

# 数字融合市场

中国企业的跨界增长机遇

成就卓越绩效

## 中国是世界上最大数字人口国家和最大数字消费市场。

中国消费者已全面拥抱数字技术，形成一种全新的消费和行为方式。

移动消费，随时随地  
热爱口碑，更爱社交  
勇于尝新，选择善变  
玩转多屏，全时娱乐  
线上线下，无缝购物

随着中国经济进入到中速增长的新常态，中国的企业高管正在积极寻求新的增长空间和增长模式。

**87%** 的中国企业高管欲在未来五年通过行业跨界寻求新的市场契机。

**63%** 的中国企业高管认为，社交网络、移动计算、数据分析等数字能力是实现跨行业发展的成功关键。



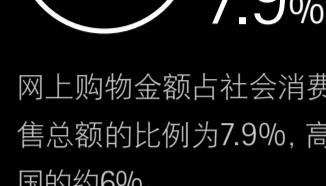
中国网民数量超过6.32亿，是世界上最大的数字人口国家。网民数量第二大国家为美国，2013年底数量为2.63亿。



中国手机网民超过5.27亿，全球之首。



中国的网上购物市场达3000亿美元，超过美国的2600亿美元，成为全球最大的网络购物市场。



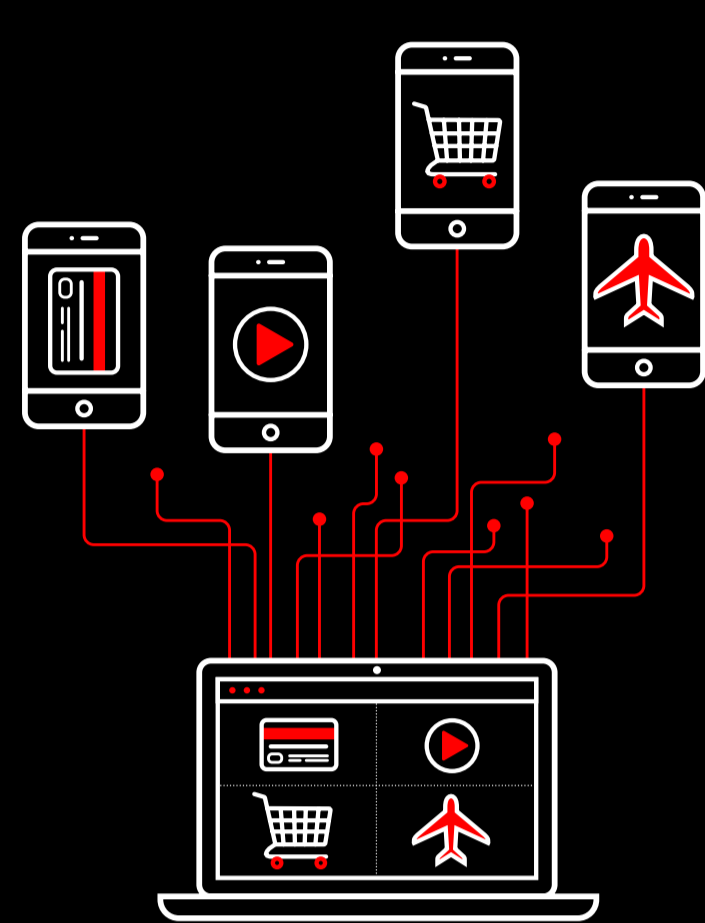
