2021年中国精选电商行业分析报告-行业规模现状与发展前景研究

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年中国精选电商行业分析报告-行业规模现状与发展前景研究》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/hulianwang/535690535690.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

精选电商/精品电商是指以消费者品质诉求为核心，通过渗透上游制造和供应链管理、强化平台选品主导性等创新品控运营模式打造核心竞争力，为客户提供优质商品的电子商务平台。按照经营模式划分，精选电商可分为自营型电商、平台型电商以及内容型电商。

精选电商分类

类型

特征

代表平台

自营型电商

通过OEM或ODM生产模式，买断商品贴以自身品牌，线上售卖赚取进销差价

网易严选（ODM模式）

大朴网（OEM模式）

平台型电商

引入生产高品质商品的厂家入驻，通过订单扣点或抽成盈利

米家有品（自营+平台混合模式）

必要商城（C2M模式）

内容型电商

通过创造、传播内容来促进高品质品牌销售，通过对销售GMV佣金抽成盈利

一条（短视频+电商）

企鹅优品（自媒体+电商）数据来源：公开资料整理

一、 优势分析

（1）供需结构性平衡逐渐实现：区别于传统电商，精选电商积极涉足价值链上游，通过布局上游生产端，重构制造端资源，为企业争取更大的议价空间，为电商平台的差异化竞争寻求新的突破口。精选电商连接供给端与消费端，为高品质消费人群筛选制造商，为优秀制造资源提供平台和渠道，从根本上解决供给端无法匹配需求升级而导致的结构性冲突。伴随精选电商模式的发展与成熟，供需结构性平衡逐渐实现，未来行业或将迎来长期快速的发展。

（2）反向定制驱动柔性供应链：由于渠道商的存在，传统的供应链一定程度上阻碍了制造商和消费者之间的信息流通，制造商对于用户需求的把握并不准确和清晰。与之相比，精选电商本身的渠道属性，突破了原有的信息流通阻碍。在消费端，精选电商可以利用用户画像、消费偏好、交易记录等消费端大数据明确用户需求；在生产端，精选电商通过利用消费大数据分析可以精确产品定位，数据化产品开发，打造以需求为导向的新型供应链。

（3）线下体验场景补位：通过场景化线下体验，消费者对于品质生活的现实体验感将会增强，且线下渠道的拓展将有助于提升精选电商的品牌认知度。线下场景将弥补线上销售

模式较为薄弱的服务环节，有利于促进销售，并成为售后服务的重要场景。此外，精选电商企业可以通过提供创新服务，逐步渗透消费者的日常生活，构建全链条消费闭环。

我国精选电商行业优势

数据来源：公开资料整理

二、 劣势分析

（1）同款营销乱象：目前精选电商上的产品较多采用以某明星同款或者是某某品牌同一出厂的“傍大牌”噱头为主导的营销模式。这种擅自使用与知名商相同或近似的名称、包装等使购买者混淆的行为，具有构成侵权的风险。若没有使用品牌旗号，但产品的外观非常类似，也容易造成涉嫌侵权的行为，从而阻碍行业的健康发展。

（2）信息不对称的侵权风险：品牌方为了追求独家的优势，会优先考虑买下产品的相关知识产权，如购买供应方的设计方案的版权、专利等。若精选电商企业在对产品资料了解不够深入的状态下，打上了自身的标签进行采购与销售，将容易导致精选电商陷入侵权困境，从而进一步阻碍行业的发展。

（3）供应链管理能力不强：供应商在精选电商模式中扮演着极其重要的角色，其生产和制造的产品是电商企业的核心卖点之一。代工厂拥有丰富的世界品牌产品制造工艺经验，但一个工厂具有多条生产线，每条生产线均有着不同的规格与标准。因此同一个代工厂生产的产品不一定是同一个批次，即使产品外观类似、产品成分一样，但生产型号、规格、检验标准均有可能不一样。因此，目前的精选电商企业在选择代工厂的时候，不仅对生产的标准、质量、检验设备等提出要求，并且派专人在代工厂里面进行现场监督代工厂的生产情况，以确保产品的质量。但一旦精选电商企业失去对代工厂的监督和制约，代工厂将会为了降低成本、增加利润而降低生产标准，这便会使得代工厂的产品质量难以确保与原协议生产的产品质量一致。

