

中国电商平台行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电商平台行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/674883.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

2023年11月，星图数据发布了今年双十一全网销售数据解读报告，数据显示，10月31日20:00-11月11日23:59（京东起始时间为10月23日20:00）全网销售额为11386亿元，同比增长2%；其中综合电商同比下降1%，降低至9235亿元；直播电商同比增长19%，增加到2151亿元。而在综合电商中天猫、京东、拼多多平台排名前三，直播电商中抖音、快手、点淘排名前三。

2023年双十一各平台销售数据情况	种类	销售额	排名	综合电商	9235亿元
1天猫、2京东、3拼多多	直播电商	2151亿元	1抖音、2快手、3点淘	新零售	236亿元
1美团闪购、2京东到家、3饿了么	社区团购	124亿元	1多多买菜、2美团优选、3兴盛优选		

资料来源：星图数据

随着移动互联网和智能手机的快速发展，越来越多的消费者开始选择网上购物，在此背景下，电商平台迅速发展。而为促进电商平台行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2023年国务院办公厅发布的《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》提出完善消费惠民政策，开展全国文化和旅游消费促进活动，鼓励各地围绕节假日、暑期等时间节点，联动文化和旅游企业、金融机构、电商平台、新媒体平台等举办形式多样的消费促进活动。

我国电商平台行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容	2022年12月
国家发改委·“十四五”扩大内需战略实施方案	2023年2月	国家发展改革委等部门	推动电商平台扩大绿色产品销售。	促进网络购物、移动支付等新模式规范有序发展，鼓励超市、电商平台等零售业态多元化融合发展。	2023年2月
中共中央国务院 质量强国建设纲要	2023年2月	国家发展改革委等部门	关于统筹节能降碳和回收利用加快重点领域产品设备更新改造的指导意见(发改环资	鼓励零售企业、电商平台通过设置产品专区、突出显示专有标识、发放绿色优惠券等方式，引导消费者优先选购能效先进水平产品设备。	2023年7月
国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知	2023年7月	国务院办公厅		大力发展农村直播电商、即时零售，推动电商平台和企业丰富面向农村的产品和服务供给。	

2023年8月	中央财办等部门	中央财办等部门关于推动农村流通高质量发展的指导意见	加强县乡商贸中心、超市升级改造，支持邮政快递、供销社、电商平台、连锁商贸企业通过多种方式改造传统农村商贸网点，推动农村商贸流通设施提档升级，实现具备条件地区县城有综合商贸服务中心、乡镇有商贸中心、村庄有商业服务。	2023年9月
工业和信息化部、国家发展改革委、科技部等部门		安全应急装备重点领域发展行动计划(2023-2025年)	支持电商平台开设专区，推广销售安全应急产品。	2023年9月

工业和信息化部、国家发展改革委、科技部等部门	安全应急装备重点领域发展行动计划(2023-2025年)	支持电商平台开设专区，推广销售安全应急产品。	2023年9月	国务院办公厅
		关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施	完善消费惠民政策，开展全国文化和旅游消费促进活动，鼓励各地围绕节假日、暑期等时间节点，联动文化和旅游企业、金	

融机构、电商平台、新媒体平台等举办形式多样的消费促进活动。

资料来源：观研天下整理

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市电商平台行业的发展做出了具体规划,支持当地电商平台行业稳定发展,比如江西省发布的《关于促进本市会展业高质量发展的若干措施》提出培育直播电商企业。鼓励广告策划、文化创意、视频制作机构向直播电商转型。推动优质直播电商企业申报各大直播电商平台认证的MCN机构。引导传统电商企业、商贸企业与直播电商平台、MCN机构开展深度合作,培育一批有影响力、高成长性的品牌直播间。