网上购物金额占社会消费品零售总额的比例为7.9%，高于美国的约6%。



中国网民平均每周上网时间为25.9小时。



腾讯的社交媒体应用微信月度活跃用户达4.68亿。



## 中国消费者的数字化消费行为正在重新定义市场形态和竞争格局。

埃森哲将数字化促生的新市场生态和行业融合称为“数字融合市场”。

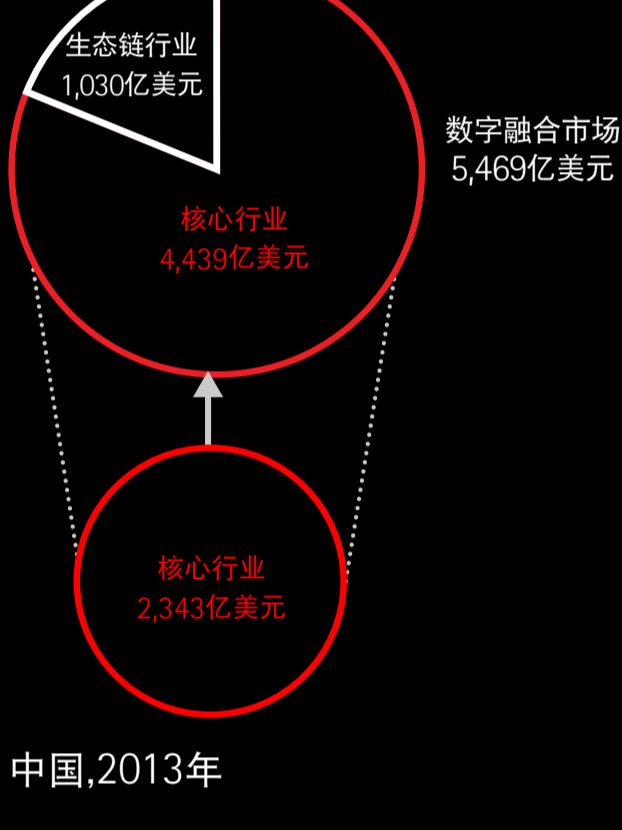
中国的数字融合市场已在至少四个领域兴起和发展：**支付、购物、视听、出行**。在这四个融合市场中，传统核心行业依然是市场主导者，但是生态链行业正在取得越来越大的市场份额。

相比其核心行业，数字融合市场的总产值明显扩大。

中国2013年购物和金融服务核心行业的总产值分别为2343亿美元和7146亿美元。预计到2020年，购物和金融服务的数字化融合市场总产值将分别达到5500亿美元和1.6万亿美元。

### 购物市场

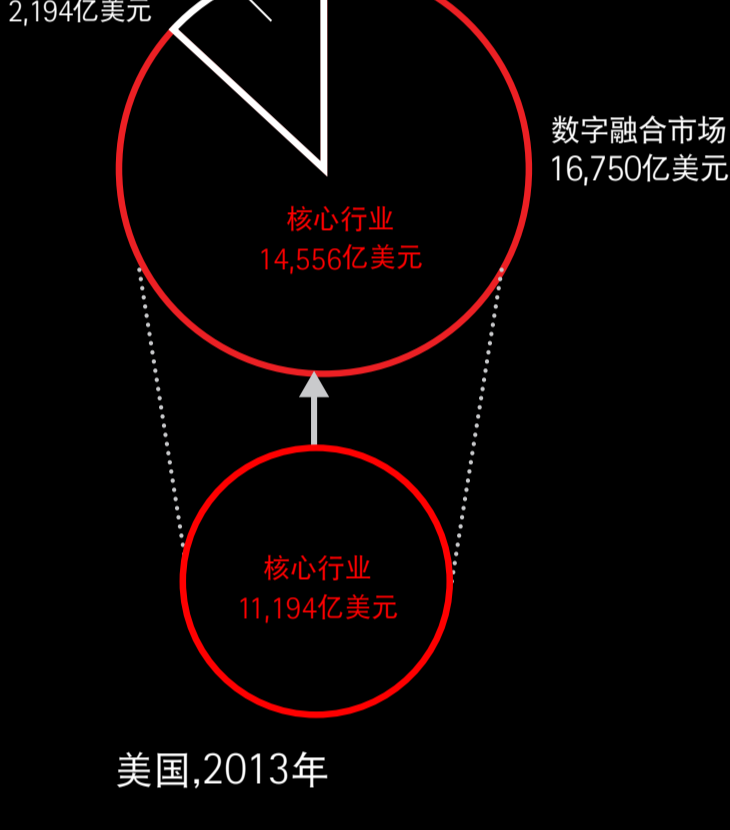
中国,2020年



中国,2013年

核心行业 (零售)    生态链行业 (电子、高科技、电信、交通、非住宅建造)