我国精选电商行业劣势

数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

（1）消费升级：在消费升级不断推动下，精选电商迎来更快速的增长。消费新时代中的18-35岁年轻一代、中产阶级和单身一族是推动新一轮消费升级的核心力量。这三大核心群体具有强大的消费力，且消费观念已经由数量转向质量，从追求大量低价的产品转变到购买高品质、高品位的产品与服务。新消费者对高品质的产品需求愈发迫切，而精选电商的兴起，高度契合新消费者的品质化需求。

（2）制造业转型升级：精选电商的兴起同时受到我国制造业升级与全球制造转移的推动作用。由于我国的生产成本不断上升使得加工制造企业出口受到挤压，“世界工厂”渐渐转向东南亚地区，我国的加工制造行业产能开始出现过剩现象。大批优质供应商亟需拓展内销市场以解决产能过剩问题，从而提升企业盈利能力。

（3）大数据技术发展：大数据技术可以为精选电商行业的生产端、营销端、消费端等

上下游不同环节提供智能分析和辅助策，使得精选电商行业能够以消费者的多元化需求为核心，优化行业的产品结构，从而提升行业的运营效率，加速行业的发展。

（4）政策支持：我国政府不断出台有力政策，为精选电商的发展营造了良好的市场环境，推动行业健康、有序发展。

如2018年9月，国务院出台《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》，明确了电子商务经营者的相关义务与责任；明确禁止具有市场支配地位的电商平台滥用市场支配地位，排除、限制竞争；明确了知识产权侵权中的“红旗原则”与避风港原则，以至于规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。

2018年9月，国务院在《电子商务法》中提出积极培育网络消费、定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等消费新热点，鼓励与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产业加快发展。

我国精选电商行业相关政策

颁布日期	政策名称	颁布主体	主要内容及影响
2018.09	《电子商务法》	国务院	积极培育网络消费、定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等消费新热点，鼓励与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产业加快发展
2018.09	《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》	国务院	明确了电子商务经营者的相关义务与责任；明确禁止具有市场支配地位的电商平台滥用市场支配地位，排除、限制竞争；明确了知识产权侵权中的“红旗原则”与避风港原则，以至于规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展
2016.12	《促进电子商务发展三年行动实施方案（2016-2018年）》	发改委、网信办、商务部	按照“软硬结合、内外并举、纵横协同、政企合作”的方针，建设有利于电子商务发展的法规政策环境，完善电子商务基础信息设施，促进重点区域电子商务发展，从而发挥促进经济增长、产业升级的作用
2016.12	《电子商务“十三五”发展规划》		

国务院
明确指出推进电子商务与传统产业深度融合，助力供给侧结构性改革，拉动制造业提档升级；引导传统制造企业发挥源头产品数据的优势，积极探索网络化定制等生产经营方式，鼓励发展品质电商、品牌电商，引领消费的积极作用数据来源：公开资料整理

四、 威胁分析

（1）竞争威胁：随着市场快速发展，参与者快速涌现，精选电商行业竞争越发激烈。从交易规模来看，网易严选、米家有品等精选电商龙头企业占据行业主要市场，小型企业难以进入市场。

我国主要精选电商对比
类别
小米有品
网易严选
淘宝心选
京东京造
品牌口号
做生活中的艺术品
好的生活，没那么贵
用心选，放心选
好生活、京心造
线下场景
小米体验店
严选酒店、严选HOME
淘宝心选店
京东之家、京东专卖店
经营模式
小米、生态链品牌、优质第三方品牌
直接与工厂/制造商连接
直接与工厂/制造商连接
直接与工厂/制造商连接
商品来源
小米、生态链品牌、优质第三方品牌
一线品牌制造商
阿里自营
各行业优质制造商
品牌归属