部分省市电商平台行业相关政策	省市	发布时间	政策名称	主要内容
河南省		2023年7月	持续扩大消费若干政策措施	鼓励各地按照“政府引导、企业参与、群众受益”原则发放电商平台消费券,扩大网络消费规模。
北京市		2023年7月	关于进一步推动首都高质量发展取得新突破的行动方案(2023—2025年)	推动建立一批北京特色直播电商基地,鼓励电商平台在京设立研发中心、结算中心。
广东省		2023年8月	广东省扩大内需战略实施方案	大力培育本土电商平台,推动本土直播电商基地建设,培育引进直播电商人才。
湖南省		2023年8月	湖南省恢复和扩大消费的若干政策措施	鼓励电商平台开设绿色智能产品销售专区。
江西省		2023年8月	关于促进本市会展业高质量发展的若干措施	培育直播电商企业。鼓励广告策划、文化创意、视频制作机构向直播电商转型。推动优质直播电商企业申报各大直播电商平台认证的MCN机构。引导传统电商企业、商贸企业与直播电商平台、MCN机构开展深度合作,培育一批有影响力、高成长性的品牌直播间。
天津市		2023年10月	天津市振兴工业老字号老品牌实施方案(2023—2027年)	支持企业在大型电商平台开设旗舰店和品牌店,推广直播带货,丰富“沉浸式购物”体验,支持渠道商设立“天津老字号”专区,增强工业老字号老品牌本地覆盖与外埠辐射能力,实现电商平台与实体商业线上线下协同发展。

资料来源：观研天下整理

从企业竞争方面来看,当前我国电商平台市场参与者主要有京东、拼多多、淘宝、唯品会、苏宁易购SUNING、抖音电商和快手电商等品牌。目前来看,国内新电商开创者,通过社交+电商的模式,以拼着买,才便宜的社交拼团为核心,好货不贵为运营理念,主打百亿补贴、农货上行、产地好货等,品牌拼多多已于2018年在美国纳斯达克上市,近两年短视频、主播直播带货助力下快手电商和抖音电商也迅速崛起,国内电商平台行业竞争愈发激烈,整体呈现出多足鼎立的局面。

我国电商平台知名品牌 品牌 成立时间 简介 京东 2004年 国内规模较大的综合网络零售商,旗下设有京东商城、东金融、拍拍网、东智能、O2O及海外事业部等,2014年在美国纳斯达克交易所正式上市,京东商城以自营式电商为主,在线销售家居百货、数码电子、服装服饰、母婴用品、食品、图书等多个类类产品,并在国内建立了多个物流中心和服务终端。

拼多多 2014年 于2018年美国纳斯达克上市，国内新电商开创者,通过社交+电商的模式，以拼着买，才便宜的社交拼团为核心,好货不贵为运营理念,主打百亿补贴、农货上行、产地好货等,为消费者提供补贴折扣品牌商品、原产地农产品、产品等。 淘宝 2003年 由阿里巴巴集团在2003年5月创立，随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。 唯品会 2008年 唯品会成立于2008年，是一家专门做特卖的网站，以1-7折超低折扣对全球各大品牌进行限时特卖,商品囊括服装、化妆品、家居、奢侈品等上千品牌。 苏宁易购SUNING 1990年 苏宁易购是国内较大的商业零售企业,依托线上线下平台优势,率先在行业内推行O2O模式,经营品类涵盖家电、3C、母婴、货、超市、服装等。 抖音电商 - 抖音旗下致力于为用户发现并获得优价好物的电商平台，短视频、商家自播、主播带货，满足商家达人多形式变现需求,众多抖音创作者通过短视频、直播等丰富的内容形式，给用户个性化、高效的消费体验。 快手电商 - 快手短视频旗下品牌,国内颇具影响力的社交电商平台,专注于满足消费者需求和消费体验以及为商家用户提供多元化电商专业服务,并推出了电商服务工具快手小店。

资料来源：易购网、观研天下整理

从各企业业绩来看，2023年上半年京东营业收入为5309亿元，同比增长4.66%，归母净利润为128.4亿元，同比增长827.22%；拼多多营业收入为899.2亿元，同比增长62.80%，归母净利润为212.1亿元，同比增长84.49%；唯品会营业收入为554亿元，归母净利润39.88亿元；苏宁易购SUNING营业收入为340.41亿元，同比下降8.52%，归母净利润-19.30亿元，同比增长29.60%。

