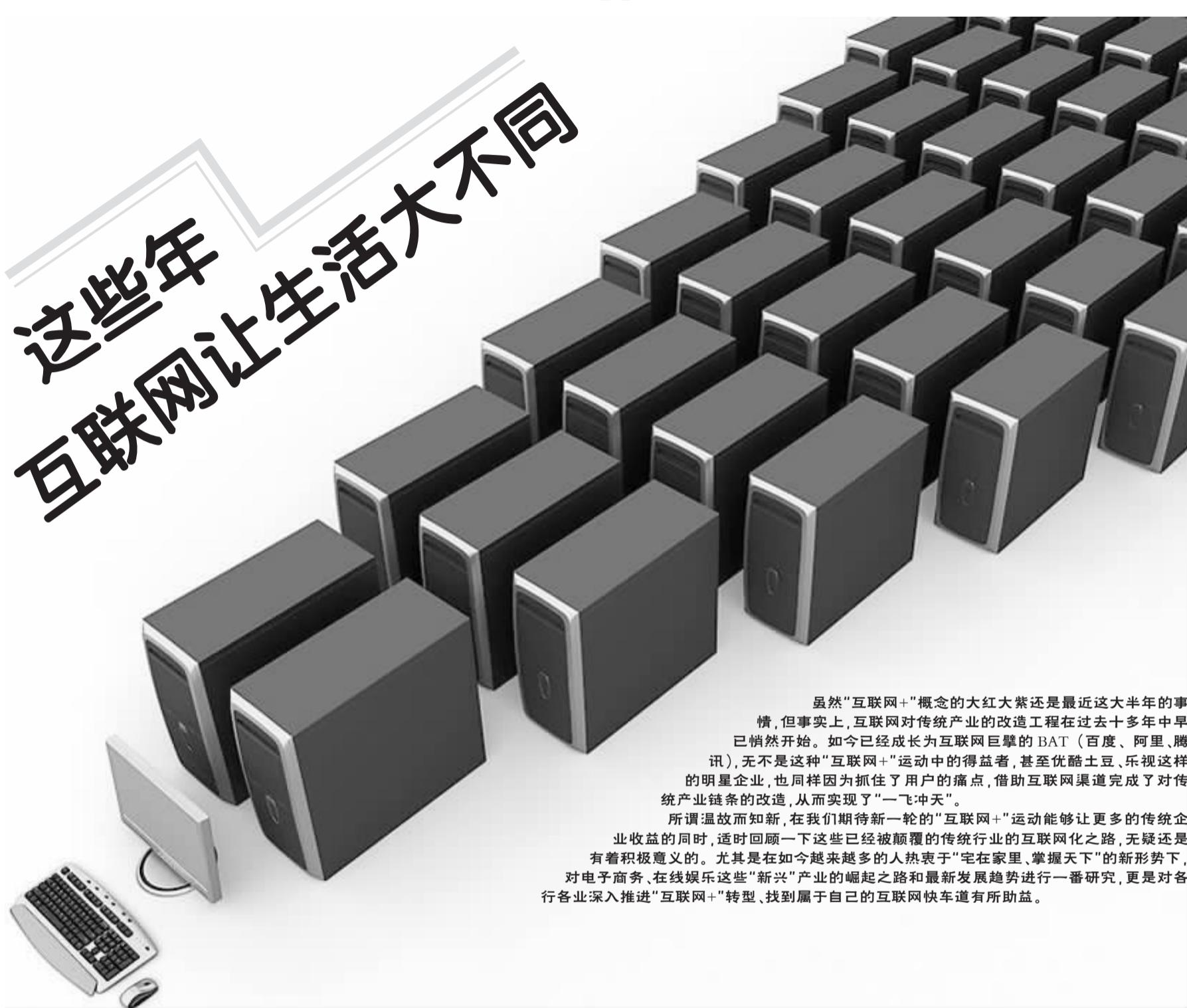


这些年
互联网让生活大不同



电商市场冲15万亿元“新高” 手机购物成“最后的战场”

作为互联网领域最早开始出现的一种商业模式,中国电子商务的格局伴随着中国互联网和广大网民的成长,如今已经走向了稳定,而网购也成为中国网民最普遍使用的一种网络消费方式。

通过网络购物,消费者不仅能够随时随地购买不同地域和品类的商品,更可以安坐家中享受送货上门的便利。而且,得益于电子商务在成本方面较传统商业的优势,通过网购方式的购买,往往让消费者得到了更多的实惠。因此,在中国互联网对传统行业的改造中,电子商务成为走得最快、同时又最快让消费者接受的一个领域。

据中国信息通信研究院(原工信部电信研究院)预计,2015年,我国互联网服务收入将突破8500亿元,同比增长34%,电子商务交易规模则会向15万亿元大关发起冲击。



巨大的市场规模也让我国的电商企业得到了飞速的发展。据京东集团日前发布的截至2015年3月31日的2015财年第一季度业绩显示,京东2015年第一季度交易总额为878亿元,同比增长99%。2015年第一季度,线上自营与第三方平台交易总额分别为509亿元与369亿元,比2014年第一季度分别增长了63%和185%。