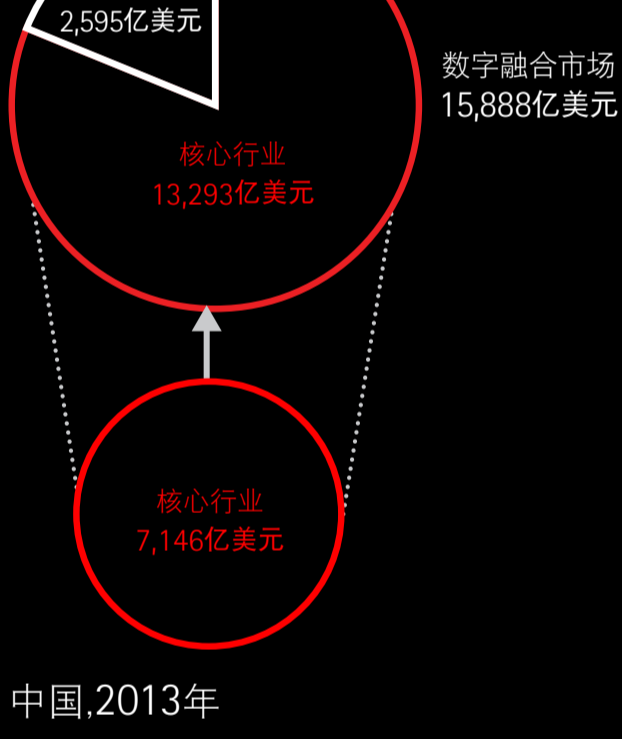
美国,2020年



美国,2013年

### 金融服务市场

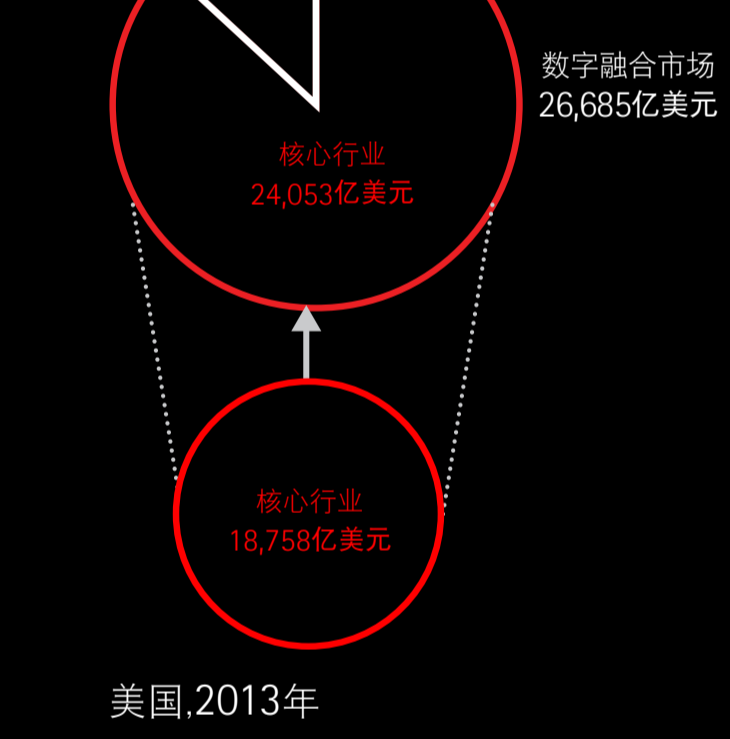
中国,2020年



中国,2013年

核心行业 (金融服务)    生态链行业 (电子、高科技、电信、零售)

