



与你同行

见证成长

2026年电商发展报告

数据让生意更好! Data turn biz on!

报告说明



报告范围

- 本报告主要回顾2025年电商行业的整体情况以及不同电商业态近年的演变历程，重点梳理主流电商平台的发展现状及2026年经营布局的重点方向



数据说明

- 星图数据自主研发的大数据系统，对互联网电商平台（天猫/京东/拼多多/抖音商城/快手/美团闪购/京东秒送/淘宝闪购等）公开页面信息进行监测收集、处理、整合、计算、分析后发布
- 综合电商平台含天猫、京东、拼多多；内容电商含抖音商城、快手；即时零售含美团闪购、淘宝闪购、京东秒送、盒马、淘鲜达、多点等；社区团购含多多买菜、美团优选、兴盛优选等
- 其他公开渠道如国家统计局部门、企业官网、证券研报等网上公开资料

SYNTUN

星图数据

- 依靠尖端的大数据分析和云计算技术，对海量网购数据进行高效的监测收集和挖掘分析，积累了50多家主流电商平台，超2.4亿商品的相关数据，服务了超过200家知名品牌厂商，与30余家机构及行业协会建立紧密合作关系

报告核心摘要

■ 宏观市场环境向好

- 整体消费步入**稳健“新常态”**：线上零售告别高双位数增长时代，进入存量博弈期
- AI成为数字经济新增量引擎：互联网用户增量见顶，**生成式AI用户迎来爆发式增长**

■ 电商平台战略重心调整

- **竞争格局重塑**：2026年电商行业进入**“AI原生+即时零售”**的深水整合期，各大平台纷纷出手，从单纯的流量争夺转向技术基建（AI）与履约壁垒（即时零售）的双重竞争
 - 淘天集团**：重金投入搭建AIGX体系重构交易系统；将**即时零售**定为未来3年第一增长曲线；“红猫计划”与小红书战略合作，打通种草与成交闭环
 - 京东集团**：以JoyAI为底座实现供应链深度智能化，医疗大模型**“京医干询”**成为新增长曲线；京东秒送进入“效率释放期”，全资收购达达并建立15万全职骑手队伍，主打“品质+效率”
 - 抖音电商**：利用豆包大模型打造**全域AI经营操作系统**，实现“一句话购物”；组织架构底层融合，实现电商与生活服务、即时零售的后台统一运营；TikTok Shop加速全球基建布局
 - 美团**：进化为**“AI驱动的本地生活超级智能体”**，C端推出“小团”；战略收购叮咚买菜补齐高端生鲜拼图，全面收缩社区团购（优选）业务，资源集中于“外卖+闪购”双轮主导
 - 拼多多**：**扭转极致低价标签**，核心战略从轻资产、高周转的流量驱动模式，转向深度介入产业带的重资产供应链模式，成立“新拼姆”专项重仓高质量品牌化；Temu高速增长反哺国内供应链，通过全/半托管模式并行，将海外经验反向赋能国内

■ 国内消费更注重专业数据，AI在购物决策中开始起到重要作用

- **AI重构消费决策**：AI从“降本增效工具”跃迁为“全链路决策伙伴”，对话式下单成为常态，消费者将“比价/测评”任务外包给AI Agent，商业即将步入AI购物代理时代
- **清醒与悦己并行**：消费逻辑发生改变，从“消费降级”转向“精准消费”，呈现“质价比驱动日常，情绪驱动高溢价”的分化特征
- **内行主义与健康调频**：消费者从被动接收转变为主动研究的“内行者”，信任专业测评大于博主人设；健康消费从“事后治疗”转向“事前预防”，主动进行全生命周期的数据化健康管理

目录 CONTENTS

01

宏观市场环境

02

电商市场规模

03

电商平台发展趋势

04

消费趋势追踪

05

电商发展机遇与挑战



... PART 01

宏观市场环境

整体消费步入稳健“新常态”，电商渗透率趋稳

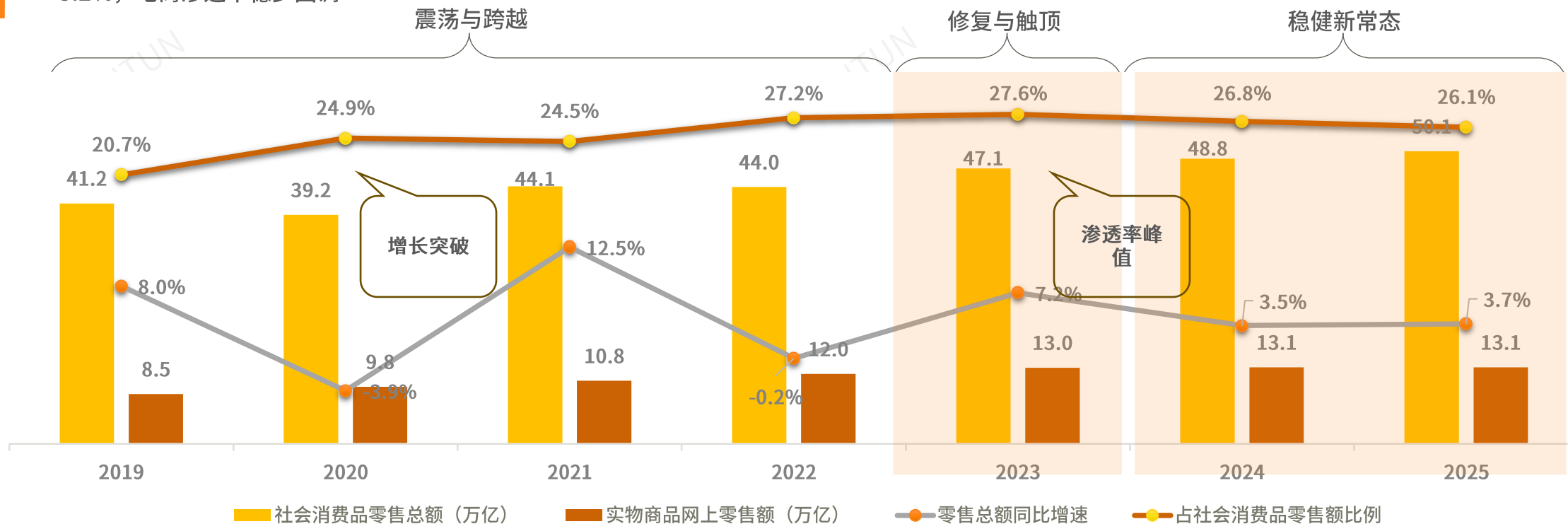
线上零售告别高双位数增长时代，与整体消费增速趋同，进入存量博弈期

- **震荡与跨越 (2019-2022)**：数字化加速，社会消费品零售总额增速放缓，线上零售逆势保持增长，渗透率实现跨越
- **修复与触顶 (2023)**：全面复苏，增速整体反弹至7.2%，实物商品网上零售额13.0万亿，渗透率达历史峰值 (27.6%)
- **稳健新常态 (2024-2025)**：增速放缓，2025年整体增速3.7%，线上增速放缓至5.2%，电商渗透率稳步回调

核心动能转换：增速差收窄

2019年（高增长红利期）：大盘增速8.0% | 线上增速19.5% | 增速差11.5%

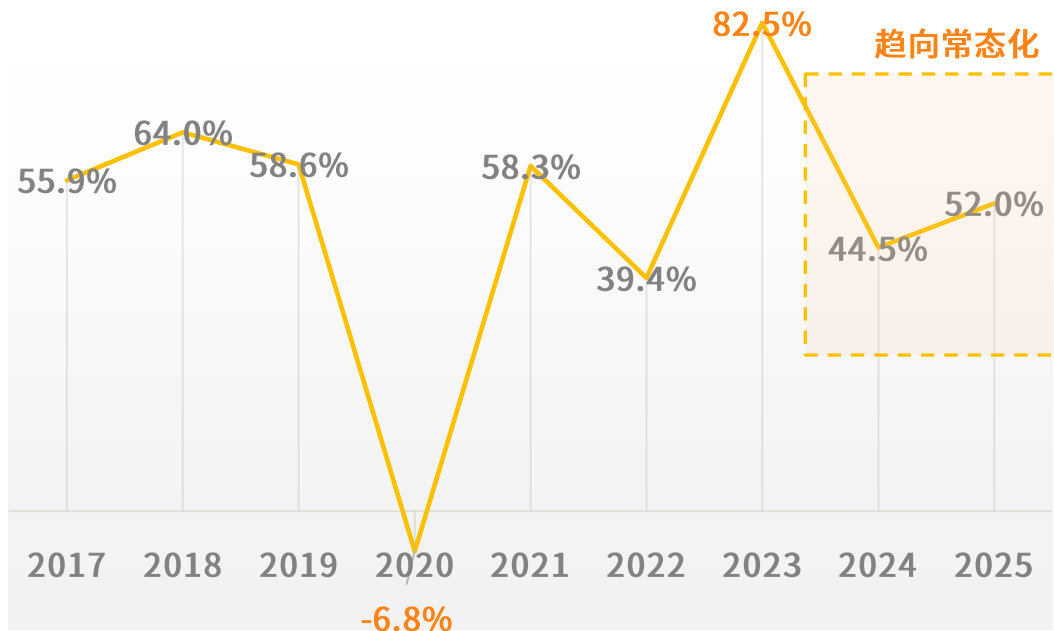
2025年（稳健新常态）：大盘增速3.7% | 线上增速5.2% | 增速差1.5%



注：社零总额及实物商品网络零售额相关数据来源于2026年1月国家统计局公开报告，电商渗透率=实物商品网上零售额/社会消费品零售总额

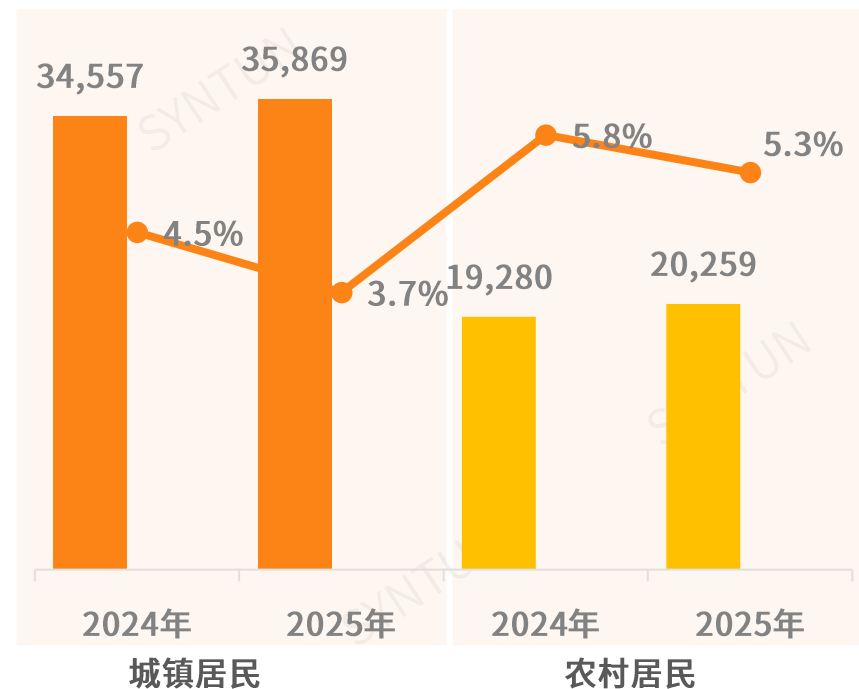
消费结构重塑：从高波动复苏趋向常态化，下沉市场展现出更强扩张趋势

最终消费支出对国内生产总值增长贡献率（2017-2025）



- 经历 2020 年 (-6.8%) 与 2023 年 (82.5%) 的极端波动后，消费对 GDP 贡献率在 2024-2025 年呈现稳步修复态势
- 2025 年贡献率回升至 52.0%，重返常态化的经济主导区间