扶持并鼓励第三方品牌独立发展，产品有明确品牌标注
均属网易严选
均属淘宝心选
均属京东京造
核心文化
小米模式
低价好物
-
创造简单、品质生活
产品特点
不用挑、性价比、科技感、高颜值
高性价比、高质量、剔除中间溢价
低价商品、简单生活
高端商品更优价格、大众商品更优品质
产品种类
15大品类，超3000个SKU
10大品类，近10000个SKU
居家、餐厨、洗护、全球心选等六大分类上百件商品
居家、服饰、电器、餐厨、洗护、饮食、出行七大品类
界面风格
科技、简介
文艺、清新
日式、北欧风
设计、品质、温情
物流
顺丰、京东
顺丰、京东
菜鸟物流
京东自有物流
售后
售后维修、客服
30天退货和2个工作日退款服务
淘宝心选客服
京造官方旗舰店客服
价格

同类产品全网价格最低
价格低廉
价格低廉
价格低廉数据来源：公开资料整理

（2）产品成本上升威胁：虽然各大精选电商在产品布局上的侧重点具有明显的区分，但类似毛巾、床垫等强调选材、做工且有庞大传统制造业支持的家居用品领域存在着明显的同质化现象。没有差异化的商品将会导致消费者忠诚度降低，将会使得产品的库存周期变长。为了使得产品快速周转，企业便会采取价格战争抢占消费者流量，这使得精选产品成本上升，行业盈利空间缩小。

（3）销售渠道成本上升威胁：精选电商趋于雷同的文案和界面逐渐让消费者产生审美疲劳，消费者粘性将会逐渐减弱。精选电商为了提高消费者粘性，将会采取现金补贴等营销活动提高消费者的活跃度，从而争夺和巩固市场地位。激烈的现金补贴战争，将会推动用户渠道获取成本持续上升，行业盈利能力愈发承压。

威胁我国精选电商行业发展因素分析
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年中国精选电商行业分析报告-行业规模现状与发展前景研究》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年中国精选电商行业发展概述
第一节 精选电商行业发展情况概述
一、精选电商行业相关定义
二、精选电商行业基本情况介绍
三、精选电商行业发展特点分析
四、精选电商行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售模式
五、精选电商行业需求主体分析
第二节 中国精选电商行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、精选电商行业产业链条分析
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、中国精选电商行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国精选电商行业生命周期分析
一、精选电商行业生命周期理论概述
二、精选电商行业所属的生命周期分析
第四节 精选电商行业经济指标分析
一、精选电商行业的赢利性分析
二、精选电商行业的经济周期分析
三、精选电商行业附加值的提升空间分析
第五节 中国精选电商行业进入壁垒分析
一、精选电商行业资金壁垒分析
二、精选电商行业技术壁垒分析

三、精选电商行业人才壁垒分析
四、精选电商行业品牌壁垒分析
五、精选电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球精选电商行业市场发展现状分析
第一节 全球精选电商行业发展历程回顾
第二节 全球精选电商行业市场区域分布情况
第三节 亚洲精选电商行业地区市场分析
一、亚洲精选电商行业市场现状分析
二、亚洲精选电商行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲精选电商行业市场前景分析
第四节 北美精选电商行业地区市场分析
一、北美精选电商行业市场现状分析
二、北美精选电商行业市场规模与市场需求分析
三、北美精选电商行业市场前景分析
第五节 欧洲精选电商行业地区市场分析
一、欧洲精选电商行业市场现状分析
二、欧洲精选电商行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲精选电商行业市场前景分析
第六节 2021-2026年世界精选电商行业分布走势预测
第七节 2021-2026年全球精选电商行业市场规模预测

