

2021年中国电子发票市场分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2021年中国电子发票市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/wentibangong/535414535414.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

电子发票是指在购销商品、提供或者接受服务以及从事其他经营活动中，开具、收取的以电子方式存储的收付款凭证。电子发票开具流程包括首先需纳税人在现有的电子发票管理系统中完成登记注册；通过接口的方式，由税务后台征管系统同步至增值税电子发票系统，再最终赋予纳税人编码；票量大的企业可使用服务器版税控开票系统，票量小的企业可使用单机版税控开票系统以生成电子数据；在企业端或第三方电子发票服务平台生成电子发票版式文件；电子发票明细数据通过电子发票系统传至税务局，并进入电子底账库。

电子发票开具流程 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国电子发票行业市场规模为39.3亿元，较上年同比增长200%；2019年，我国电子发票行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国电子发票行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 电子发票优势：相比于纸质发票，电子发票有着节省成本、简化流程、容易保存和查询等优势。对于相关税务部门、企业以及消费者都有诸多益处，这些优势一方面会促进政府大力推广电子发票的普及与应用，另一方面也极大地提升企业和消费者的接受度。电子发票惠及税务部门、企业和消费者多个使用方，这些显著的优势有助于推动电子发票的应用并推动行业发展。

电子发票对于各用户端的益处

用户端

益处

税务部门

信息化控税

降低管理成本

方便监管与规范行业

杜绝虚假、非法发票的开具

企业

简化流程

节省各方面的成本支出

方便企业税务管理

方便消费者管理、提升消费体验

消费者

快捷地获取发票信息

方便个人发票管理

方便个人财务管理 数据来源：公开资料整理

(2) 区块链电子发票发展：区块链电子发票融合了区块链技术，此类新型电子发票基于分布式账本技术容纳了发票开具方、发票接收方、流通方、税务部门等多个环节，并且由多个参与方共同记账。随着区块链电子发票应用的逐渐推广和普及，更多的第三方支付平台和相关服务的供应商加入，共同推动区块链电子发票在更多行业场景中的应用，推动电子发票行业进一步发展。

二、劣势分析

(1) 电子发票普及率有待提高：目前，电子发票在全国范围内还未广泛普及，在中小型企业中的渗透率较低。发票无纸化、电子化的普及需要时间，中小企业对于电子发票的接受程度依然较低，在处理发票时依然偏好传统纸质发票。部分原因是中小企业使用纸质发票可以逃税，过去消费者通过中小商家选购商品或服务时往往因纸质发票开具耗时长、流程麻烦或者消费金额偏低而导致索要发票受限，中小厂商从中逃税进而保有一定的利润空间。

(2) 电子发票平台尚未形成统一标准：电子发票开具仅仅是入账报销的一个环节，后续电子发票需参与到逐级审批、真伪查验、标记重复、报销汇款到记账等多个流程，系统需要打通的环节众多。同时随着电子发票应用范围的不断扩大，电子发票系统未来需对接的环节更多，而行业中标准不一的平台将影响到系统之间的对接，不利于行业进一步整合和扩张，同时也给用户带来不佳的使用体验。

(3) 电子发票管理困难：造成电子发票管理困难的主要原因包括电子发票造假门槛低，发票真伪难以辨别；电子发票可重复打印，重复报销管理不便；电子发票追溯困难，企业经营不善。

电子发票行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 近年来，我国出台了多项政策全力推动电子发票的普及，带动行业向好发展。如2017年9月，国家税务总局在《关于全面推行财政票据电子化管理系统的通知》中提出2018年1月1日起在国税系统（含税务干部进修学院）全面开展财政票据电子化改革，统一部署、安装运行财政票据电子化管理系统，全面实施财政票据电子化管理，启用机打财政票据，停用手工财政票据。2018年7月，国家税务总局在《关于增值税电子普通发票使用有关事

项的公告》中公布了增值税电子普通发票使用有关事项，保障国税地税征管体制改革工作顺利推进，确保改革前后增值税电子普通发票有序衔接、平稳过渡。

我国电子发票行业相关政策

颁布日期

政策名称

颁布主体

主要内容及影响

2012.05

《关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知》

国家发改委

在5个城市开展电子发票的试点，5个城市分别为重庆、南京、杭州、深圳、青岛。之后试点范围逐步扩大到北京、广州、上海等22个城市。

2013.04

《网络发票管理办法》

国家税务总局

省级以上税务机关在确保网络发票电子信息正确生成，可靠存储、查询验证、安全唯一等条件的情况下，可以试行电子发票。

2015.08

《关于开展增值税发票系统升级版电子发票试运行工作有关问题的通知》

国家税务总局

增值税发票系统升级版电子发票系统与各地已推行的电子发票系统进行衔接改造。试点地区8月1日起应使用增值税发票系统升级版开具电子发票，其他开具电子发票的系统同时停止使用。