城乡居民人均消费支出（元）及实际增长对比（2024-2025）

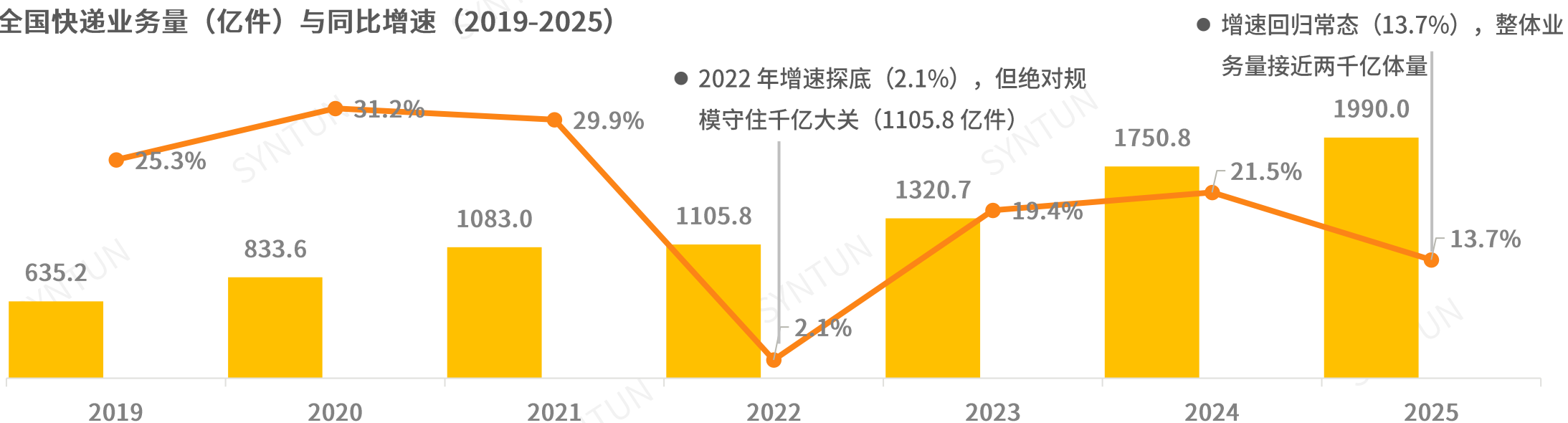


- 绝对量差异：城镇居民人均消费支出规模保持在农村居民的 1.7 倍以上
- 加速度倒挂：农村消费实际增速 (5.3%-5.8%) 持续高于城镇增速 (3.7%-4.5%)，下沉市场展现出更强的扩张趋势

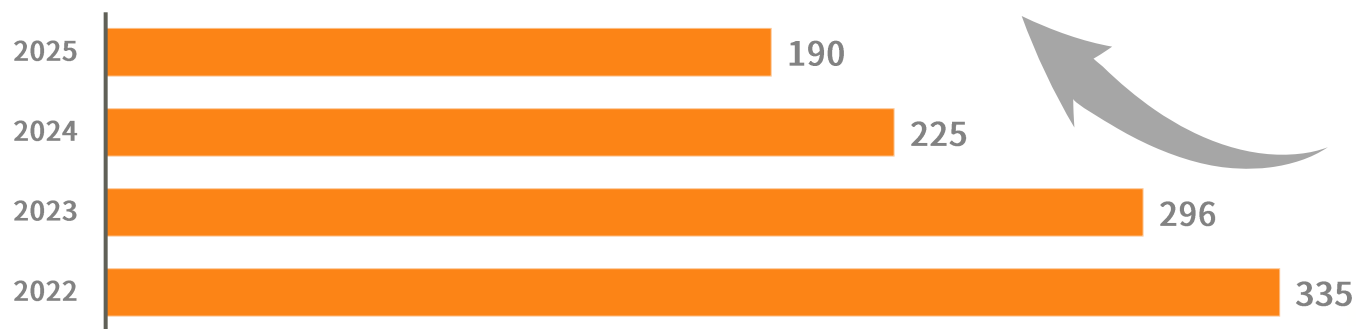
注：“最终消费支出对国内生产总值增长贡献率(%)”来源于“2026年1月国家数据国家统计局”数据；全国居民人均消费支出的实际增长为名义增长扣除价格因素后的增长

快递业务量经历下滑后逐渐回稳，稳步迈入两千亿级新纪元

全国快递业务量（亿件）与同比增速（2019-2025）



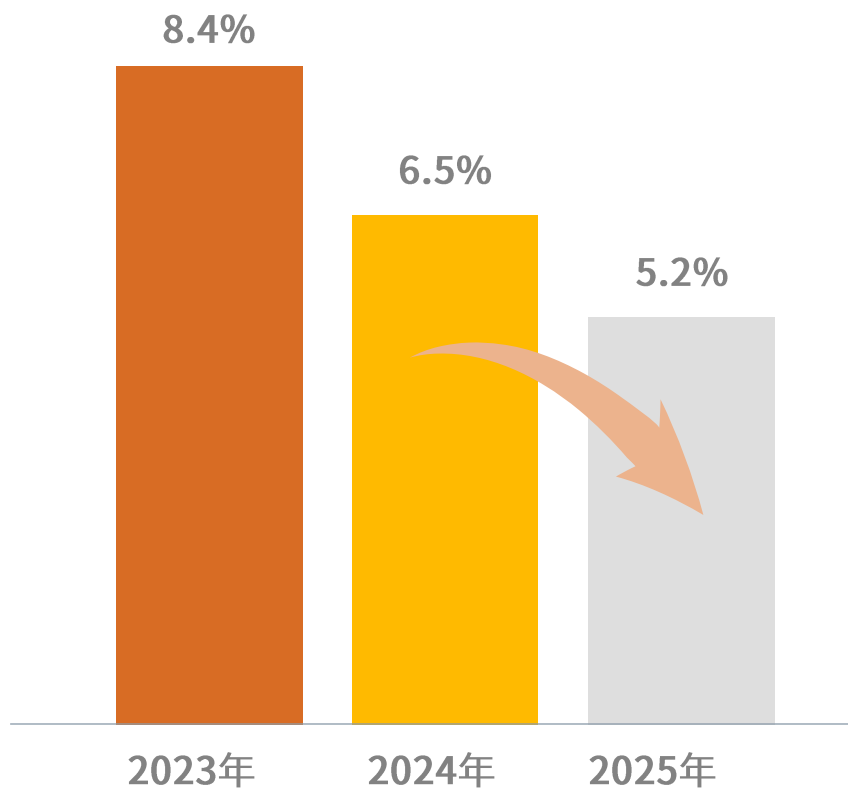
效率极速压缩：突破“千亿件”大关耗时（天）（2022-2025）



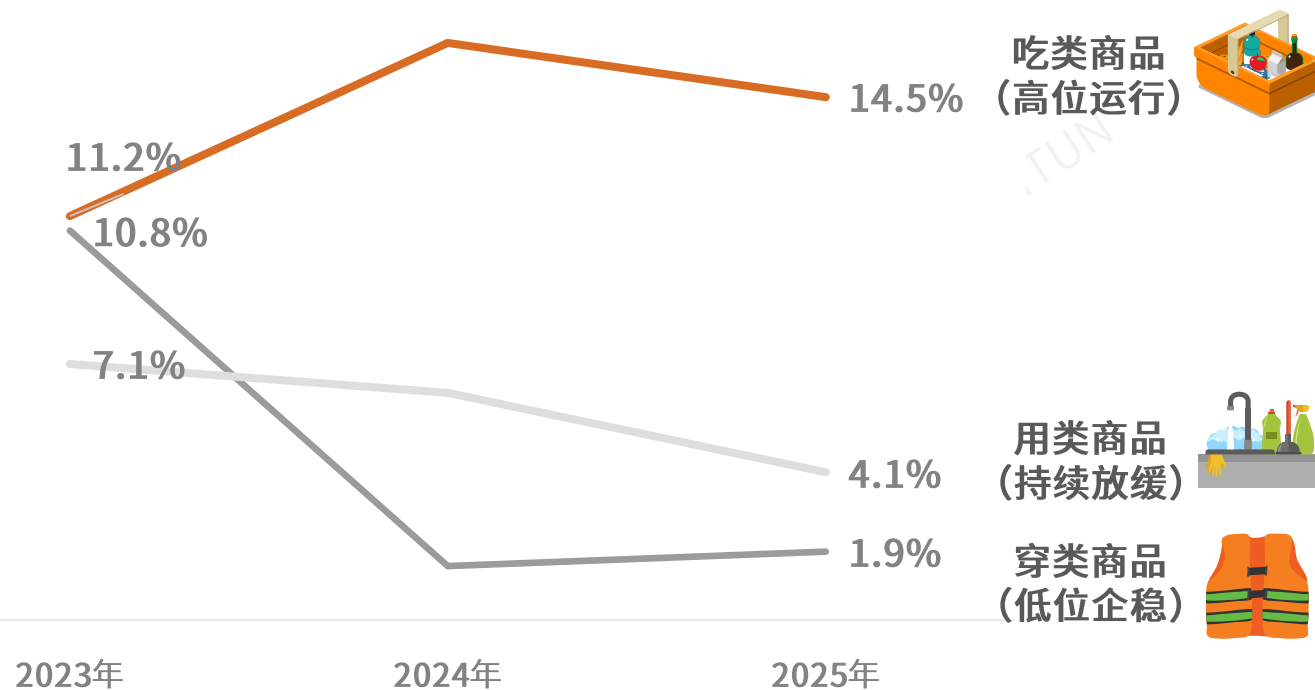
- 4年间，到达千亿件耗时缩短43.3%
- 行业扩容效率跃升，运营周转、全链路效率实现跨越式升级，高质量增长

2025年实物商品网络零售整体增速放缓，各品类呈现“必需品领跑、可选品疲软”的分化态势

2023-2025年实物商品网络零售额同比增速

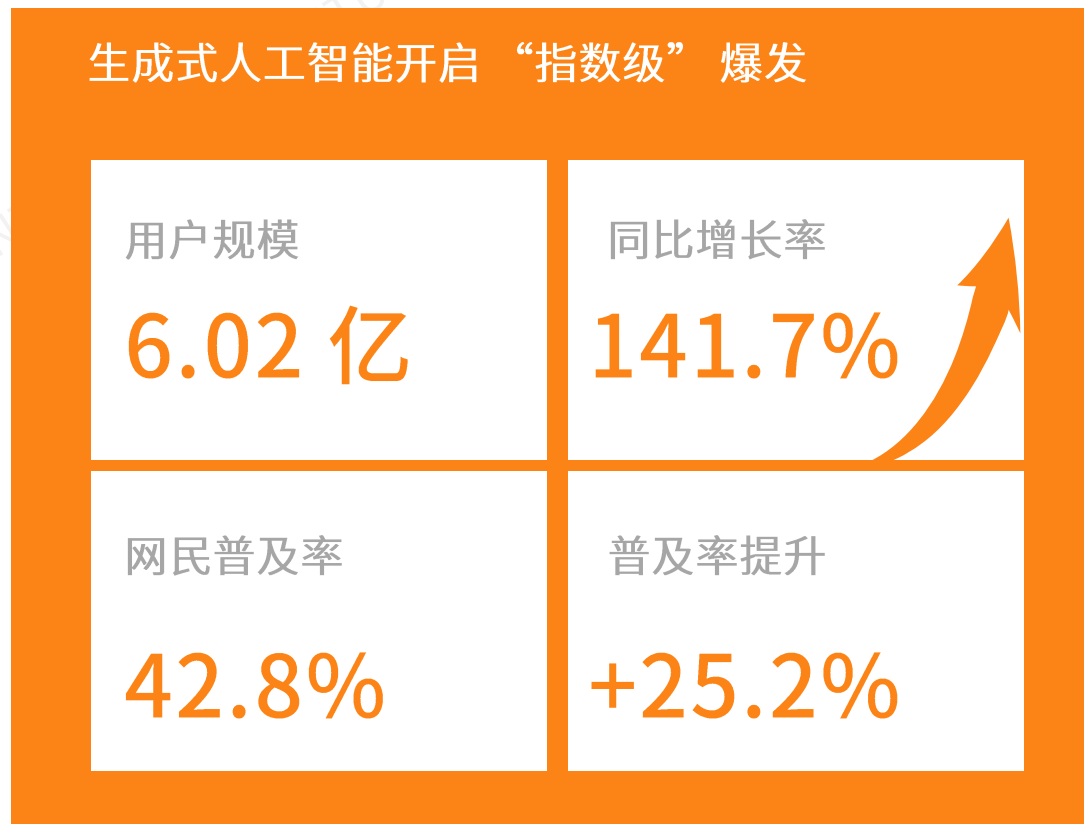
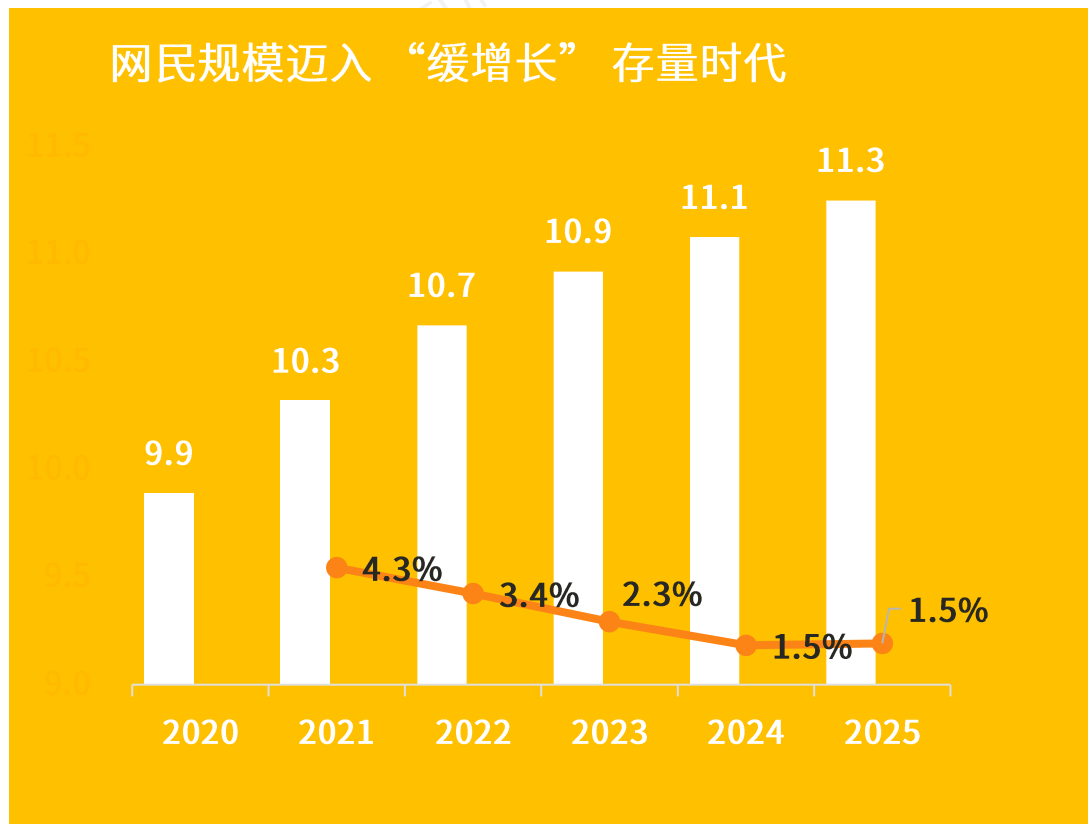


