

2020年中国电子商务行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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《2020年中国电子商务行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/314963314963.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

电子商务服务业是伴随电子商务发展而逐渐兴起的一种新兴服务行业，是为促进电子商务各项活动顺利开展所提供各种专业服务的集合体，在电商平台的发展中占据了举足轻重的地位。根据商务部《中国电子商务报告2018》对电子商务服务业的分类，电子商务服务业包括交易服务、支撑服务和衍生服务三大类。其中，交易服务主要包括B2B交易服务、B2C交易服务、C2C交易服务三种类型，主体是电子商务平台企业；支撑服务是确保电子商务活动顺利完成的基础支撑体系，主要包括电子支付服务、物流服务、信息技术服务三种类型；衍生服务是指伴随着电子商务的深入应用而催生的各类专业服务，如电子商务代运营服务、电子商务品牌服务、电子商务咨询服务、电子商务教育培训服务、电子商务安全服务等。

随着中国电子商务行业快速发展，线下消费品牌加速线上布局，社会分工逐步细化，大量电子商务服务商伴随着线下企业线上化转型逐渐兴起，以电子商务代运营为核心的电子商务综合服务商蓬勃发展。目前，电子商务综合服务基本涵盖了线上运营的全部流程，从网站建设、营销推广、店铺运营等前端服务到仓储物流、IT技术等后端服务，帮助品牌商进行线上零售、渠道分销或品牌策划，为品牌商提供快捷便利的整套服务。

电子商务行业发展概况

当前，电子商务产业链从上游到下游涵盖品牌商、电商平台、电子商务服务商与消费者等。其中，电子商务服务商包括金融支付、仓储物流、整合营销、数据分析等电子商务垂直型服务商，也包括提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等服务全栈式服务的电子商务综合服务商。电子商务服务商逐渐成为推动“互联网+”发展的重要力量，是新经济的组成部分之一。

在电子商务产业链中，上游品牌商凭借电商平台的流量优势和服务商的专业化运营进行线上扩张，打通电商渠道。中游电子商务平台具备开放性、全球性特点，破除时空壁垒，连接品牌商与消费者。电子商务服务商则借助电商平台的流量，为品牌商提供包括品牌定位、精准营销、活动策划、用户洞察和大数据分析多环节服务，协助品牌商拓展综合影响力，提升销售业绩。大量优质品牌商的入驻也促进了电商平台的发展；电子商务服务商和电商平台的通力合作也给品牌商提供了更好的发展机会。

现阶段，品牌商、电子商务服务商和电商平台分工明确、高效协作，为消费者提供日益丰富的商品与服务，已经形成一个协同发展、共同繁荣的电子商务生态圈。

电子商务行业市场规模

我国电子商务行业自2011年来始终保持快速发展。国家统计局数据显示，2018年全国电子商务交易额达31.63万亿元，同比增长8.5%；其中商品、服务类电子商务交易额30.61万亿元，同比增长14.5%。

2011年至2018年中国电子商务交易总额 数据来源：国家统计局、商务部

网上零售交易规模方面，根据国家统计局数据，2018 年全国网上零售额 9.01 万亿元，同比增长 23.9%；其中，实物商品网上零售额 7.02 万亿元，同比增长 25.4%，占社会消费品零售总额的比重为 18.4%，较上年增加 3.4 个百分点，增速高于同期社会消费品零售总额 16.4 个百分点；非实物商品网上零售额 1.99 万亿元，同比增长 18.7%。

2011年至2018年中国网上零售交易规模 数据来源：国家统计局、商务部

电子商务行业发展特点

1) 电商平台多模式共存，社交与电商结合日趋紧密

目前，我国电子商务行业已形成以天猫、京东为代表的综合型电商，以云集、小红书、蜜芽网为代表的社交内容型电商，以天猫国际、唯品会国际、网易考拉海购为代表的跨境电商等多种电商模式共存的格局，各电商模式均集聚了一定的互联网流量和消费者沉淀，社交与电商结合日益紧密。

2) 消费者“触网”时间增长，高性价比产品和良好购物体验受到追捧

随着智能手机的普及和运营商的提速降费改革，消费者每天的网络有效接触时间日趋上升，随时在线已经基本实现。优质的服务体验、高性价比的产品和更便捷的购物过程在消费者群体中更快速地被接受和传播。