2015.09

《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》

国务院

明确指出“允许将电子发票作为报销凭证”，解决了电子发票实际使用中的痛点。

2015.11

《关于推行通过增值税电子发票系统开具的增值税电子普通发票有关问题的公告》

国家税务总局

增值税电子普通发票的开票方和受票方需要纸质发票的，可以自行打印增值税电子普通发票的版式文件，其法律效力、基本用途、基本使用规定等与税务机关监制的增值税普通发票相同。电子发票数据由税控设备生成，电子发票版式文件可在企业端直接生成，也可由第三方电子发票服务平台完成。

2015.12

《会计档案管理办法》

财政部、国家档案局

明确电子会计档案的法律地位，满足该办法规定的条件，电子发票的开票方或受票方，可以以电子形式对发票进行归档保存。

2016.03

《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

国务院

首次将“推行电子发票”列入了五年规划中，体现出国家层面对电子发票的积极态度。

2016.03

《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》

财政部、国家税务总局

在全国范围内全面推开营业税改征增值税（以下称营改增）试点，建筑业、房地产业、金融业、生活服务业等全部营业税纳税人，纳入试点范围，由缴纳营业税改为缴纳增值税。营改增完成后，相关企业将直接接入增值税系统升级版，具备开具电子发票的能力，提高了增值税电子普通发票的供给能力。

2017.03

《关于进一步做好增值税电子普通发票推行工作的指导意见》

国家税务总局

重点在电商、电信、金融、快递、公用事业等有特殊需求的纳税人中推行使用电子发票。

2017.06

《关于做好增值税电子普通发票推行所需税控设备管理工作的通知》

国家税务总局

进一步加强对增值税税控系统服务单位的监督管理，积极推进增值税电子普通发票所需税控设备管理工作。

2017.09

《关于全面推行财政票据电子化管理系统的通知》

国家税务总局

2018年1月1日起在国税系统（含税务干部进修学院）全面开展财政票据电子化改革，统一部署、安装运行财政票据电子化管理系统，全面实施财政票据电子化管理，启用机打财政票据，停用手工财政票据。

2018.07

《关于增值税电子普通发票使用有关事项的公告》

国家税务总局

公布了增值税电子普通发票使用有关事项，保障国税地税征管体制改革工作顺利推进，确保

改革前后增值税电子普通发票有序衔接、平稳过渡。数据来源：公开资料整理

(2) 电子商务蓬勃发展以及移动互联网高渗透率助推电子发票行业发展。电子商务方面：开具电子发票在电子商务交易中有着实时、快捷和不受地域限制等特点，相比起纸质发票跨地开票操作麻烦、耗时等不便，电子发票凭借其无纸化、实时性高、操作方便快捷等优势优化了电商交易活动流程，为个人、企业等多个参与方使用、保存、管理发票提供了更多便利。电商行业的蓬勃发展将刺激电子发票的市场需求，有利于推动电子发票行业的进一步发展。

根据数据显示，2019年，我国电子商务交易总额为34.81万亿元，较上年同比增长10.1%；2020年，我国电子商务交易总额为43.8万亿元，较上年同比增长25.8%。

2015-2020年我国电子商务交易总额及增速 数据来源：公开资料整理

移动互联网方面：移动端手机APP购物在我国消费者中的普及度和渗透度高，微信、支付宝、京东、美团等移动应用都有各自的电子发票系统，方便用户在线管理发票以及后续的查看、打印等行为。以微信为例，微信早在2016年3月就已推出了电子发票系统，实现了无纸化的报销闭环，极大地方便了微信用户开具、整理以及报销电子发票，完善了电子发票的使用场景。未来随着移动互联网应用与线下企业的合作加深，电子发票的普及度还将进一步提高。

根据数据显示，2019年，我国移动互联网月活跃用户规模为11.35亿人；2020年H1，我国移动互联网月活跃用户规模为11.55亿人。

2018-2020年H1我国移动互联网月活跃用户规模 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 线下交易仍占据主导：我国线上交易规模逐年增长，但是线下交易仍然占据主导地位，以2016年的线上、线下交易规模而言，线上交易规模仅占线上、线下总体规模的15.9%，意味着绝大部分的交易都在线下完成，不利于电子发票行业发展。 (2) 企业推广电子发票不规范：各企业纷纷开始推广电子发票，但在具体实施过程中，不少企业执行不规范，给消费者带来不少困扰，影响电子发票行业的发展。例如部分企业实施过程中采取一刀切的方式，不向消费者提供纸质发票，并且还提升了电子发票获取难度。

(3) 建设维护成本过高：建立电子发票系统离不开税控盘、税控专服务器等昂贵的专业设备。此外，对企业而言，电子发票系统也需要与企业本身的财务系统、业务系统打通才能及时确保电子发票信息与业务情况相匹配，而不同系统之间的打通同样需要一笔不小的支

出。

威胁我国电子发票行业发展因素分析

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国电子发票市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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年中国电子发票行业发展概述