2023-2025年各类商品网络零售额同比增速



互联网用户增量见顶，生成式 AI 用户爆发式增长，成为数字经济新增量引擎

2025年中国网民（亿人）与生成式 AI 用户全景



- 互联网用户年度同比增速连年低于 5%，大盘流量红利见顶
- 生成式 AI 用户迎来爆发式增长，成为数字经济新增量引擎



... PART 02

电商市场规模

【25年回顾】核心电商平台处于存量博弈阶段，以 AI 提升全链路效率， SYNTUN 以即时零售抢占线下高频场景



淘天集团

AI 赋能×用户为先

4498亿

2025财年营收 (+3.4%)，
Q4创六季度新高

扶优去劣与 AI 重构

- ✓ AIGX技术全链路应用：手淘升级生成式推荐 (AIGR)，千问全端 MAU 破3亿
- ✓ 分层孵化优质供给：延长新品孵化周期至90天，双11期间3.4万个品牌实现同比翻倍
- ✓ 即时零售深度协同：3.7万品牌接入“小时达”，发起30亿 AI 大免单



京东零售

供应链核×场景涌现

2500万+

即时零售日订单量
活跃用户突破7亿

重资产渗透全场景

- ✓ 外卖业务颠覆性破局：推行“零佣金+5%封顶”与“七鲜小厨”重资产共享模式
- ✓ AI 驱动效率革命：京犀AI赋能物，拉动库存周转天数降至30.9天
- ✓ 全球织网与下沉扩张：海外仓面积目标翻倍；累计投入近300亿深耕乡镇物流及服务网络



拼多多

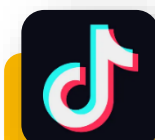
重仓供给×链通全球

4318 亿元

2025财年营收 (+10%)

千亿惠商与双轮出海

- ✓ 千亿新质供给扶持：成立“新拼姆”一期注资150亿，三年计划投入1000亿重仓高质量品牌化发展
- ✓ 全/半托管模式并行：全托管卖家点击飙升85%，半托管开放至30+国



抖音

优先交易×内容驱动

2.26亿 MAU

豆包大模型 App
“一句话购物”全场景搜索渗透

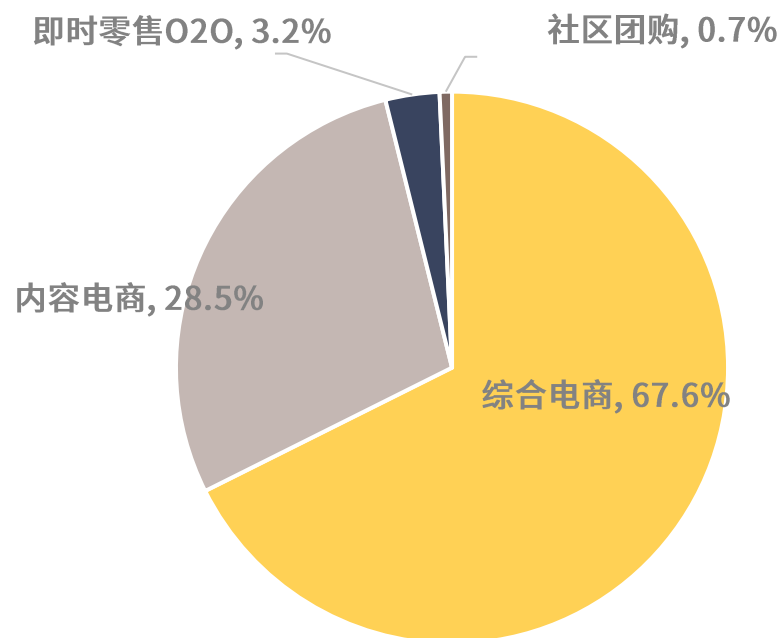
架构合流与 AI 营销

- ✓ 营商组织底层融合：“巨量千川”划归电商，电商与生活服务即时零售实现底层统一后台运营
- ✓ 灵犀 AI 精准引擎：投放精准度提升40%，转化成本下降25%；AI智能选品准确率飙升300%
- ✓ 全品类即时零售破圈：联合朴朴、小米等品牌，农夫山泉60天上线6000+门店，重塑即时履约生态

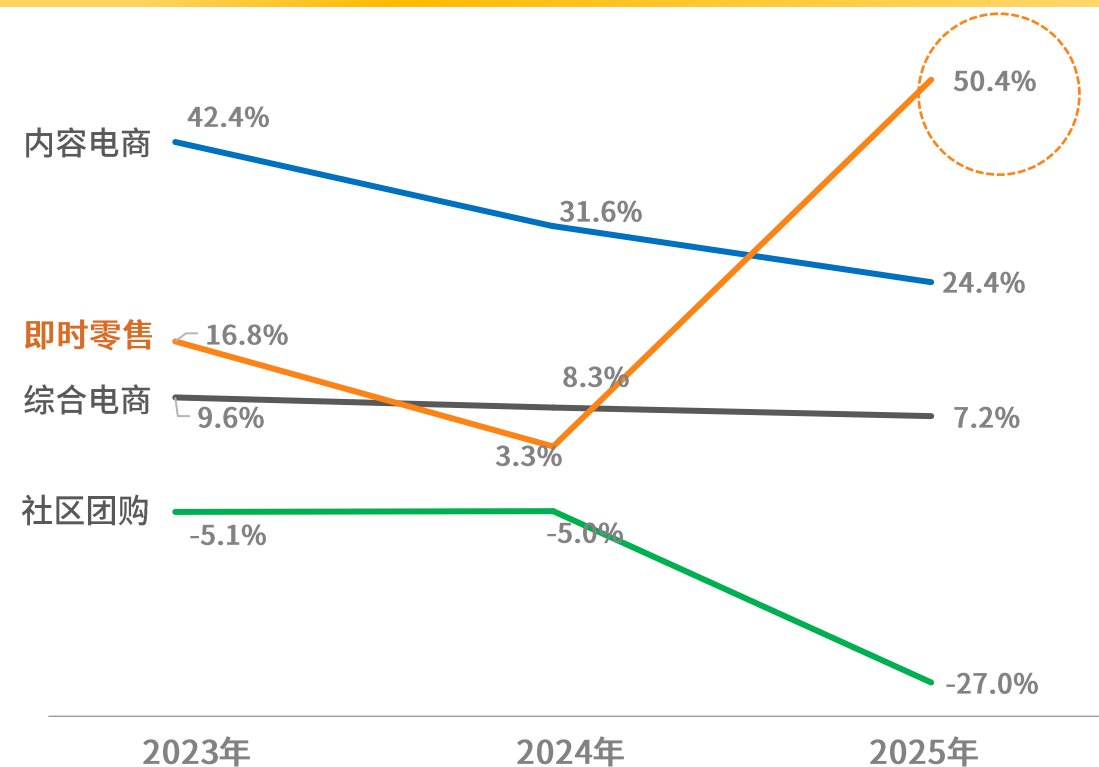
纯粹的流量红利时代结束，四大平台加速转向“AI 提效 + 即时零售扩张”

综合电商仍为主流，内容电商连年高速增长但增速放缓，即时零售显现爆发态势

2025年各电商业态GMV份额



2023-2025年各电商业态GMV增速



2025年，淘天领先优势持续收窄，拼多多、抖音、京东同属第二梯队，中国电商进入“四强混战”时代



2025年综合电商与内容电商各平台销售额TOP5品类：

					
	京东	天猫	拼多多	抖音	快手
1	家用电器 —	服装鞋帽 —	日用百货 —	服饰内衣 —	服饰内衣 —
2	手机数码 —	家用电器 —	服饰箱包 —	智能家居 NEW	珠宝文玩 NEW
3	食品饮料 —	个护美妆 ↑	家居生活 —	3C数码家电 ↑	个护化妆 ↓
4	母婴 —	运动户外 ↑	食品保健 ↑	珠宝文玩 NEW	营养保健 NEW
5	个护美妆 —	手机数码 ↓	农产品 NEW	美妆 ↓	生鲜 —