3) 品牌商以数据和商业智能构建核心竞争力，对于电商综合服务需求更加迫切

当前，电子商务行业日益发展成熟，线上渠道成为品牌商不可忽视的战略重点。在流量红利逐渐褪去、品牌商愈发关注销售效率的背景下，电子商务综合服务商作为带动重塑品牌价值链、营销策略、组织结构和系统建设的强大外部动力，对品牌商具有重要意义。电子商务综合服务商借助数据和商业智能，将帮助降低电商后台繁琐的重复劳动，助力品牌商构建自身价值和核心竞争力。

电子商务服务业市场规模

电子商务服务业整体市场规模

2018 年，中国电子商务服务业继续保持稳步增长态势，市场规模再上新台阶，全年电子商务服务业营业收入规模达 3.52 万亿元，同比增长 20.3%。随着电商服务业发展的进一步成熟，营业收入增速逐渐放缓，但仍高于 2018 年规模以上服务业企业营业收入增速 8.9 个百分点。

2011年至2018年中国电子商务服务业营业收入规模情况 数据来源：商务部

电子商务代运营服务业细分市场规模

电子商务代运营服务属于电子商务服务业分类中的衍生服务，是电子商务综合服务业的重要组成部分。2018 年，中国电商代运营市场整体营业收入规模达 9,623.0 亿元，增速达到23.0%，维持较高增长水平。受益于市场长期持续的高速发展，电子商务代运营服务商的盈利增长得到保证，管理能力、效率和服务质量不断提升。

2011年至2018年电商代运营市场规模单位：亿元 数据来源：商务部

电子商务综合服务商的产业链地位与核心价值

在电子商务产业链中，电子商务综合服务商具有重要的产业链地位和核心价值，具体如下：

1) 高效对接消费者与品牌商

电子商务综合服务商一方面向品牌商提供代运营服务，助力品牌产品依托线上旗舰店对终端消费者进行充分曝光，并基于对品牌调性和消费者需求双方的深度理解实现供给和需求的高效匹配；另一方面，提供渠道分销服务，使品牌产品更顺畅、高效地流通至京东自营、唯品会等分销渠道，并全程协助支持实现销售。通过全方位的电子商务综合服务，帮助品牌商与线上零售客户和线上分销客户更为有效、顺畅地对接，充分打通电商链路。

2) 助力国外品牌商高效进入国内电商渠道

国外品牌商进入中国市场，在第三方平台开设官方旗舰店是拓展线上销售渠道的重要手段。部分国外品牌商虽具备一定的品牌知名度和通畅的线下分销渠道，但通常缺乏国内电商运营经验和团队。在对接平台渠道众多、电商平台规则繁杂的背景下，国外品牌商为中国市场设置专门的电商运营团队的风险回报率较低，因而选择具备专业化、体系化运营服务能力的电子商务综合服务商便成为国外品牌商开拓中国电商市场的优选。

电子商务综合服务商拥有专业运营技术和团队，对电商平台运营规则掌握透彻，拥有迅速适应批次多的订单机制和快速响应的供应链体系，制定合理的采购与备货计划，综合协调广告营销、IT/数据、电商平台、仓储物流、第三方支付等产业链参与者，灵活发起及参与各平台各类促销活动，提供 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、数据营销、仓储物流等全方位综合服务，进而更好地满足品牌商和终端消费者的需求。

3) 深度挖掘世界优质品牌

随着电商行业日益发展成熟，品牌商对电子商务综合服务商的期望和要求，已经远不是单纯的托管能力和运营能力，已经扩展到多渠道运营能力、推广和零售整合、供应链再造、新一代后台系统的搭建和集成、协同的商品组合、销售预测和补货、视觉、数据等智能技术的研发与创新等。随着行业发展，电子商务综合服务商拥有国内外各类流行、新兴品牌的一手信息，基于对消费者需求的深刻理解，能够充当品牌领航员角色，搜罗世界各地优质品牌并引入中国，大程度地满足国内消费者需求。

4) 显著提升服务店铺经济效益

电子商务综合服务商对服务店铺提升效益具有重要作用。根据相关数据显示，天猫平台全行业综合服务商运营店铺月均交易额整体为普通商家月均交易额2倍，电子商务综合服务商成效显著。根据 2018 年 4 月天猫主办的服务商峰会公布的统计结果，2017 年双十一购物节中，电子商务综合服务商运营店铺店均产值是品牌商自营店铺的 10 倍。根据天猫服务商官网公布的统计结果，2018 年天猫服务商引入新品牌 843 个，店均成交量是大盘新商家近 3 倍；2018 年天猫服务商总成交额同比增长高于大盘近 20%。