而中国电商的另一个巨头阿里巴巴,财报同样靓丽。财报显示,阿里巴巴集团2015年第一季度阿里中国零售平台(淘宝、天猫、聚划算)业绩强劲增长,第一季度成交额达6001亿元,同比增长40%。“正品行货和优质的用户体验,被越来越多的国内消费者认可。”京东CEO刘强东表示,中国消费者越来越注重高品质的产品和可信赖的服务,而电商的发展正好满足了消费者需求的变化。

在满足消费者的购买需求后,随着移动互联网的发展,网购和移动互联网的结合,则让网购消费的便利性更上了一层楼。根据Analysys易观智库发布的《中国手机购物市场季度监测报告2015年第一季度》数据显示,2015年第一季度,中国移动网购市场交易规模达2966.8亿元,同比增长116.1%,继续保持高速增长态势。据1号店方面提供的数据显示,在今年“五一”期间发起的“生鲜世界纪录日”活动中,3天3场的生鲜活动,无线订单占比均高达76%以上。

据1号店方面表示,“五一”小长假虽然是销售的“空档期”,但随着智能手机和移动互联网的普及,消费者无论在家中还是在出行路上、旅游间隙,都能通过手机随时随地进行网购。根据1号店“五一”3天无线订单的占比情况,就能深切地感受到“无商不移

虽然“互联网+”概念的大红大紫还是最近这大半年的事情,但事实上,互联网对传统产业的改造工程在过去十多年中早已悄然开始。如今已经成长为互联网巨擘的BAT(百度、阿里、腾讯),无不是这种“互联网+”运动中的得益者,甚至优酷土豆、乐视这样的明星企业,也同样因为抓住了用户的痛点,借助互联网渠道完成了对传统产业链条的改造,从而实现了“一飞冲天”。

所谓温故而知新,在我们期待新一轮的“互联网+”运动能够让更多的传统企业收益的同时,适时回顾一下这些已经被颠覆的传统行业的互联网化之路,无疑还是有着积极意义的。尤其是在如今越来越多的人热衷于“宅在家里、掌握天下”的新形势下,对电子商务、在线娱乐这些“新兴”产业的崛起之路和最新发展趋势进行一番研究,更是对各行各业深入推进“互联网+”转型、找到属于自己的互联网快车道有所助益。

动”的大趋势。由于无线端网购与PC网购在消费频次、下单时间等方面特征明显不同,手机购物也被外界认为是电商的最后一个战场。

在线视频成“最热”应用 手游市场蕴藏百亿商机

随着电视开机率的不断下降,通过互联网方式获取娱乐资讯的需求则日益强烈。将视频内容转移到在线视频平台的视频网站,成为广大网友在互联网休闲娱乐当中必不可少的“伴侣”。据iResearch艾瑞咨询的数据显示,如今在线视频用户覆盖率达到96%,用户规模首次超越搜索服务,跃居第一,继时长份额居首后,又成为覆盖最多网民的网络服务。

从最早的天价电视剧再到各类综艺节目的争夺,在线视频网站在内容的演变上,也越来越趋向于个性化和高品质。而内容的差异化竞争,也让在线视频网站在原有电视节目内容的基础上,找到了和传统电视媒体不同的生存空间。作为在线视频网站重要的自制内容,以微电影为代表的各式各样的用户自制内容,如今成为在线视频网站最大的看点,也成了在线视频网站之间竞争的主要砝码。

在优酷土豆集团承办的“共享·展望”微电影创作研讨及行业交流会上,业内专家一直认为,微电影蕴藏着无尽的发展潜力。在围绕优质IP的电影、电视剧、游戏、电子商务全产业链开发的格局之下,视频网站有资源和平台推动微电影实现价值的最大化,使

互联网时代的平台生态链条更为完整。自制微电影为在线视频网站带来了内容差异化的同时,也为广大的视频作者带来了商机。

记者了解到,如今凡是一年期内视频播放量达到15万次的“自频道长”,都有权申请加入优酷视频创收平台。据了解,优酷视频创收平台目前已经积累了丰富的创收模式和庞大的用户规模,广告分成、粉丝赞助、边看边买和视频认领等模式,让“自频道长”的收入来源更加多元化。2014年,优酷创收用户总收入达到3200万元。

除了在线视频作为电视的替代品,成为广大网民最主要的休闲娱乐方式外,在移动互联网飞速发展的今天,借助移动互联网迅速成长的手游,则成为改变广大网民碎片化时间、寻找娱乐的首选。

据GMIC发布的白皮书显示,到2016年,中国将会赶超美国,成为全球第一大手游市场。白皮书还预测,2015年中国的手游市场收入将达到约360亿元,2016则有望达到500亿元的收入。

值得留意的是,在端游时代与国外游戏平分天下相比,在手游市场中,国产游戏则完全占据了主角。以网易、巨人等为代表的手游企业,在手游领域可谓不遗余力。资料显示,《征途》手游版在腾讯云的支持下,就创出了220万人同时在线的峰值记录。此外,巨人移动更在日前宣布,《武极天下》手游计划将投入亿元费用,从研发、推广、发行、运营等各个环节对游戏进行精品化打造,《武极天下》成为手游行业首个推广费用破亿元的产品。行业巨头的不断投入和用户对手游的高度热情,为手游行业带来了广阔的发展前景。

(南方)