3C、家电排名稳定性

向个人健康与美妆转移

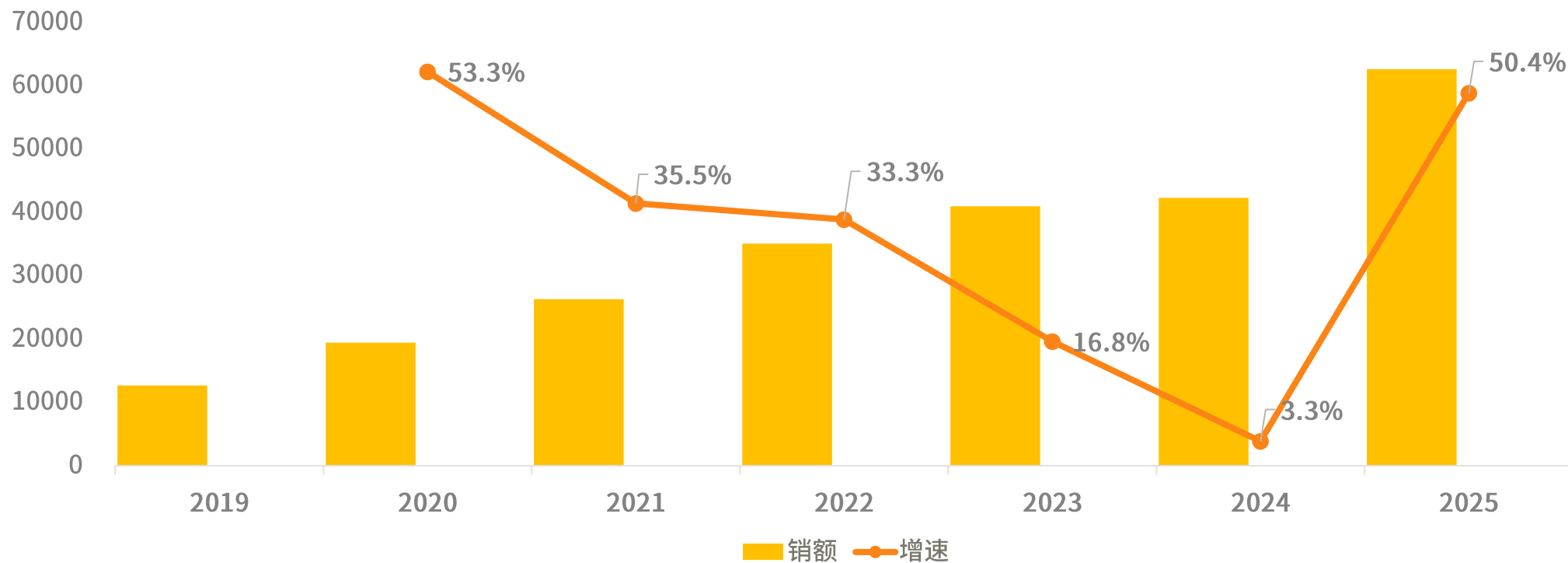
农产品上位

向高毛利、重信任的品类扩张

2025年美团、淘系、京东加大补贴投入，即时零售增速显著回升，行业重回高速增长阶段

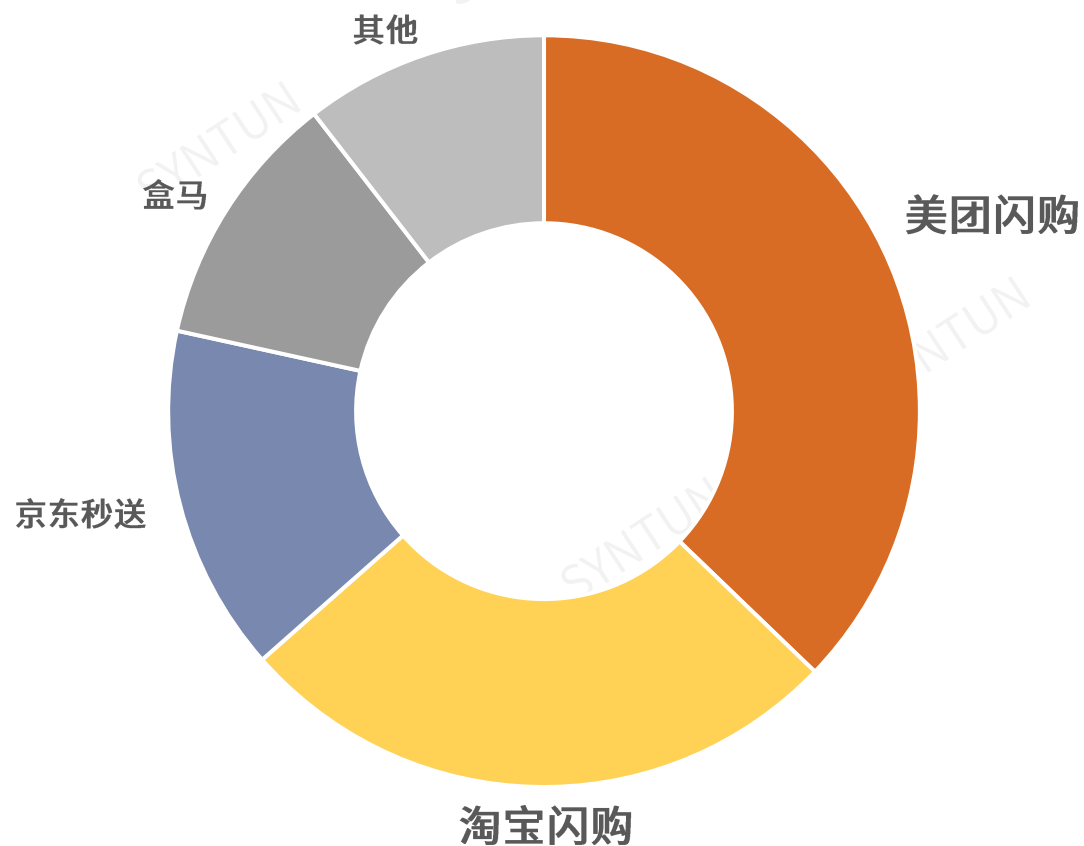
2019-2025年即时零售GMV及增速

GMV规模（指数化处理）

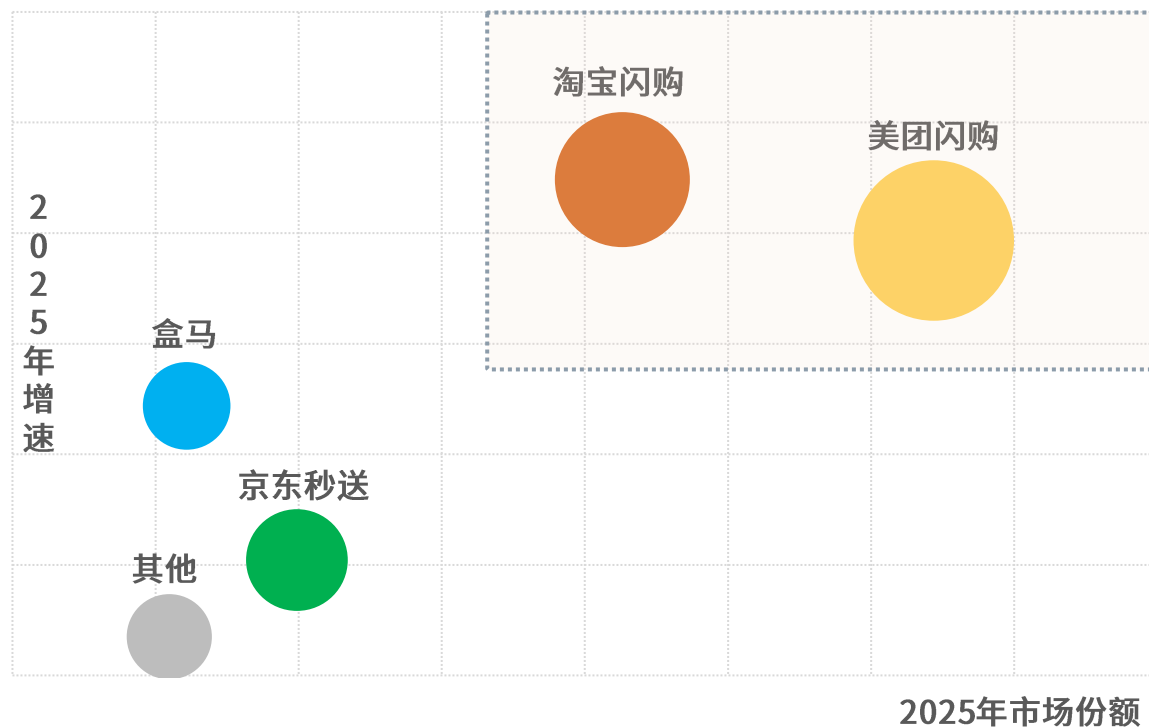


2025年即时零售进入“双寡头竞争”阶段，美团闪购与淘宝闪购持续扩张

2025年即时零售市场份额及增速表现



美团闪购、淘宝闪购实现份额增速双高，市场逐渐向这两家头部企业集中

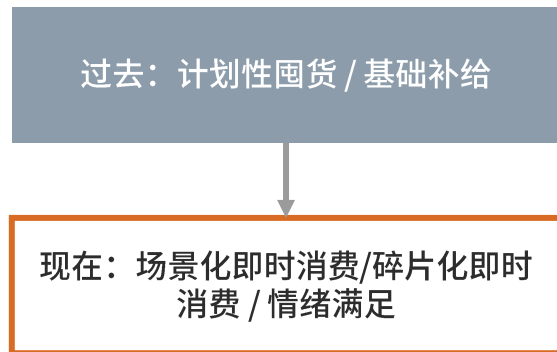


即时零售热门品类（销售额Top3品类）

2024年销额top3品类	2025年销额top3品类
① 酒水饮料	① 酒水饮料 ←
② 乳品烘焙	② 休闲零食 ↑
③ 休闲零食	③ 乳品烘焙 ↓

1

酒水饮料位列第一



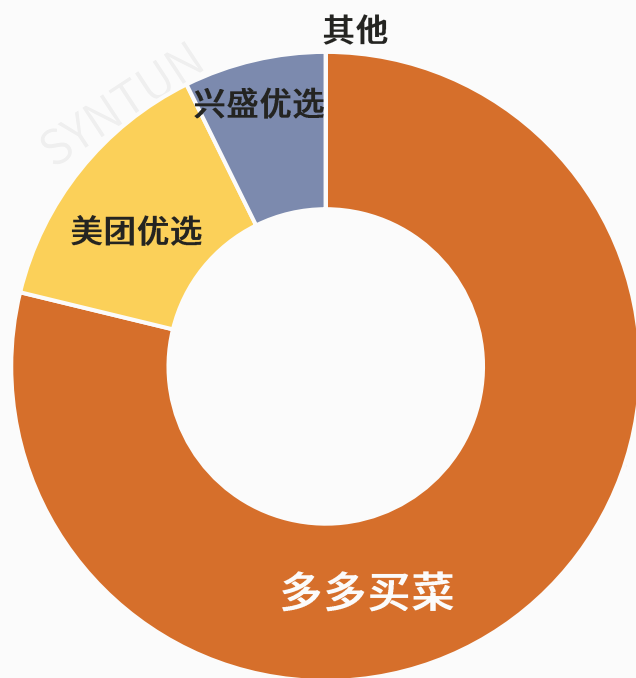
即时零售正在从“补货渠道”升级为“消费场景渠道”，高情绪价值、高即时满足品类将获得更强增长机会

基础功能型消费	VS	“休闲零食” 上涨
<p>核心诉求： 日常补给/基础功能 / 刚需消费</p> <p>消费特征： 低客单、计划性强、价格敏感</p>		<p>核心诉求： 社交聚会/悦己放松/即时解压</p> <p>消费特征： 即时性需求强、场景化连带消费明显、消费升级属性增强</p>

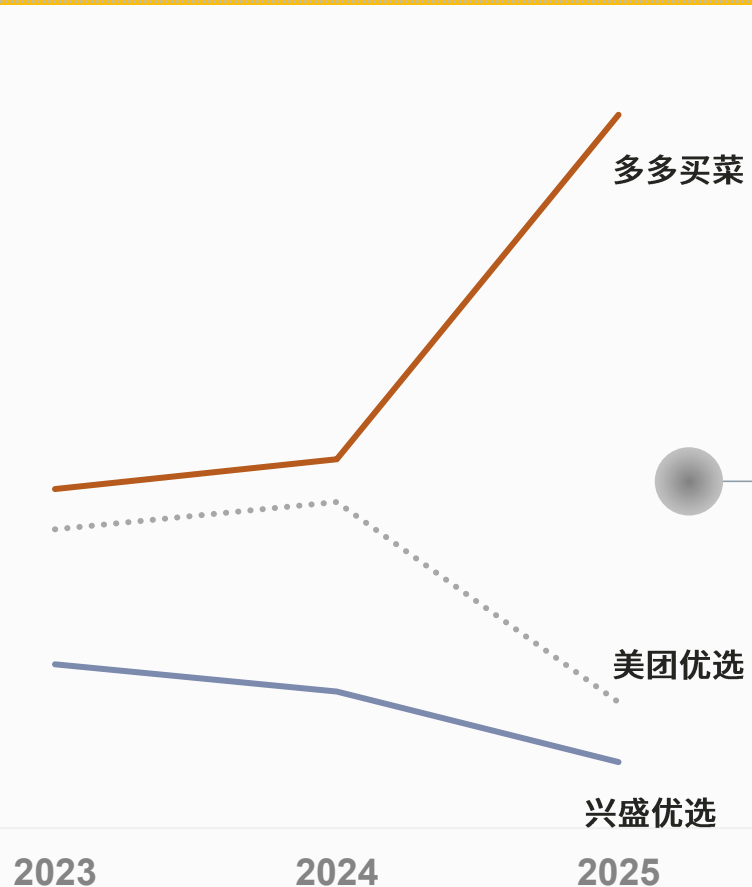
注：取2024、2025年销售额Top3品类

各平台逐步退出社区团购，多多买菜一家独大

2025年社区团购市场份额



各平台社区团购市场份额变化



各平台调整

美团优选 - 战略性全线放弃

- 2025年6月 — 启动大规模闭店，撤出全国19个省份，仅保留2省运营
- 2025年12月 — 关闭所有店铺，业务实质性停摆

兴盛优选 & 其他 - 边缘化与出清

兴盛优选：自2023年起战略收缩，仅剩三省维持区域性运营

其他玩家：2025年销售额归零，全面出清



... PART 03

电商平台发展趋势



电商平台发展趋势一

AI全链路 - AI成为核心基础设施，各平台加大战略投入，构建新一代竞争护城河



淘天：重金投入，百亿算力搭建 AIGX 技术体系，全链路重构交易系统，双端 AI 全域驱动电商增长



AI To B (商家全链路智能经营)