美国,2020年

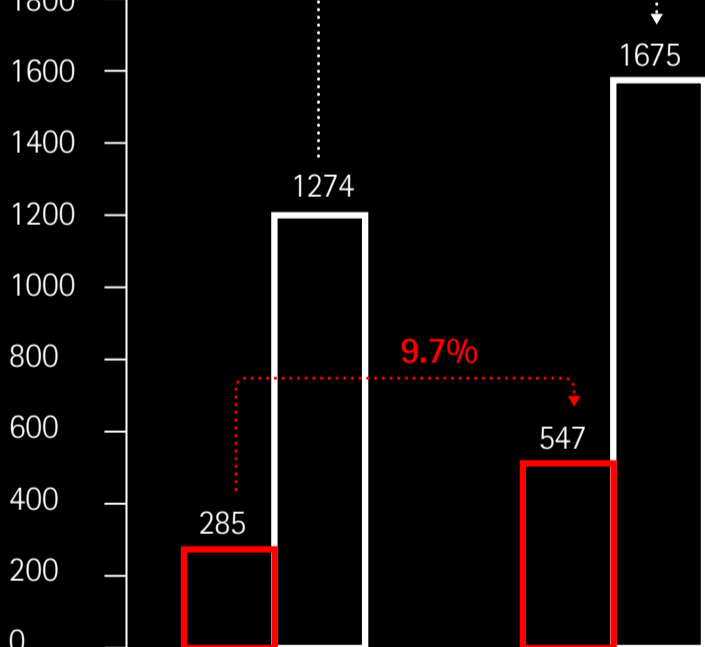


美国,2013年

相比美国，数字化对中国的购物和金融市场增长的推动作用更加显著。

购物数字融合市场总产值及增速

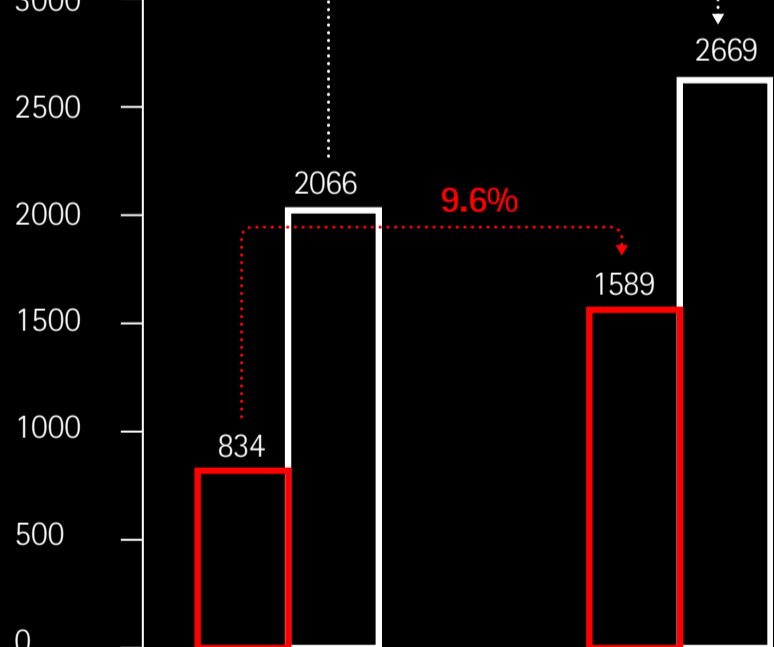
单位：十亿美元



中国    美国

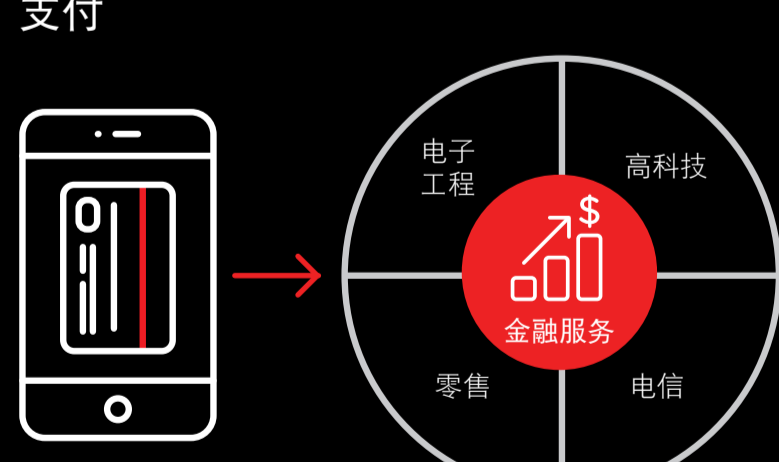
金融服务数字融合市场总产值及增速

单位：十亿美元



## 数字融合市场在四个领域的兴起和发展。

### 支付



支付市场新生态

更多参与者，数字化支付手段，创新的业务模式，全新的消费者体验

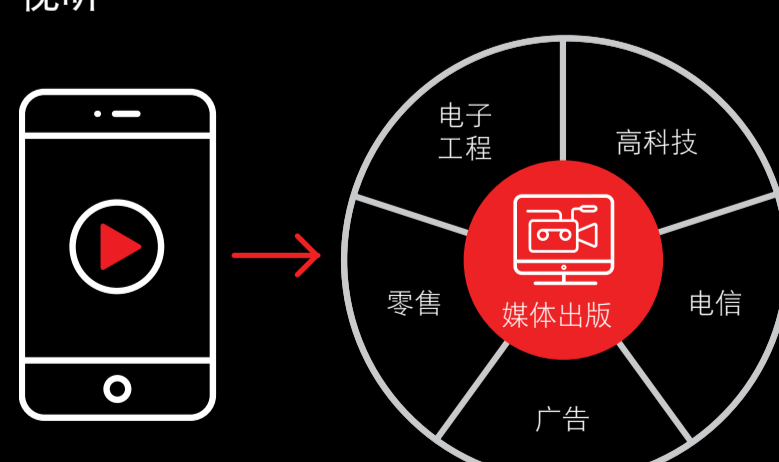