2023年上半年部分电商平台营业收入情况	品牌	营业收入	同比增长	归母净利润	同比增长				
京东	5309亿元	4.66%	128.4亿元	827.22%	拼多多	899.2亿元	62.80%	212.1亿元	84.49%
唯品会	554亿元	-	39.88亿元	-	苏宁易购SUNING	340.41亿元	-8.52%	-19.30亿元	29.60%

资料来源：公司资料、观研天下整理

从企业融资来看，2018年我国电商平台行业投融资金额到达顶点，投融资金额约157.13亿元；自2018年后，电商平台行业相关投融资数量和投资金额一直为波动式增长趋势，2023年1-11月19日，我国电商平台行业投融资数量共7起，投资金额为9.64亿元。

资料来源：IT桔子

2022年我国电商平台行业共发生投融资事件18起，其中投融资金额最高为12月，投资金额为13亿元。

资料来源：IT桔子

2023年1-11月19日我国电商平台行业共发生投融资事件7起，其中投资金额最高的是礼多多 Scatola cieca获得的A轮投资，金额为8000万美元。

2023年1-11月19日我国电商平台行业投融资事件情况

时间	公司简称	轮次	投资金额
2023-06-26	及时语	Pre-A轮	数千万人民币
2023-05-02	胶囊数藏	A轮	1200万人民币
2023-04-12	快幻	天使轮	未透露
2023-03-30	礼多多Scatola cieca	A轮	8000万美元
2023-03-28	跃动端点	Pre-A轮	100万人民币
2023-03-02	益佰零售	天使轮	数千万人民币
2023-01-29	礼多多Scatola cieca	战略投资	5700万美元

资料来源：IT桔子

目前来看，随着电商平台的发展，竞争也是愈发激烈，各平台为抢占更多市场份额，各出奇招，比如从2023年年初开始，京东就面向各类商家发布了“春晓计划”，通过一系列措施吸引新农人、设计师等一大批新商家入驻，而通过这个举措，在今年双十一期间，京东新注册店铺的数量比去年同期同比增长了3.4倍。（XD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国电商平台行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国电商平台行业发展概述

第一节 电商平台行业发展情况概述

- 一、电商平台行业相关定义
- 二、电商平台特点分析
- 三、电商平台行业基本情况介绍
- 四、电商平台行业经营模式
- 1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、电商平台行业需求主体分析

第二节中国电商平台行业生命周期分析

一、电商平台行业生命周期理论概述

二、电商平台行业所属的生命周期分析

第三节电商平台行业经济指标分析

一、电商平台行业的赢利性分析

二、电商平台行业的经济周期分析

三、电商平台行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球电商平台行业市场发展现状分析

第一节全球电商平台行业发展历程回顾

第二节全球电商平台行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲电商平台行业地区市场分析

一、亚洲电商平台行业市场现状分析

二、亚洲电商平台行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电商平台行业市场前景分析

第四节北美电商平台行业地区市场分析

一、北美电商平台行业市场现状分析

二、北美电商平台行业市场规模与市场需求分析

三、北美电商平台行业市场前景分析

第五节欧洲电商平台行业地区市场分析

一、欧洲电商平台行业市场现状分析

二、欧洲电商平台行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲电商平台行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界电商平台行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球电商平台行业市场规模预测

第三章 中国电商平台行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对电商平台行业的影响分析

第三节中国电商平台行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对电商平台行业的影响分析

第五节中国电商平台行业产业社会环境分析

第四章 中国电商平台行业运行情况

第一节中国电商平台行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国电商平台行业市场规模分析

一、影响中国电商平台行业市场规模的因素

二、中国电商平台行业市场规模

三、中国电商平台行业市场规模解析

第三节中国电商平台行业供应情况分析

一、中国电商平台行业供应规模

二、中国电商平台行业供应特点

第四节中国电商平台行业需求情况分析

一、中国电商平台行业需求规模

二、中国电商平台行业需求特点

第五节中国电商平台行业供需平衡分析

第五章 中国电商平台行业产业链和细分市场分析

第一节中国电商平台行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电商平台行业产业链图解

第二节中国电商平台行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电商平台行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电商平台行业的影响分析