AI To C (消费导购体验)

3800亿元

未来3年累计3800亿元AI+云计算基础设施投入，规模超过过去十年总和



B端全链路覆盖

AI Agent商家生意智能体 | 全域AI广告
专属免费AI工具扶持

- ✓ 万相台AI无界 (超级经营智能体)
- ✓ 店小蜜AI客服上线
- ✓ 旗舰店3.0实现AI实时千人千面运营



C端全场景导购

电商垂直大模型，推理深度适配
商品语义结构化 | 多模态AIGC

- ✓ AI 万能搜
- ✓ RecGPT 猜你喜欢
- ✓ AI 帮我挑
- ✓ AI 拍立淘
- ✓ AI 试衣
- ✓ AI 清单

重构淘天 AI To C 流量格局，打破淘宝 App 单一入口

全面接入淘宝、淘宝闪购、支付宝、飞猪、高德

淘宝APP



千问APP

AIGX技术体系

AI原生嵌入
电商全环节



- ✓ 淘天基于通义千问，自研的电商全链路AI工业化操作系统
- ✓ 淘天AI投入核心落地技术体系
- ✓ 覆盖搜、推、投、创意、出价、拍卖、数据、对话 LUI 电商全闭环
- ✓ 统一承接 AI To C 消费 + AI To B 商家双主线

技术底座
统筹



以通义千问为语义理解底座



ATH (Token Hub) 事业群统筹全集团AI模型资源

美团：进化为“AI 驱动的本地生活超级智能体”，赋能商家降低经营门槛，提升用户决策效率，实现履约成本最优解

用户爆发 2026年春节使用“小团”规划消费	超 1 亿人次	大量商家使用 线下商户接入美团 AI 经营工具	超 340 万	履约提速 AI规划履约提速，最快10分钟送达	1.5小时-10分钟
----------------------------------	----------------	-----------------------------------	----------------	----------------------------------	-------------------

生态重构：B-C-履约三端共振的 AI 商业闭环

O2O AI 飞轮

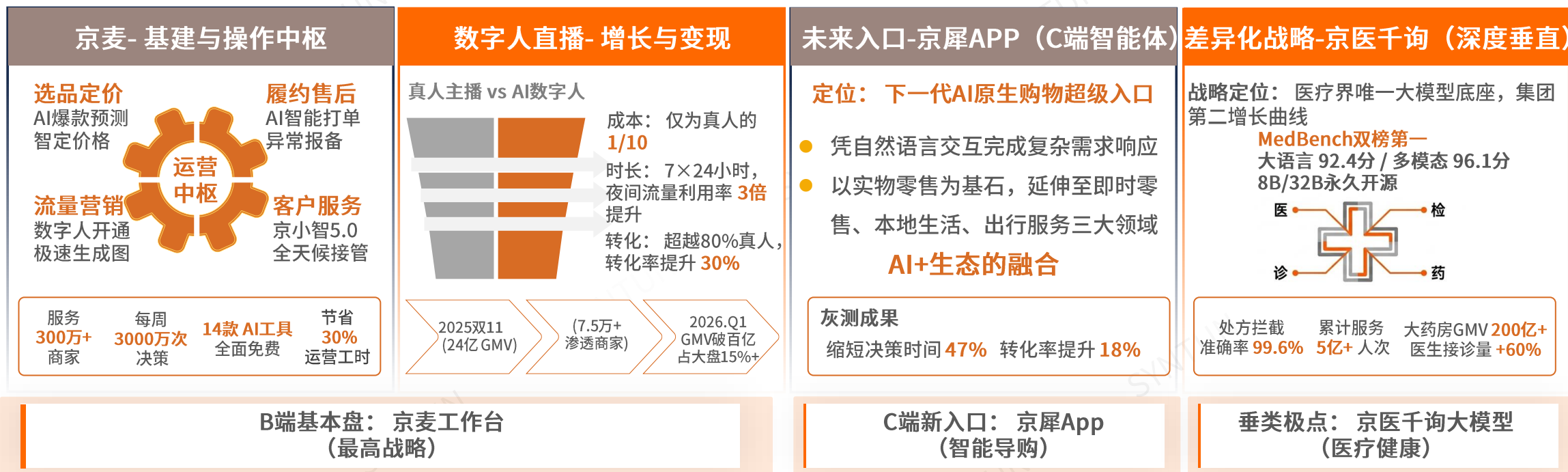


“实用主义闭环”	拒绝盲目内卷 不参与通用大模型参数的“盲目竞赛”	场景防御与进攻 聚焦“物理世界底座 + 本地生活全场景闭环”嵌入外卖、即时零售、到店全链路	抢占原生入口 以最高频的本地生活服务为切入点，打造 AI 原生流量入口
-----------------	------------------------------------	---	---



京东：“供应链深度智能化+商家全链路绑定+AI原生购物超级入口+医疗级可信AI”全方位发力

以Joy AI 为底座，京麦 / 京犀 / 京医千询为三大战略支柱的产业级 AI 体系



中层 (架构与封装) | Oxygen电商专属架构 + Joy Builder | 训练成本 ↓ 70% | 推理效率 ↑ 30%

底层 (技术源头) | 探索研究院 / 智算基建 + Joy AI全尺寸大模型 (3B-750B) | 行业首个全开源 Joy Agent 智能体



抖音：利用大模型打造全域 AI 经营操作系统，构建全域兴趣增长的技术护城河



AI 重构内容生产、流量分发、直播经营、用户决策、商家履约全环节

【千川·乘方全域营销 3.0】

豆包 LMC3 推荐大模型

千策（智能调度）

AI 全域预算与 ROI 自动调度
广告+达人佣金一体化分配

千意（素材供给）

3分钟 AI 原图转种草短视频
7×24小时经营诊断（智投星优化）

千寻（流量放大）

精准人群匹配
AI 消费需求预测与搜逛一体化

【AI 直播经营矩阵】



抖音-豆包 AI 交易闭环模型

抖音电商底层承接
帐号底层互通
无缝结算与履约售后



豆包大模型 App (2.26亿 MAU)
“一句话购物”
全域场景搜索渗透

AI 助手正式成为独立的电商新入口

核心引擎

六大链路全域打通

内容 AIGC

AI 直播矩阵

AI 智能投放

AI 搜索商城

AI 交易闭环

AI 合规治理

算力与
大模型底座



火山引擎电商 AI 基建

豆包大模型矩阵：Seedream（图文） / SeedEdit（视频） / LMC3（推荐大模型）

小红书：从社区种草到全域电商闭环的重构，打通从“种草”到“拔草”的无摩擦生态

销量提升

+75%

2025，电商GMV从800亿升至1400亿

决策与转化效率

+45%

AI搜索引导商品点击转化率环比增45%

内容与供给侧

1.6x

优质AI生成笔记的GPM是普通笔记的1.6倍

全域跨平台生态

+109%

红猫计划双11期间，种草直达商家数翻倍

AI成为串联“内容供给-搜索决策-全域交易”的基础设施

AI内容工具降低创作门槛

生产

MCP 多模态大模型

推出内容生成平台 (MCP)

- ✓ 图文/视频一站式生成
- ✓ 单篇笔记从3天缩短至10分钟 (效率 +300%)

AI搜索重构消费决策路径

搜索

点点 AI 搜索

2025年12月，收购AI搜索产品“点点”

- ✓ 语义理解与问答整合
- ✓ 长尾冷门需求被精准匹配，用户购物决策时长缩短 50%

AI构建商家全域生意外脑

经营

灵犀智能洞察

2025年8月，灵犀 AI 洞察全量免费开放

- ✓ 商家 AI 趋势洞察、人群分析、爆品预测、种草度量
- ✓ AI 选品爆款命中率 +67%
- ✓ 转化效率高于行业均值 83%

AI打通种草-购买全链路

转化

红猫/红京/红美

笔记一键跳转天猫/京东/美团店铺

- ✓ AI 用户标签互通、UD 智能投放、种草直达 AI 匹配
- ✓ 千帆智能投流冷启动跑量 +193%



电商平台发展趋势二

即时零售爆发 - 即时电商竞争从“价格补贴战”转向“体验效率战”，行业进入理性发展阶段

美团 美团闪购：全面聚焦即时零售，依托745万同城运力与全域算力构建的“中国最大即时超级市场”，实现“30分钟万物到家”

四重基建闭环叠加技术壁垒，打造履约护城河



运力底座

745万骑手，99%县域覆盖，全城平均时效34分钟，核心区23分钟
顺路一单多送，单均配送成本从行业平均15%压降至8%



供给近场

闪电仓超1万家（规划10万家），前置仓破2000座，品牌卫星店超5500家
实体门店即前置仓，网络覆盖从高频生鲜到茅台、苹果等高客单标品



效率引擎

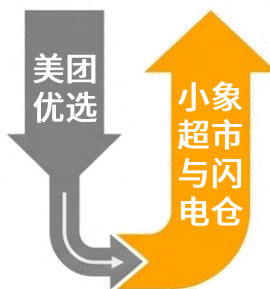
2025全年研发投入260亿(+23%)，超脑5.0每秒21万次路径规划
无人机低空物流常态化，实现15分钟达，重构末端成本



规则与生态

“安心闪购”14-20项售后标准，商家售后成本大幅降低70%

全面收缩优选业务



降级止损：优选全面收缩，退守粤浙盈利区，主动剥离巨额亏损

供应链输血：优选沉淀多年的产地直采、农产品大仓分拣能力，全数平移至小象超市与闪购，闲置网格仓全面转型为“闪电仓”

从“全线出击”到“外卖+闪购”双轮主导

战略收购叮咚买菜 (2026.2)

补齐生鲜拼图



30分钟万物到家

美团外卖(运力底座)：餐饮外卖，时效30-45分钟，高频
美团闪购(增量主力)：商超日用，时效25-35分钟，万物现货

叮咚买菜(关键拼图)：高端生鲜护城河，时效29分钟，冷链前置仓

“外卖(吃) + 闪购(用) + 叮咚(鲜)”万物到家闭环

一套骑手驱动全域



运力协同降本增效：

外卖骑手顺路派送闪购商品，空驶率降低，单均履约成本压降至3元（降幅8%）

叮咚自营冷链剥离，全面接入美团同城骑手超脑调度，顺路融合使生鲜履约成本直降20%-35%

即时网络“边际成本最小化”

淘 淘宝闪购：即时零售成为淘天“大消费平台”战略核心支柱

即时零售定为淘天未来3年第一增长曲线，目标3年带来万亿GMV增量

远场电商：淘宝天猫主站

+

近场即时零售：淘宝闪购

全域消费闭环

以“轻资产+大生态”打通万物到家商业闭环

流量生态融合

依托**淘宝**海量用户，承接**9.5亿**月活全域流量

88VIP高净值用户，提升客单价，优化整体订单与盈利结构

货盘深度打通

天猫超市进驻，提供规模化、标准化、高信任度的自营货盘与履约支撑

5万闪电仓：全国高密度铺设闪电仓，自营/加盟前置仓货盘

后端履约配合

饿了么运力：**400万**活跃骑手，日均运力**峰值200万**，全国平均**时效28分钟**

补充运力：菜鸟（仓配+长线履约）

以**淘宝闪购**为核心引擎，全面开启**即时零售万亿市场**决战

2025.4 淘宝首页一级入口：前端流量战

动作：小时达正式升级为「**淘宝闪购**」

定位：交易前端，承接**9.5亿**公域流量

核心价值：破除单一快递标签，拉升**淘宝日活**（带动增长**20%**）

主打心智：淘宝买万物，**30分钟**送到



2025.12 **饿了么APP**更名：后端履约战

动作：独立APP全面更名为「**淘宝闪购**」

定位：履约底盘，全品类**即时履约**基础设施

核心价值：终结**双品牌**内耗，统一**全网橙色**心智

主打心智：彻底从“单一**外卖**”转向“**万物到家**”



京东秒送：重资打造自营前置仓网与全职骑士军团，现阶段已从“规模扩张期” 转入“效率释放期”