### 购物



购物市场新生态

更多的参与者，零售圈内圈外相互渗透融合，消费者成为真正的核心

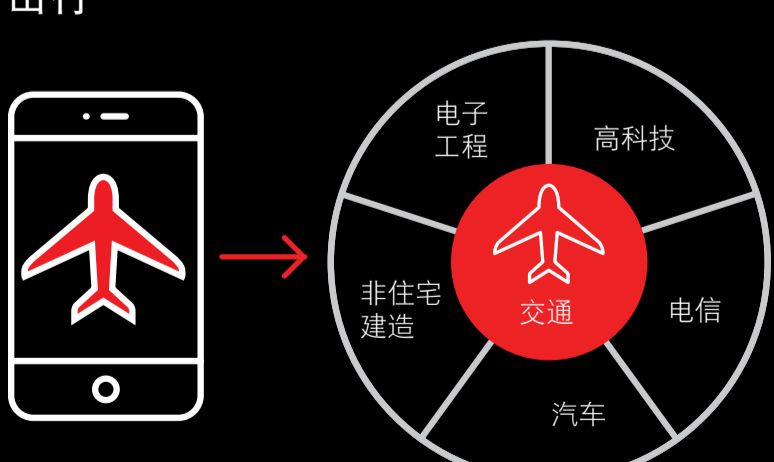
### 视听



视听市场新生态

数字化传播手段，中间渠道消亡，新兴参与者，消费者视听新习惯、创新业务模式

### 出行



出行市场新生态

各类出行服务商合作互联，满足消费者随时随地高效出行需求

## 制胜数字融合市场

- 1 企业需要发展一流的**数字能力**
- 2 **数据**是新的竞争命脉
- 3 **消费者洞察**成为关键差异因素
- 4 培养**初创**心态
- 5 必须更善于**跨行业**工作
- 6 用**数字化**提升企业**传统**管理能力