第三节我国电商平台行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国电商平台行业市场竞争分析

第一节 中国电商平台行业竞争现状分析

一、中国电商平台行业竞争格局分析

二、中国电商平台行业主要品牌分析

第二节 中国电商平台行业集中度分析

一、中国电商平台行业市场集中度影响因素分析

二、中国电商平台行业市场集中度分析

第三节 中国电商平台行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国电商平台行业模型分析

第一节 中国电商平台行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国电商平台行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国电商平台行业SWOT分析结论

第三节 中国电商平台行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国电商平台行业需求特点与动态分析

第一节中国电商平台行业市场动态情况

第二节中国电商平台行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节电商平台行业成本结构分析

第四节电商平台行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国电商平台行业价格现状分析

第六节中国电商平台行业平均价格走势预测

一、中国电商平台行业平均价格趋势分析

二、中国电商平台行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国电商平台行业所属行业运行数据监测

第一节中国电商平台行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国电商平台行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国电商平台行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国电商平台行业区域市场现状分析

第一节中国电商平台行业区域市场规模分析

一、影响电商平台行业区域市场分布的因素

二、中国电商平台行业区域市场分布

第二节中国华东地区电商平台行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电商平台行业市场分析

(1) 华东地区电商平台行业市场规模

(2) 华东地区电商平台行业市场现状

(3) 华东地区电商平台行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电商平台行业市场分析

(1) 华中地区电商平台行业市场规模

(2) 华中地区电商平台行业市场现状

(3) 华中地区电商平台行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电商平台行业市场分析

(1) 华南地区电商平台行业市场规模

(2) 华南地区电商平台行业市场现状

(3) 华南地区电商平台行业市场规模预测

第五节华北地区电商平台行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电商平台行业市场分析

(1) 华北地区电商平台行业市场规模

(2) 华北地区电商平台行业市场现状

(3) 华北地区电商平台行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区电商平台行业市场分析

- (1) 东北地区电商平台行业市场规模
- (2) 东北地区电商平台行业市场现状
- (3) 东北地区电商平台行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区电商平台行业市场分析
 - (1) 西南地区电商平台行业市场规模
 - (2) 西南地区电商平台行业市场现状
 - (3) 西南地区电商平台行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区电商平台行业市场分析
 - (1) 西北地区电商平台行业市场规模
 - (2) 西北地区电商平台行业市场现状
 - (3) 西北地区电商平台行业市场规模预测

第十一章 电商平台行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国电商平台行业发展前景分析与预测

第一节中国电商平台行业未来发展前景分析

- 一、电商平台行业国内投资环境分析
- 二、中国电商平台行业市场机会分析
- 三、中国电商平台行业投资增速预测

第二节中国电商平台行业未来发展趋势预测

第三节中国电商平台行业规模发展预测

- 一、中国电商平台行业市场规模预测
- 二、中国电商平台行业市场规模增速预测
- 三、中国电商平台行业产值规模预测
- 四、中国电商平台行业产值增速预测
- 五、中国电商平台行业供需情况预测

第四节中国电商平台行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国电商平台行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国电商平台行业进入壁垒分析

- 一、电商平台行业资金壁垒分析
- 二、电商平台行业技术壁垒分析
- 三、电商平台行业人才壁垒分析
- 四、电商平台行业品牌壁垒分析
- 五、电商平台行业其他壁垒分析

第二节电商平台行业风险分析

- 一、电商平台行业宏观环境风险
- 二、电商平台行业技术风险
- 三、电商平台行业竞争风险
- 四、电商平台行业其他风险

第三节中国电商平台行业存在的问题

第四节中国电商平台行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国电商平台行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国电商平台行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国电商平台行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 电商平台行业营销策略分析

一、电商平台行业产品策略

二、电商平台行业定价策略

三、电商平台行业渠道策略

四、电商平台行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/674883.html>