市场供求状况及变动原因

市场需求状况

电商综合服务的主要服务对象是品牌商。近年来，品牌电子商务综合服务的市场需求愈加旺盛，主要受益于两个驱动因素：一是消费升级背景下 B2C 电商交易规模超越 C2C 并高速增长；二是品牌商对线上品牌运营投入的不断增加和依靠专业服务商经营线上业务的意愿日益强烈。

我国 B2C 网络购物市场规模及占比逐年增长，2018 年已达 5.66 万亿元，在中国整体网络购物市场交易规模中的占比达到 62.8%；增速方面，2018 年 B2C 网络购物市场规模增长高达 34.9%。

2011年至2018年中国网上零售B2C交易规模 数据来源：国家统计局、商务部

此外，国际品牌在中国线上市场的营销经验、客户服务和政策规定等方面缺乏一定经验，更倾向于依靠专业的电商服务商进行电商运营，2016 年电商服务商的服务品牌类型中国际品牌占比超过国产品牌，达 61.30%。根据 2018 年 4 月天猫主办的服务商峰会公布的统计结果，2017 年电商服务商承接的店铺数量达天猫店铺总数量的 50%。

市场供给状况

电子商务综合服务属于相对开放性领域，大量中小型企业行业发展初期涌入市场，单凭代理少数品牌和提供店铺设计、订单管理、仓储配送等同质化、可替代的基础性服务即可取得一定的经营业绩。在行业发展初期，各类小规模服务商数量众多，供给较为分散。

近年来，知名本土品牌逐步开设线上旗舰店，国际品牌也入驻各大电商平台，电商服务行业蓬勃发展。目前，电商服务行业已经形成规模庞大的细分服务体系，各细分领域均有领先的服务商出现，行业集中度提升，电子商务综合服务商的重要价值和服务质量获得品牌方认可。随着行业的快速发展，品牌方更加关注流量持续获取能力以及对品牌的养成与塑造能力，对电子商务服务商的精细化管理和运营能力的要求有增无减，行业整合势在必行。在此背景下，众多规模较小、抗风险能力较差、运营能力较弱的企业将逐步被市场淘汰，而具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

电商及 B2C 零售电商内生增长，驱动电商综合服务行业快速发展

国家统计局数据显示，2018 年全国网上零售额 9.01 万亿元，同比增长 23.9%。其中，实物商品网上零售额 7.02 万亿元，同比增长 25.4%，占社会消费品零售总额的比重为 18.4%，较上年增加 3.4 个百分点，增速高于同期社会消费品零售总额 16.4 个百分点；非实物商品网上零售额 1.99 万亿元，同比增长 18.7%。

随着人们网络购物习惯的逐渐养成，数字消费大军的队伍日益壮大，越来越多的商家和品牌意识到发展线上业务的重要意义，纷纷在电商领域增大投入，将线上官方旗舰店作为提升产品销量、增加品牌曝光、宣传品牌文化的前沿阵地，从而带动整个 B2C 电商行业近年来的快速增长。

2012年至2018年中国网络零售B2C与C2C占比 数据来源：商务部

2018 年，我国 B2C 网络购物市场规模已达 5.66 万亿元，在中国整体网络购物市场交

易规模中的占比达到 62.8%，较 2017 年提高 4.4 个百分点；B2C 零售额同比增长 34.6%，增速高于 C2C 零售额 22.1 个百分点。预计未来 B2C 市场交易规模与 C2C 市场交易规模的差距会进一步拉大，B2C 将占据电子商务零售市场的主导地位。

受益于电商行业内生增长和 B2C 交易规模占比提升，未来电商综合服务商将以平台旗舰店为主要据点，借力电商行业增长和 B2C 电商占比提升的有利趋势，充分发挥其运营经验优势，进一步提升销售转化能力和整体业务规模。（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电子商务行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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。

它是业内企业、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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国电子商务行业发展概述