“品质+效率” 双轮驱动，重资筑高即时零售的入局壁垒

全域生态整合

秒送与主站流量的无缝双向承接

京东APP首页核心入口改版，自营秒送专区取代传统超市入口

流量转化：外卖新用户向主站其他业务转化率近**50%**

高净值粘性：PLUS会员外卖复购率达到非会员的**2倍**



高频带低频：40%外卖用户同步购买主站商品，盘活京东7亿年度活跃用户大盘

零佣金商家生态

倒逼商家提升质量，建立“品质外卖”心智

2025年5月前入驻的外卖商家**全年0佣金，长期抽成≤5%**

倒逼商家将省下的利润用于提升餐品质量

彻底切割“低质黑外卖”，建立“品质外卖”心智

品类深耕与突破

多品类深耕，打破高客单价即时零售壁垒

医药大健康：订单量同比超**4倍**，新增用户同比超**6倍**（覆盖490城，2600+县区市网格化），年轻用户占比提升**16%**

七鲜小厨（自营餐饮）：开业三月日均超500单，带动周边3公里品质餐厅单量**增长12%**

3C与运动服饰：运动鞋服成交额同比**增加250%**；全量承接15省国补数码配送（2026年1月）

重资产造坚实履约底座

运力履约

核心枢纽：达达体系全面私有化闭环，2025年10月，京东物流斥资2.7亿美元**全资收购达达**即时配送；打破线性物流，实现「前置仓-骑手-消费者」100%自主可控的网状直达

运力底座：15万全职骑手队伍，彻底区别于松散众包模式；行业首创：全额缴纳五险一金，建立超7000个骑手驿站，保障运力稳定

供应履约

“仓”履约：全国超**1300个**自营前置仓+七鲜仓店一体化，覆盖200+核心城市，依托AI实现3公里圈层精准备货，前置仓库存周转仅3.2天（比传统电商快4倍）

“店”履约：深度整合超**50万家**线下合作门店，构建三级仓配网络，成功下沉渗透至120+三四线城市（覆盖全国2400+县区市）



电商平台发展趋势三

合规品质化成为电商行业发展主旋律



淘天：重构底层算法底座，大幅降低价格权重，平台流量真正向“优质商品、好服务与合规经营”倾斜

合规与品质红利持续显现，平台“服务即竞争力”闭环形成，品牌商家实现成交突破

优质店铺增加

4.1%

2025年真实体验分上线，至2026年4.8分以上的优质店铺占比提升了4.1%

成交增速验证

2.2倍

2025年体验分4.8分以上商家成交额同比增速为普通服务商家的2.2倍

双11品牌成交破亿

600+

2025年双11近600个品牌成交额破亿元人民币

优质商家成交突破

10亿元

2025年双11苹果、海尔、源氏木语、骆驼、华为及耐克等品牌成交额突破10亿元人民币

战略定调

确立“服务即增长”与“扶优、提质”战略核心，放弃低价内卷模式

流量算法改革

实行“基础质量分”与“扶优质量分”的双百分规则，流量向高分商家倾斜



底层逻辑重构

搭建品控护城

河

指标体系重构

2025年4月上线“真实体验分”，首次将“商品好评率”作为核心考核指标，量化服务质量

定价权归还商家

严禁强制签署“全网最低价”协议，避免劣币驱逐良币，保护优质商家利益



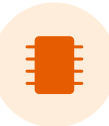
过亿专项抽检·全链路监控

年投入超**1亿元**经费，针对高风险类目实施抽检，累计规模达**22万件**



强化消费者正品认知与信任

对高品质商品给予专属流量扶持与场域倾斜，塑造用户正品心智



假图识别·打击恶意退款，保护优质商家

2026年4月，上线“售后AI假图识别模型”，精准识别并拦截利用假图骗赔的欺诈行为



京东：坚守“正品零售、品质零售”的理念，同时为运营环境减负，以“普惠降本”倒逼品质升级

全链路保障品质，构建消费者信任

品质零售

硬件基建

2025年京东超市、家电、家居品质实验室启用，至此形成28个实验室的全链路质检体系

品质联盟

2025年5月，京东服饰联合SGS等机构上线“安心品质标”，承诺材质假冒4倍赔付

拦截机制

商家资质一户一档核验，调整推荐逻辑优先正品

AI溯源

点击“安心品质”标识，AI可在毫秒级调取并展示产品名称、规格、生产企业、3C认证等完整质量档案

智能品控

利用AI视觉与大数据分析，构建7×24小时的智能巡检防线，从“事后处罚”到“事前拦截”

标准提升

新增“品质金榜”榜单，联合京东家电家居品质实验室、京东超市品质实验室，以更严格的标准把控“品质金榜”上榜商品品质

普惠降本



“春晓计划”升级 | 成本骤降

2026年，投入超**350亿**资源扶持，近九成类目首档保证金降至**500元**



“稳赚计划” | 风险兜底

ROI未达标由平台**100%赔付**，降低品牌投放风险

京东金榜表现优异

高认可度

10亿人次

2025年约10亿人次跟着京东金榜下单商品

高增长率

12倍

2025年金榜上榜商品销量增长率比普通商品高12倍

高复购率

高1倍

2025年金榜上榜商品复购率比普通商品高1倍



抖音：严打直播虚假宣传、假冒伪劣、低价套路，重构直播流量规则，实现合规优先、正品优先、品质优先

以品质为核心分配流量，AI+人工审核，对电商内容生态进行全方位的净网治理



《商品品质分规范》全面落地

2025年“抖店品质分”体系覆盖全品类，将品质作为流量分发核心指标，低质商品被严格限制曝光



AI防线-打击夸大宣传

建立全天候AI内容审核防线，2025年平台累计专项处置违规商家**4.3万个**、功效虚假达人**14万名**



划定“三品一械”高危品类红线

2025年针对特殊品类进行高危清退，前置智能拦截风险带货团伙超**2.2万个**

大力投入前端质检，切断低劣商品的流转链路



亿元级专项抽检

1.31亿元

2025年累计投入，覆盖全量高风险类目

18+万单

2025年高频抽检落地，层层筛选优质货品



“先鉴后发” 品类拓展

9大类目

2025年拓展至二手3C、珠宝等高单价、高关注度9大核心类目

平台统一鉴定，合格后再发货，彻底切断“调包”与“证书造假”的灰色链路



AI前沿内容审核

智能审核体系

2025年4月发布基于深度学习算法，建立全链路内容风控模型

精准识别并实时封禁“夸大功效”、“材质造假”等违规带货直播

美团：聚焦食品安全合规和本地生活品质化，全面升级产品安全治理体系

线上AI，线下透明化

线上AI巡检

升级食安治理大模型“星眸”
全天候高频智能巡检

“星眸”大模型日均
巡检后厨量 **>1400万次**

累计发出有效预警 **超240万次**

线下透明化

中小商家免费开通“明厨亮灶”，
上线“食安透明橱窗”
建立全国首个“食安政企共治平台”

线上餐饮商户合规资
质公示率 **超98%**

投诉办结满意率 **>90%**

政企互通，全面监管

政企互通

20+省市监管系统打通，经营许可证

100%穿透式核验

交叉验证

“一镜到底”连续带定位视频核验
+大众点评实拍交叉对比

熔断机制

高风险类目严审，“幽灵外卖”
处罚后暂停新增蛋糕店铺

无证/异常商家 零上架
食安投诉率由2025年Q4的4.2% 降至2026年Q1的3.5%

放心外卖

美团发布“放心外卖”十大举措

- ✓ 上线外卖不仅要证照合规，还需“亮出后厨”
- ✓ 助力商家打造“食安透明橱窗”，食安好则生意好
- ✓ 建设食安数据库，AI与人工交叉核验
- ✓ 专项奖励助力食安骑手，广邀社会各界常态监督

严格准入

- 举措一：商家证照数据验真
- 举措二：一镜到底双向验证
- 举措三：真实线下巡检严把关

透明经营

- 举措四：明厨亮灶后厨直播
- 举措五：透明橱窗提供食安信息
- 举措六：AI与人工交叉巡检

社会共治

- 举措七：鼓励骑手参与
- 举措八：大众食安评审
- 举措九：食安政企共治平台
- 举措十：打击虚假证照黑灰产

2026年4月，全面升级外卖食品安全治理体系

“商家准入、透明经营、多方共治”



拼多多：扭转极致低价标签，核心战略从轻资产、高周转的流量驱动模式，转向深度介入产业带的重资产供应链模式

通过供应链深耕与品牌扶持，重塑消费者对平台的品质心智

剥离“极致低价”旧标签，将战略资金全面向后端的农业与制造业基建倾斜，构建可持续的供应链生态



战略重心转移

2025年4月“百亿补贴低价”全面升级“**千亿扶持品牌建设**”，加大对品牌商的资源倾斜力度



严格抽检规则

2026年4月抽检规则升级，从赔付力度、追溯周期、违规认定三方面全面收紧
顶格300%赔付，**90天追溯**



流量算法革命

2025年起降低低价权重、强化品质/产地/合规权重，将资源向原产地高品质农货与合规工厂店倾斜，奖励好商品



150亿“新拼姆”自营入局

2025年财报显示，新拼姆一期注资**150亿元**，重仓中国优质工厂与品牌，从源头把控商品质量标准



千亿级农产区基础设施扶持

2026年升级“多多好特产”战略，深入田间地头投资标准化测糖分拣、冷链运输，助力农产品上行



跨越物流鸿沟，触达全国

通过中转集运与二段运费减免模式，降低物流成本，2025年4季度试点“**免费送货进村**”，让源头好物高效覆盖下沉市场

平台扶持下，优质商品增加，销量快速增长



51%

优质商品增加

2025年底“千亿扶持”落地的半年成果初显，优质商品SKU同比增长51%



+47%

源头好货爆发

多多好特产的加码扶持下，农产品销量保持快速增长，同比增长47%



电商平台发展趋势四

各大电商平台从“流量获取”向“全域私域深耕”战略转型

淘天：以 88VIP 会员体系为核心，构建覆盖全场景的会员生态，持续升级会员权益

2025 年 8 月，全新大会员体系，全面覆盖吃喝玩乐、衣食住行生活场景

全能省

全域生态联动



共建 · 共享 · 全域生活新生态

价格优惠 + 品牌联动 + 优质内容

优惠+内容增强用户粘性

500 亿 优惠

2025 年双 11 期间，平台明确宣布将投入不少于 500 亿元用于 88VIP 专属消费券

公私域 联动升级

2025年3月，新增"我淘""关注"等会员入口，权益覆盖搜索推荐等公域场景，强化品牌与用户长期链接

红猫计划

2025 年 5 月 7 日，小红书与淘宝天猫签订战略合作，打造「红猫计划」

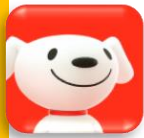
5900万+
88VIP 会员总规模

26天
用户月均活跃天数

3X+
年消费频次 (vs 普通用户)

