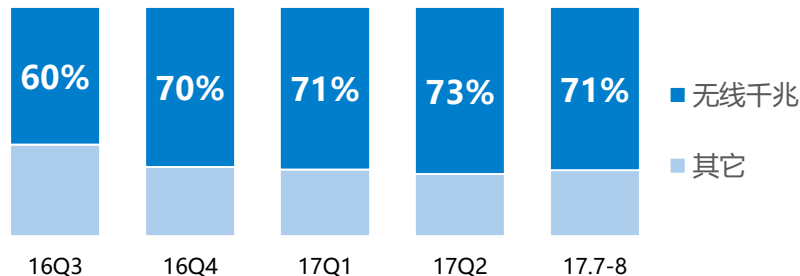
线上路由器市场无线传输速率带零售额占比



路由器分平台零售额占比2017 1-8月



京东路由器无线传输速率带零售额占比

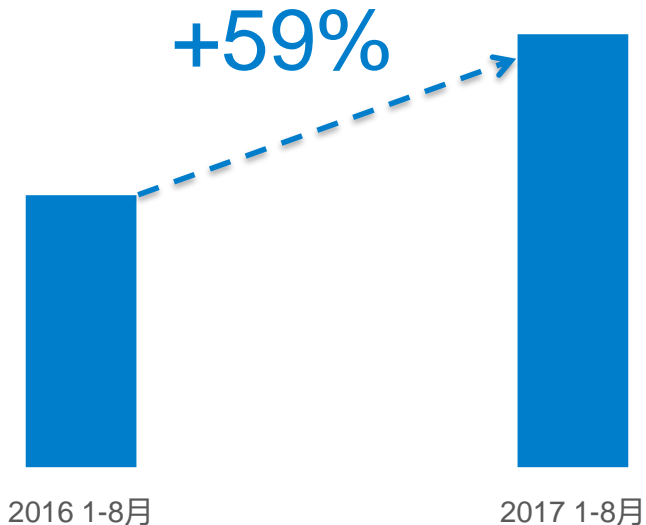


虚拟现实：市场规模同比大幅增长，市场重心由低价产品向高价转移

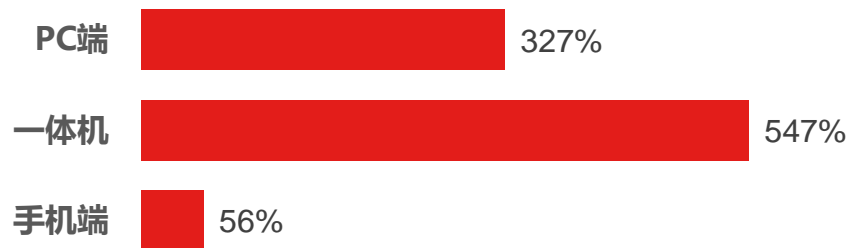


- 2017年零售量和零售额同比均有大幅度增长，相比整体市场，京东的增长幅度更加明显，这样的增长主要得益于京东在2017年重点扶植VR品类发展。
- 今年产品结构发生了很大变化，均价更高、消费体验更好的一体机、PC端头盔更加受到市场青睐

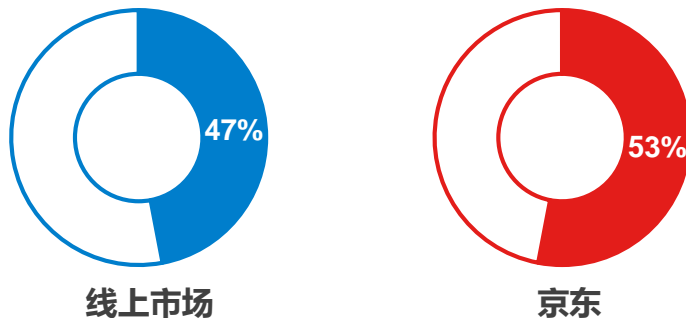
2017 1-8月线上市场零售额同比增速



2017年1-8月京东分品类产品零售额同比增速



1000元以上产品在市场中的占比



零售变革驱动，线上下沉及线下转型同步加速



- 2016年11月，湖南长沙第一家开业；
- 国庆期间新店开业**20家**，累计开业**160家**；



- 2015年小米开始进军下线。
- 2017年5月底，开店总数已达100家；
- 国庆节小米之家**20家**店同时开业；



- 2016年6月线下开始开业；
- 2016年7月到目前，相继签约四川、河南、山东、甘肃、武汉、河北、上海、天津、安徽等当地中小零售；



- 2016年Brookstone，北京、上海首店登陆。
- 2017年5月上海、重庆、江苏、河北、福建、广西八地同步开业。
- 国庆节宏图Brookstone **50家**店同时开业；

2017年11.11大幕拉开

- 近些年来，随着线上市场的快速发展，以及形式丰富、时间灵活的线上促销节日的影响，消费者熟悉的传统购物节点也在产生着变化。根据GfK的监测数据来看，销量高点时间由原来的分布于多个传统节日逐步集中并向618等线上购物节转变，而线上的销量高点主要集中于618、双11等线上购物节，线上线下市场节奏进一步趋近。
- 做为上半年最主要的电商促销节-618，京东表现优异，京东3C产品零售额同比增长 +45%，直接驱动6月市场的高速增长。
- 即将到来的11.11，又将是一年一度的消费狂欢节，是各大电商的年度主战场之一。各大电商平台和零售商都已开始积极布局。
- 毫无疑问，通过这一轮促销，线上渠道在零售市场中的占比会站上一个新的高度，整体市场将会进入一个新的阶段。



非常感谢！

GfK 中国微信公众号



GfK Retail and Technology China Co., Ltd.

捷孚凯市场咨询（中国）有限公司

北京地址：

北京市 朝阳区朝外大街16号 中国人寿大厦18层

邮政编码：100020

电话：（86）10 8562 3838, 5905 3333

传真：（86）10 8525 2148, 8525 2248

上海地址：

上海市 南京西路1168号 中信泰富广场1809室

邮政编码：200041

电话：（86）21 5298 4481

传真：（86）21 5298 4480