第三章 中国精选电商产业发展环境分析
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、全社会消费品精选电商总额
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 中国精选电商行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国精选电商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 中国精选电商行业运行情况
第一节 中国精选电商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 中国精选电商行业市场规模分析
第三节 中国精选电商行业供应情况分析
第四节 中国精选电商行业需求情况分析
第五节 我国精选电商行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二
三、其它细分市场
第六节 中国精选电商行业供需平衡分析
第七节 中国精选电商行业发展趋势分析

第五章 中国精选电商所属行业运行数据监测
第一节 中国精选电商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 中国精选电商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 中国精选电商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年中国精选电商市场格局分析
第一节 中国精选电商行业竞争现状分析
一、中国精选电商行业竞争情况分析
二、中国精选电商行业主要品牌分析
第二节 中国精选电商行业集中度分析
一、中国精选电商行业市场集中度影响因素分析
二、中国精选电商行业市场集中度分析
第三节 中国精选电商行业存在的问题
第四节 中国精选电商行业解决问题的策略分析
第五节 中国精选电商行业钻石模型分析
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年中国精选电商行业需求特点与动态分析
第一节 中国精选电商行业消费市场动态情况
第二节 中国精选电商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 精选电商行业成本结构分析
第四节 精选电商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 中国精选电商行业价格现状分析
第六节 中国精选电商行业平均价格走势预测
一、中国精选电商行业价格影响因素
二、中国精选电商行业平均价格走势预测

三、中国精选电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国精选电商行业区域市场现状分析
第一节 中国精选电商行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区精选电商市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区精选电商市场规模分析
四、华东地区精选电商市场规模预测
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、华中地区精选电商市场规模分析
四、华中地区精选电商市场规模预测
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、华南地区精选电商市场规模分析
四、华南地区精选电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国精选电商行业竞争情况
第一节 中国精选电商行业竞争结构分析（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 中国精选电商行业SCP分析
一、理论介绍
二、SCP范式
三、SCP分析框架
第三节 中国精选电商行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境

四、技术环境

第十章 精选电商行业企业分析（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年中国精选电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国精选电商行业未来发展前景分析
一、精选电商行业国内投资环境分析
二、中国精选电商行业市场机会分析
三、中国精选电商行业投资增速预测
第二节 中国精选电商行业未来发展趋势预测
第三节 中国精选电商行业市场发展预测
一、中国精选电商行业市场规模预测
二、中国精选电商行业市场规模增速预测
三、中国精选电商行业产值规模预测
四、中国精选电商行业产值增速预测
五、中国精选电商行业供需情况预测
第四节 中国精选电商行业盈利走势预测
一、中国精选电商行业毛利润同比增速预测
二、中国精选电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国精选电商行业投资风险与营销分析
第一节 精选电商行业投资风险分析
一、精选电商行业政策风险分析
二、精选电商行业技术风险分析
三、精选电商行业竞争风险分析
四、精选电商行业其他风险分析
第二节 精选电商行业应对策略
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年中国精选电商行业发展战略及规划建议
第一节 中国精选电商行业品牌战略分析
一、精选电商企业品牌的重要性
二、精选电商企业实施品牌战略的意义
三、精选电商企业品牌的现状分析
四、精选电商企业的品牌战略
五、精选电商品牌战略管理的策略
第二节 中国精选电商行业市场的重点客户战略实施
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 中国精选电商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 精选电商行业竞争力提升策略
一、精选电商行业产品差异性策略
二、精选电商行业个性化服务策略
三、精选电商行业的促销宣传策略
四、精选电商行业信息智能化策略
五、精选电商行业品牌化建设策略
六、精选电商行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国精选电商行业发展策略及投资建议
第一节 中国精选电商行业产品策略分析
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 中国精选电商行业营销渠道策略
一、精选电商行业渠道选择策略
二、精选电商行业营销策略
第三节 中国精选电商行业价格策略
第四节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国精选电商行业重点投资区域分析
二、中国精选电商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/535690535690.html