+40%
25年双11下单用户数

+60%
25年双11用户订单量增长



京东：C端、B端权益全场景扩容 + 大促加码锁留存

年度活跃用户数 **7亿+**

用户规模持续稳健增长，构建庞大流量池

购物频次同比增长 **>30%**

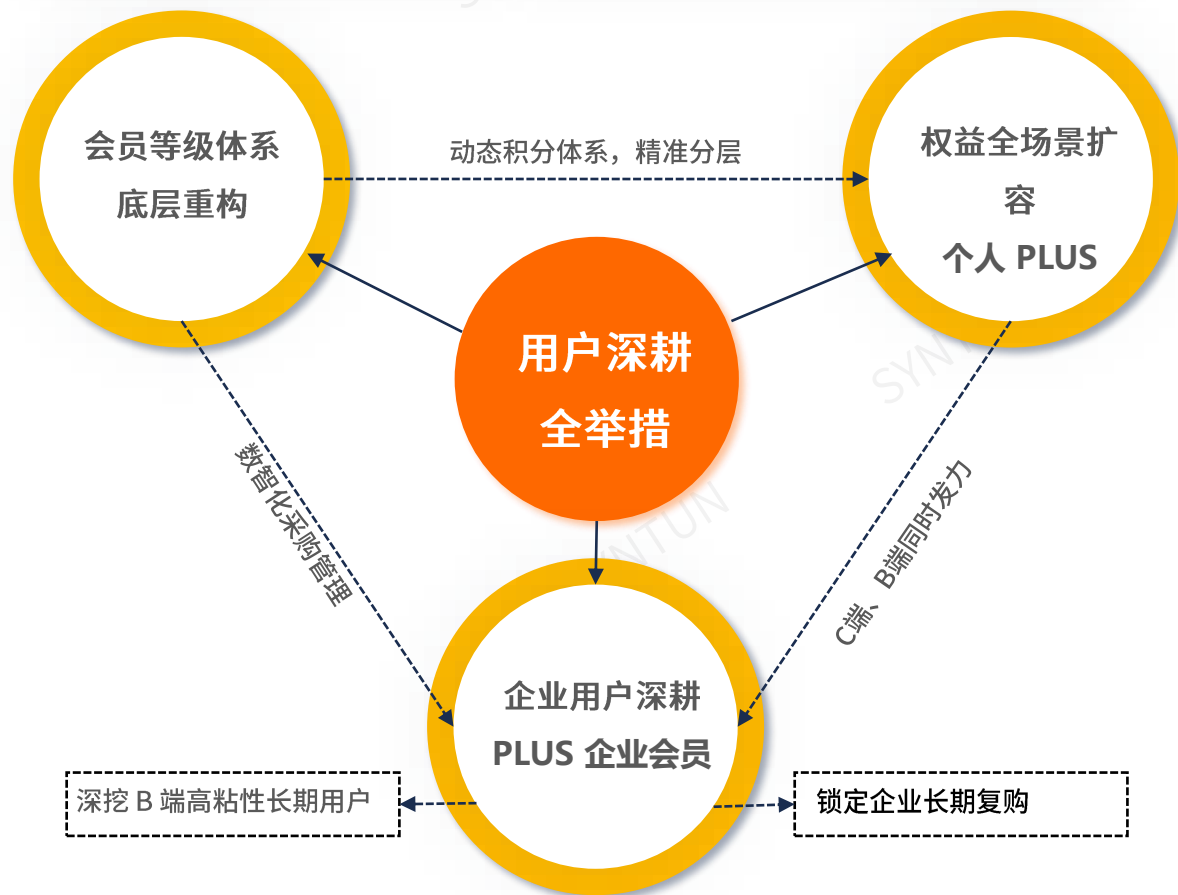
用户黏性显著增强，平台活跃度大幅提升

PLUS年均消费额 **10倍**

核心高净值用户贡献，远超普通会员水平

PLUS会员续费率 **>80%**

用户忠诚度高，构建了稳固盈利护城河



会员等级体系底层重构 (2025.9)

- 全面淘汰铜银金钻等级，京享值**滚动积分体系**全域升级
- 接近 12 个月消费、活跃、信用、金融行为综合计分，每日更新、每月结算
- 分值**差异化匹配权益**，精准分层运营高价值用户
- 低价开卡、**专属价**、优先配送、极速退款特权

个人 PLUS 会员：权益全场景扩容 + 大促加码锁留存 (2025.5)

- 专项重磅深耕：**会员专享 3000 元**；京享值 ≥ 4500 用户 99 元年卡
- 新增全品类专享立减，每月 8 日**PLUS 会员日专属价**、限时加码福利
- 积分**免费兑换**家政、洗车、洗护、在线问诊、汽车保养等高频本地生活服务
- 超级联名卡 (298 元)：PLUS + 音视频会员打包，**买一得多**

企业用户深耕：PLUS 企业会员全新上线 (2025.8)

- 千万级商品**折上 95 折**，小额采购享批量价
- 企业自营全年 **0 运费** + 双向上门取退
- **免息账期**、预算管理、多地址一键下单、合规溯源、180 天只换不修、**专属客服**
- 一站式降本 + 数字化采购管理，锁定高频政企、中小企业长期复购

美团：跨界联盟与精准服务筑高“高端特权”壁垒

23倍

黑钻会员年均消费
对比普通用户的消费能力

+58%

黑钻会员复购率
显著高出普通用户的粘性

50%

合作酒店高星占比
精准匹配高端用户住宿需求

多维权益捆绑，锁定本地生活领域高净值的消费人群，构建生态壁垒

定制稀缺性跨界特权与增值服务，建立护城河

黑钻会员
特权矩阵

整合16项高端核心权益，打造极致尊贵体验：
 • 19.9元神券年卡福利
 • 机场贵宾厅专属服务
 • 无限次酒店免费升房/早餐

跨界
联动打通

• 万豪：黑钻直通金卡，黑金对应银卡
 • 迪士尼：新增乐园快速通道特权

高频消费
体验升级

聚焦高频消费场景
 • 覆盖服饰、美妆等核心品类
 • 推出“退货免运费”无忧服务权

行为驱动的积分成长制

低利润流量的高价值转化

🏆 六级积分成长制

2025年4月,推出“普通至黑钻”六级成长体系,无需额外付费,通过日常消费行为累积成长值升级

🏠 全场景权益互通

打通外卖、酒店、单车等业务壁垒,将所有行为转化为统一成长值实现吃、住、行、游、娱、购、医七大生活场景的深度融合

🔄 生态飞轮效应

以“神券”为通用权益枢纽,将外卖等高频低利业务的海量流量,精准反哺至酒旅、医疗等高利润私域池中,形成正向增长循环

¥3648亿

2025年总营收
同比增长8%
生态稳健增长



小红书：跨域联合打通全链路，赋能品质商家成长，平台付费会员重 构，向电商发力

2025年5月7日小红书+天猫「红猫计划」



打通**小红书种草**→**天猫成交闭环**，笔记一键跳转天猫；会员等级、消费权益跨账号互通，统一用户生命周期管理，承接站外回流高价值用户

2025年8月灵犀平台全量外开



种草营销策略中心:在营销全链路上提供以SPU为核心的洞察与度量能力，帮助品牌捕捉趋势机会、洞察人群买点、度量生意效果，从而真正「**助力好产品生长**」

会员从本地生活转向电商发力

本地生活小红卡 1.0

年费 168 元，沪杭广三城上线，享门店 9 折、线下活动优先报名、本地精选种草特权

小红卡 2.0 电商版

年费 66 元，转向电商权益，无限次退货包运费、锁定站内消费、降低女装高退货流失





电商平台发展趋势五

跨境品牌出海 - 国际化布局加速，中国电商平台出海

国际化布局，国内巨头向外输出自身核心能力，拓展全球市场，打造新的增长曲线



淘天：万能淘宝，全球共享

国内供应链+国际物流仓网，构建入局门槛，以“基建先行”锁定全球品牌的高溢价红利

拉近用户



多语言本土化

2025年上线哈萨克斯坦俄语版、泰国泰语版、马来语版；利用AI大模型实时翻译，极大降低海外用户使用门槛

助力商家



“0成本”一键出海

推出“0退货退款、0运营成本”模式；商家无需新开店铺，平台兜底退货并提供完整物流链路

品牌成长基础设施



Brand+ 超级品牌出海计划 (2026启动)

目标在未来一年内，系统性助力2000个中国潜力品牌，实现海外市场规模与品牌影响力的双重翻倍增长



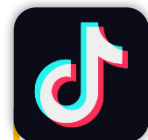
企业级 AI 电商工具赋能

提供 Accio Work 智能建站工具，最快30分钟完成店铺搭建；依托国内成熟经验，为出海品牌提供定制化营销与运营支持



全球“5日达”物流基建网络

在10个重点国家布局43个公共海外仓，联合菜鸟打造高效国际快递网络，保障核心市场物流履约时效，提升用户体验



抖音：中国算法架构出海

将国内验证成熟的「短视频种草+直播带货」模型向全球市场输出，降低出海试错成本

核心业绩

2025年GMV：接近**1000亿美元**，增速位列全球主流电商平台第一

活跃消费者：**4亿** (2025年)

全球月活：TikTok整体超**10亿**

英欧日月活：突破2亿，与美区体量持平

市场排名：**全球第五大电商平台**，仅次于亚马逊、沃尔玛、Shopee与eBay



合规落地

2026年1月，成立**TikTok美国数据安全**合资有限责任公司，解决美区合规落地问题

技术与基础设施布局

时间	事项	建设
2025年12月	巴西数据中心项目官宣	投资91亿美元（后增至377亿美元）
2025年5月	芬兰首个办事处设立	启动“三叶草计划”数据中心建设
2026年4月	马来西亚 AI 数据中心规划	打造东南亚算力枢纽

国际化布局，国内存量竞争加剧，头部平台多路径拓展全球市场

中国电商运营经验、供应链能力正在向外输出，全球化布局进入加速期，成为头部平台新的增长曲线



京东：并购切入欧洲

依托成熟的本地玩家和自身的B2B供应链优势实现差异化竞争

核心动作时间线：

时间	动作	关键数据
2025年7月	收购德国零售巨头CECONOMY	22亿欧元，拿下1000+门店、4300万会员
2026年3月	欧洲平台JOYBUY正式上线	完成本土化平台搭建

战略逻辑

刘强东亲自推进：国内市场存量竞争激烈，国际化开辟第二增长曲线

差异化路径：通过**收购成熟本地玩家**快速切入
供应链优势出海：将B2B供应链能力输出到欧洲市场

战略意图

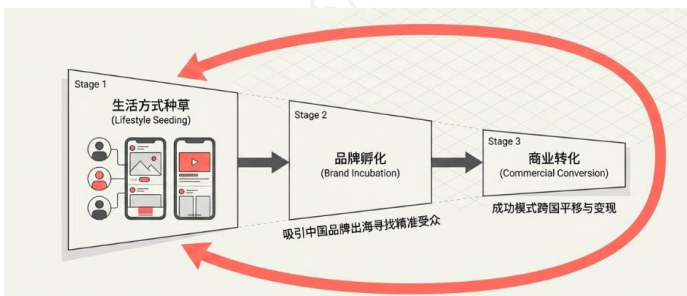
国际化打开新增长空间，分散国内竞争风险



小红书：内容种草出海

将成熟的“生活方式种草到转化”闭环模式直接复制出海

2026年3月正式进军跨境电商，招募海外MCN机构



独立跨境电商平台 RedShop

- ✓ 2026年6月即将上线**独立跨境电商平台RedShop**
- ✓ 差异化定位：避开Temu/Shein低价红海，**主打非遗手工、特色手工艺品**等中国文化特色非标品
- ✓ 首批上线：中国港澳、美、英、澳、加等9个市场



拼多多：跨境反哺国内

通过跨境业务反向赋能国内，形成双轮驱动

Temu 高速增长，反哺国内供应链升级

板块	进展	战略价值
Temu 跨境	持续高速增长，成为拼多多重要增长极	开辟海外市场，积累品牌供应链运营经验
国内新拼姆	2026年成立专项公司，首期150亿元，三年累计千亿	整合Temu供应链经验，发力国内自营品牌

战略逻辑

跨境反向赋能国内：Temu在海外积累的供应链选品、品质控制经验，反哺国内自营品牌业务

竞争焦点升级：从单纯价格竞争转向供应链深度+品牌化能力，与京东等平台展开直接竞争



... PART 04

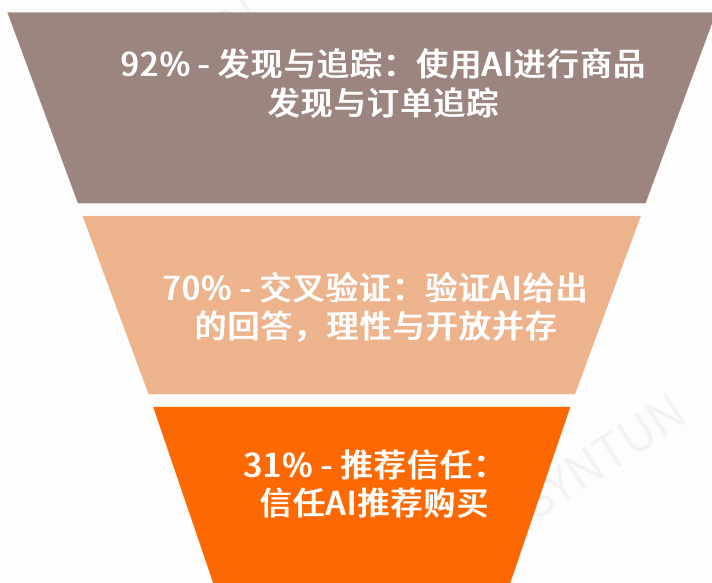
消费趋势追踪

AI场景力：从“降本增效工具”到“全链路决策伙伴”的跨越

6.02亿消费者已与AI进行过交互，AI技术已从聊天工具发展成为商品发现、信任与交易的电商核心基础设施

决策权转让与“信任-摩擦”漏斗

消费者系统性厌倦繁琐决策，正将“比价/测评”任务外包给AI，三分之一的受访者会因为AI的建议对购物的核心决策做出调整



31%的受访者听取AI的建议对品类、预算、品牌做出调整

购买流程的重构：对话式下单成为常态

消费者向AI Agent 提需求，智能体自动完成比价与推荐,商家也纷纷推出自己的AI Agent

平台	产品	核心功能
	千问	全链路闭环下单，实现“说一句就完成”
	豆包	跨平台比价推荐，聚焦精准购物决策
	京犀	全场景语音交互，精准匹配需求并完成下单
	AI小七	即时零售专属，对话即完成生鲜购物
	小团	本地生活专属，精准匹配需求并完成下单