第一节 电子商务行业发展情况概述

- 一、电子商务行业相关定义
- 二、电子商务行业基本情况介绍
- 三、电子商务行业发展特点分析

第二节 中国电子商务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电子商务行业产业链条分析

三、中国电子商务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子商务行业生命周期分析

一、电子商务行业生命周期理论概述

二、电子商务行业所属的生命周期分析

第四节 电子商务行业经济指标分析

一、电子商务行业的赢利性分析

二、电子商务行业的经济周期分析

三、电子商务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子商务行业进入壁垒分析

一、电子商务行业资金壁垒分析

二、电子商务行业技术壁垒分析

三、电子商务行业人才壁垒分析

四、电子商务行业品牌壁垒分析

五、电子商务行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电子商务行业市场发展现状分析

第一节 全球电子商务行业发展历程回顾

第二节 全球电子商务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子商务行业地区市场分析

一、亚洲电子商务行业市场现状分析

二、亚洲电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子商务行业市场前景分析

第四节 北美电子商务行业地区市场分析

一、北美电子商务行业市场现状分析

二、北美电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、北美电子商务行业市场前景分析

第五节 欧盟电子商务行业地区市场分析

一、欧盟电子商务行业市场现状分析

二、欧盟电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电子商务行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电子商务行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电子商务行业市场规模预测

第三章 中国电子商务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品电子商务总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电子商务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电子商务产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电子商务行业运行情况

第一节 中国电子商务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 中国电子商务行业市场规模分析

第三节 中国电子商务行业供应情况分析

第四节 中国电子商务行业需求情况分析

第五节 中国电子商务行业供需平衡分析

第六节 中国电子商务行业发展趋势分析

第五章 中国电子商务所属行业运行数据监测

第一节 中国电子商务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 中国电子商务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 中国电子商务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

第六章 2017-2020年中国电子商务市场格局分析

第一节 中国电子商务行业竞争现状分析

一、中国电子商务行业竞争情况分析

二、中国电子商务行业主要品牌分析

第二节 中国电子商务行业集中度分析

一、中国电子商务行业市场集中度分析

二、中国电子商务行业企业集中度分析

第三节 中国电子商务行业存在的问题

第四节 中国电子商务行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子商务行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国电子商务行业需求特点与动态分析

第一节 中国电子商务行业消费市场动态情况

第二节 中国电子商务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 电子商务行业成本分析

第四节 电子商务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电子商务行业价格现状分析

第六节 中国电子商务行业平均价格走势预测

- 一、中国电子商务行业价格影响因素
- 二、中国电子商务行业平均价格走势预测
- 三、中国电子商务行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电子商务行业区域市场现状分析

第一节 中国电子商务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子商务市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电子商务市场规模分析
- 四、华东地区电子商务市场规模预测

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、华中地区电子商务市场规模分析
- 四、华中地区电子商务市场规模预测

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、华南地区电子商务市场规模分析
- 四、华南地区电子商务市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电子商务行业竞争情况

第一节 中国电子商务行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电子商务行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国电子商务行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电子商务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电子商务行业发展前景分析与预测

第一节 中国电子商务行业未来发展前景分析

一、电子商务行业国内投资环境分析

二、中国电子商务行业市场机会分析

三、中国电子商务行业投资增速预测

第二节 中国电子商务行业未来发展趋势预测

第三节 中国电子商务行业市场发展预测

- 一、中国电子商务行业市场规模预测
- 二、中国电子商务行业市场规模增速预测
- 三、中国电子商务行业产值规模预测
- 四、中国电子商务行业产值增速预测
- 五、中国电子商务行业供需情况预测

第四节 中国电子商务行业盈利走势预测

- 一、中国电子商务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电子商务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电子商务行业投资风险与营销分析

第一节 电子商务行业投资风险分析

- 一、电子商务行业政策风险分析
- 二、电子商务行业技术风险分析
- 三、电子商务行业竞争风险分析
- 四、电子商务行业其他风险分析

第二节 电子商务行业企业经营发展分析及建议

- 一、电子商务行业经营模式
- 二、电子商务行业销售模式
- 三、电子商务行业创新方向

第三节 电子商务行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电子商务行业发展战略及规划建议

第一节 中国电子商务行业品牌战略分析

- 一、电子商务企业品牌的重要性
- 二、电子商务企业实施品牌战略的意义
- 三、电子商务企业品牌的现状分析
- 四、电子商务企业的品牌战略
- 五、电子商务品牌战略管理的策略

第二节 中国电子商务行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电子商务行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国电子商务行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子商务行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电子商务行业定价策略分析

第三节 中国电子商务行业营销渠道策略

一、电子商务行业渠道选择策略

二、电子商务行业营销策略

第四节 中国电子商务行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子商务行业重点投资区域分析

二、中国电子商务行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/314963314963.html>