第一节 电子发票行业发展情况概述

一、电子发票行业相关定义

二、电子发票行业基本情况介绍

三、电子发票行业发展特点分析

四、电子发票行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电子发票行业需求主体分析

第二节 中国电子发票行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子发票行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国电子发票行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子发票行业生命周期分析

一、电子发票行业生命周期理论概述

二、电子发票行业所属的生命周期分析

第四节 电子发票行业经济指标分析

一、电子发票行业的赢利性分析

二、电子发票行业的经济周期分析

三、电子发票行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子发票行业进入壁垒分析

一、电子发票行业资金壁垒分析

二、电子发票行业技术壁垒分析

三、电子发票行业人才壁垒分析

四、电子发票行业品牌壁垒分析

五、电子发票行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电子发票行业市场发展现状分析

第一节 全球电子发票行业发展历程回顾

第二节 全球电子发票行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子发票行业地区市场分析

一、亚洲电子发票行业市场现状分析

二、亚洲电子发票行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子发票行业市场前景分析

第四节 北美电子发票行业地区市场分析

一、北美电子发票行业市场现状分析

二、北美电子发票行业市场规模与市场需求分析

三、北美电子发票行业市场前景分析

第五节 欧洲电子发票行业地区市场分析

- 一、欧洲电子发票行业市场现状分析
- 二、欧洲电子发票行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电子发票行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界电子发票行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球电子发票行业市场规模预测
- 第三章 中国电子发票产业发展环境分析
- 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、全社会消费品电子发票总额
 - 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 中国电子发票行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国电子发票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 中国电子发票行业运行情况
- 第一节 中国电子发票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 中国电子发票行业市场规模分析
- 第三节 中国电子发票行业供应情况分析
- 第四节 中国电子发票行业需求情况分析
- 第五节 我国电子发票行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
 - 三、其它细分市场

第六节 中国电子发票行业供需平衡分析

第七节 中国电子发票行业发展趋势分析

第五章 中国电子发票所属行业运行数据监测

第一节 中国电子发票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 中国电子发票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 中国电子发票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年中国电子发票市场格局分析

第一节 中国电子发票行业竞争现状分析

一、中国电子发票行业竞争情况分析

二、中国电子发票行业主要品牌分析

第二节 中国电子发票行业集中度分析

一、中国电子发票行业市场集中度影响因素分析

二、中国电子发票行业市场集中度分析

第三节 中国电子发票行业存在的问题

第四节 中国电子发票行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子发票行业钻石模型分析

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年中国电子发票行业需求特点与动态分析

第一节 中国电子发票行业消费市场动态情况

第二节 中国电子发票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 电子发票行业成本结构分析

第四节 电子发票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 中国电子发票行业价格现状分析

第六节 中国电子发票行业平均价格走势预测

一、中国电子发票行业价格影响因素

二、中国电子发票行业平均价格走势预测

三、中国电子发票行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电子发票行业区域市场现状分析

第一节 中国电子发票行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子发票市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子发票市场规模分析

四、华东地区电子发票市场规模预测

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、华中地区电子发票市场规模分析

四、华中地区电子发票市场规模预测

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、华南地区电子发票市场规模分析

四、华南地区电子发票市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电子发票行业竞争情况

第一节 中国电子发票行业竞争结构分析（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 中国电子发票行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国电子发票行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电子发票行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电子发票行业发展前景分析与预测

第一节 中国电子发票行业未来发展前景分析

一、电子发票行业国内投资环境分析

二、中国电子发票行业市场机会分析

三、中国电子发票行业投资增速预测

第二节 中国电子发票行业未来发展趋势预测

第三节 中国电子发票行业市场发展预测

一、中国电子发票行业市场规模预测

二、中国电子发票行业市场规模增速预测

三、中国电子发票行业产值规模预测

四、中国电子发票行业产值增速预测

五、中国电子发票行业供需情况预测

第四节 中国电子发票行业盈利走势预测

一、中国电子发票行业毛利润同比增速预测

二、中国电子发票行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电子发票行业投资风险与营销分析

第一节 电子发票行业投资风险分析

一、电子发票行业政策风险分析

二、电子发票行业技术风险分析

三、电子发票行业竞争风险

四、电子发票行业其他风险分析

第二节 电子发票行业应对策略

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年中国电子发票行业发展战略及规划建议

第一节 中国电子发票行业品牌战略分析

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

第二节 中国电子发票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 中国电子发票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

第四节 电子发票行业竞争力提升策略

- 一、电子发票行业产品差异性策略
- 二、电子发票行业个性化服务策略
- 三、电子发票行业的促销宣传策略
- 四、电子发票行业信息智能化策略
- 五、电子发票行业品牌化建设策略
- 六、电子发票行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国电子发票行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子发票行业产品策略分析

- 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 中国电子发票行业营销渠道策略

- 一、电子发票行业渠道选择策略
- 二、电子发票行业营销策略

第三节 中国电子发票行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子发票行业重点投资区域分析

二、中国电子发票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/wentibangong/535414535414.html>