对话式下单已覆盖电商购物、本地生活、即时零售、出行预订等全消费场景

商业爆发与全场景智能闭环

- ✓ **120% CAGR**: 企业级AI Agent市场复合增长率预估（至2027年规模达655亿元）
- ✓ **693%**: 生成式AI工具带动的零售网站流量峰值激增
- ✓ **+43%**: 联想双11期间AI策略Agent转化率较人工组提升幅度（决策压缩至实时）

即将步入AI购物代理时代



清醒与悦己并行：从“消费降级”转向“精准消费”，质价比驱动日常，情绪驱动高溢价

长效定心

2668亿元

2025双十一“家电”销售额，受国家补贴与刚需拉动

质优、耐用、确定性投资

家电、护肤、医疗健康（意愿净增17.3%）



刚需做减法（极致性价比）
情绪做加法（高溢价）

情绪快充

2.72 万亿

中国情绪经济市场规模，预计2029破4.5万亿

悦己、即时慰藉、社交塑造

彩妆、潮玩、兴趣消费（72%年轻人愿为兴趣超额支出）

质量关注逆转

产品质量（75.0%）、价格（72.3%）
“质价比”正式跨越“性价比”，低价低质被市场抛弃（81%对低价商品的核心抱怨为质量下降）

心智平替

2025年上半年闲置二手电商GMV突破1.95 万亿
反向消费并非降级，而是“为需求买单”

三大增量空间

即时零售

规模超6360亿，增长率48%

满足“即刻悦己”与“确定性交付”，品牌需布局线上单分钟级配送网络

下沉蓝海

县域红利爆发，占比达38.7%，规模预计破6万亿

借力源头直采与平台下沉战略（淘宝闪购/百亿补贴）覆盖三线以下流量

情绪经济

2.72 万亿：中国情绪经济市场规模

满足彩妆、潮玩、兴趣消费

低价平台复购提升，质价比驱动日常

平台复购率普遍提升~5%（拼多多年复购率超65%）

客单价稳步走高（双十一全网平均客单279.21元）
平台从流量竞争转向留存深耕，消费者忠诚度向“价值提供者”聚拢

内行主义：专业决策、圈层信任取代盲目跟风

消费者正在从被动的信息接收者，转变为主动的研究者，比品牌更懂产品，对比于广告他们更注重专业与口碑

消费者进化：全民皆为“研究员”

“模糊溢价”时代终结，消费者比品牌更懂产品

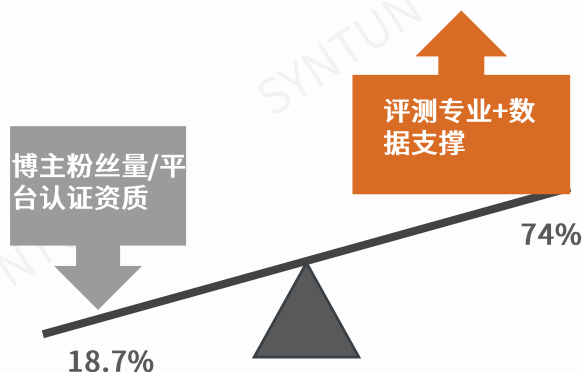
- ✓ **68.5%**：消费者认同“为判断力和知识付费，比为 Logo 付费更高级”
- ✓ **60.3%**：购买时深扒产品参数、成分或核心技术
- ✓ **54.0%**：决策更依赖专业深度评测，而非品牌广告

高度依赖专业决策的品类

品类	核心内行诉求
家居家装	专业方案、空间美学
家用电器	极致参数、耐用性
医疗健康	科学实证、成分透明

信任重构：测评专业性大于博主人设

认同感不再来自“大众仰望”，专业测评及有效的试验数据构建信任核心



67.9%的受访者“大部分”或“每次”消费都会参考评测内容

消费者选择相信评测内容的最核心依据是：

- ✓ “评测过程的专业性和实验完整性” (54.1%)
- ✓ “具体的实验数据支撑” (22.6%)
- ✓ “博主粉丝量/平台认证资质” (18.7%)
- ✓ 个人长期信任度 (4.6%) 相对次要

从“面向大众”到“针对圈层”

放弃“人人喜欢”的平均适配，追求“行家点头”的超额满足

【过去：造神逻辑】	【未来：极客逻辑】
产品维：大而全的参数堆砌	聚焦单一功能做到行业顶尖
沟通维：大众泛泛宣讲洗脑	用“行话”讲真话，提供专业增量
用户维：收割流量单向运营	赋能社群，品牌退居幕后做“连接器”

凯乐石（**产品造极**）：砍掉30%休闲线，90%资源押注专业登山，获圈层硬核口碑

212越野车（**共创造极**）：开放产品定义权，吸收百项玩家真实场景需求创建联盟

韶音耳机（**沟通造极**）：向运动圈层彻底开源“骨传导技术原理”，贴充专业标签

健康调频：主动预防、数据驱动的全生命周期管理

健康消费从“事后治疗”转向“事前预防”，消费者通过数据化手段，对睡眠、情绪、体态进行全周期的主动管理

全民健康素养提升的顶层设计

《“健康中国2030”规划纲要》：提出“普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业”

国家卫健委《全民健康素养提升三年行动（2024-2027年）》直接推动消费者健康观念转变

商务部等12部门联合印发的《促进健康消费专项行动方案》（2025年4月）标志着健康消费政策从顶层设计向具体实施的转变

2026年，国家工信部发布《数字健康产业发展行动计划》，明确将可穿戴设备纳入重点支持领域，推动其在医疗健康、运动监测等场景的深度应用

消费者认知重构：从“治病”到“状态保持”

不生病

状态满分

被动求救

主动调整

经验型/盲目跟风

数据驱动
(构建数字化“身体孪生”)

低频/特定时间

高频融入
(日常生活微动作)

硬件与保健产品市场规模双核爆发

硬件销量见涨

- ✓ 智能睡眠设备：智能床垫、睡眠监测手环、AI助眠仪销量增速超100%
- ✓ 均价6000+元的智能床垫年销超6万张

健康及保健产品

- ✓ 2025年，在中国主流电商平台的大健康市场销售额达到**3000亿元**，同比增长**16%**
- ✓ 其中，保健食品类规模最大，销售额达**1200亿元**，同比增长**20%**

商家策略

场景即产品（生活化渗透）

情绪即机能（机能重构）

数据即服务



... PART 05

电商发展机遇与挑战

未来电商市场面临的挑战：

1、用户增长见顶

2025年网民规模预计约11.3亿，连续两年增速仅1.5%，人口红利基本见顶
存量竞争下，平台和商家获取新用户成本逐年上涨，中小商家难以承受

增长见顶

价格内卷

2、价格内卷后遗症显现

2025年即时零售千亿补贴大战，三家烧掉1450亿元，影响行业盈利，低价竞争压缩商家利润空间，中小商家生存压力加大
监管已经叫停恶性补贴内卷，行业需要找到可持续发展路径

3、商家生态问题依然突出

恶意仅退款、职业“羊毛党”薅羊毛依然困扰中小商家
平台“头部集中”趋势明显，中小商家流量获取难度加大，平台抽佣、推广费用依然占到商家营收相当比例

商家生态

AI伦理

4、AI伦理与真实性

AI生成内容充斥平台，消费者对“虚假种草”的警惕性提高

未来电商市场面临的机遇：

1、消费分级利好细分赛道

情绪经济：年轻人愿意为情绪价值付费
银发经济：消费年轻化带来新机遇
宠物经济：猫消费增速超狗
兴趣消费：户外经济、二次元、国潮经济持续增长，细分赛道诞生新品牌

3、跨境开辟第二增长曲线

国内存量拥挤，头部平台纷纷出海开辟新市场
中国电商运营能力、供应链能力输出到全球，具备竞争优势



2、近场电商重塑格局

即时零售打破了线上线下的物理边界，品牌方需重新审视“实体店作为前置仓”的资产价值
"30分钟达"成为基础设施，全场景融合渗透日常生活

4、AI重构电商经营效率

全链路AI赋能：从搜索推荐到创意生成，AI全方位提升经营效率，降低商家运营成本
AI创造新体验：AI导购、智能推荐提升用户体验，转化率有望提高
普惠中小商家：AI降低内容创作、运营推广技术门槛，中小商家也能享受技术红利

免责声明

本文章/报告所含数据均来源于北京星图数网科技有限公司或其关联公司（以下统称为“星图数据”）自主研发的大数据系统。该系统对互联网电商平台的公开页面信息进行了监测、收集、处理及整合，采集过程已尽合理注意义务遵守相关法律法规要求，且未主动采用干扰平台正常运营的方式获取数据。数据经过星图数据的人工智能统计模型校验后发布，且在计算过程中严格遵循了相关统计标准。报告中涉及的类目划分及品牌归属规则，采用星图数据基于行业研究形成的统计口径。需要声明的是，所有数据尚未经过独立审计。

星图数据在数据收集、处理及发布过程中力求保持客观和中立。尽管如此，星图数据对文章/报告中数据准确性、完整性、时效性或适用性不作任何明示或暗示的保证。本文章/报告所载内容仅供参考，不构成对任何机构或个人的投资建议、商业决策依据或其他形式的引导。任何主体基于本报告内容作出的判断及由此产生的风险及后果，由使用者自行承担；在法律允许的范围内，星图数据对因使用本文章/报告内容而产生的损失不承担责任。

本报告涉及的电商平台经营数据系基于公开信息的第三方监测估算，可能与相关企业官方披露的数据存在差异，不应作为证券交易、投资判断或法定信息披露的依据。本文章/报告所反映的为星图数据截至发布之日的监测结果与分析观点，市场环境及平台数据可能随时间发生变化，星图数据保留对相关内容进行补充、更新或修订的权利，但不承担主动通知义务。

本文章/报告由星图数据制作，所有数据、图表、Logo等内容的著作权及相关权益均归星图数据所有。未经星图数据书面授权，任何企业、机构或个人不得以任何形式复制、转载、引用、拆分、再分发星图数据发布的内容，亦不得以其他方式损害星图数据的合法权益。经授权使用时，必须原文引用并明确注明来源，且不得对内容进行任何形式的增添、删减、拼接、演绎或歪曲。

对于任何未经授权使用星图数据内容的行为，星图数据将保留追究法律责任的权利，且不承担因第三方违反上述声明而引发的任何争议或责任。

如对本报告数据的统计口径或具体内容存在疑问，或认为相关内容对您的合法权益造成影响，可通过星图数据官方渠道与我们联系，我们将根据相关情况予以回应。

因本文章/报告的制作、发布、使用或与之相关的任何争议，均由星图数据住所地有管辖权的人民法院管辖。

本文章/报告存在部分引用外部公开信息，均已明确标明信息来源及出处，星图数据不对该部分第三方信息的准确性、完整性或适用性承担保证责任。非特殊说明，所有数据均来自星图数据。除星图数据另行公开披露外，星图数据与任何第三方平台及其权属公司之间不存在任何形式的代理、合作、合伙、合营关系，也无任何投资或关联关系。

本免责声明适用于本文章/报告全文及其任何部分内容，包括但不限于文字、数据、图表、标识、结论、摘要、节选、截图及转引内容；任何主体以任何形式使用前述内容的，均视为已知悉并接受本免责声明。

特此声明。

电商业业务增长，用星图数据

星图数据是消费领域专业的大数据产品、服务和解决方案提供商，为品牌商和零售商提供全面优质的电商数据与专业深入的市场洞察，一站式解决企业生产、经营、营销及管理等多种问题，助力客户精准决策，提升电商运营与决策效率。



新浪微博



微信公众号



邮箱: info@syntun.com



电话: 400-066-9026



网站: www.syntun.com.cn



工作时间: 周一至周五9:00-18:00