

2020年中国电子发票市场调研报告- 市场规模现状与未来动向研究

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《2020年中国电子发票市场调研报告-市场规模现状与未来动向研究》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/526428526428.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，由税务局统一发放、全国统一编码、统一防伪技术、分配给商家使用。电子发票的推出是国家规范电子商务纳税的必然方式，这有利于国家对网络交易的监管，也有利于维护消费者的合法权益。

与传统发票相比，电子发票具有零成本、零打印、零耗材、交付成本低、可信度高、能实现货票同行等优势。

电子发票与传统发票对比

发票

纸质发票

电子发票

成本

2毛/张

0成本

发票交付成本

5-20元/张(快递)

0.1元

打印

高

0成本

耗材

往返税局领用/保管/发货需与货物匹配/包

0成本

人力/管理成本

装快递

最高每分钟开具

开票效率

最多2000张/天/人

3000-10000张

消费者体验

纸质版/需小心保管

电子版/随时下载

发票可信度

存在作假风险

国税局指定网站可直接查验

能否货票同行

极难满足

完全实现资料来源：公开资料

为进一步优化税务执法方式，健全税务监管体系，改善税收营商环境，我国不断出台相关政策，积极推进第三方电子发票平台的发展。

我国电子发票相关政策汇总

时间

政策/事项

具体内容

2015.05

《会计档案管理办法（征求意见稿）》

允许满足条件的会计资料仅以电子形式归档保管，电子发票可以入账存储

2015.07

《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》

不改变现有电子发票服务平台和纳税人端ERP系统的格局和使用，仅对发票开具部分做端口对接，引入第三方平台负责电子发票相关业务

2015.09

《关于加快大众创业万众创新支撑平台的指导意见》

加快推广使用电子发票，允许将电子发票作为报销凭证

2015.12

《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》

1) 2016年1月1日期全国范围内使用增值税电子发票系统开具增值税电子普通发票

2) 增值税电子发票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

2016.03

《十三五规划纲要》确定推行电子发票

深化国税、地税征管体制改革，完善税收征管方式，推行电子发票

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》

高度重视电子发票推行工作；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

《关于稳步推进财政电子票据管理改革的试点方案》

实现财政电子票据开具、管理、传输、查询、存储、报销入账和社会化应用等全流程无纸化电子控制

2019.07

《企业自建和第三方电子发票服务平台建设标准规范》

规定了54个电子发票服务平台数据交换信息项说明，以指导公共服务、企业自建、第三方、电商、中介等机构电子发票服务平台的整体规划、设计、开发

2019.10

《关于试点应用“票链”区块链电子发票平台开具通用类发票的公告》

“票链”区块链电子发票平台开具的通用类发票是无纸化电子化发票，其法律效力、基本用途、基本使用规定等与税务部门认可的其他开票软件所开具的通用类发票相同

2020.04

《关于启用收费公路通行费财政票据（电子）的通知》

正式启用通行费电子票据，使用范围适用于征收政府还贷公路的车辆通行费资料来源：财政部等

相关数据显示，电商平台为电子发票最主要的线上使用场景，约70.5%的网民表示其在电商平台使用过电子发票；其次，网约车平台、外卖平台和在线购票平台也是电子发票线上使用较为频繁的场景，20%-26%的网民表示在以上三种场景使用过电子发票。

2019年中国网民电子发票线上使用场景情况

数据来源：公开资料

此外，餐厅和酒店是受访网民最常使用电子发票的场景，使用占比分别为40.2%、33.0%。

2019年中国网民电子发票线下使用场景情况

数据来源：公开资料

从我国电子发票市场的集中度来看，华东市场占比最高，达41.8%，主要是因为华东地区的电商发展迅速，带动了电子发票行业的发展；华南则以18.1%的占比位居第二。

2019年我国电子发票市场区域集中度

数据来源：公开资料

第三方电子发票平台的盈利模式以“收取年服务费”为主，其中，航天信息和百望电子发票平台服务商均采用“基础包+套餐包”的形式对开票人进行收费。

电子发票第三方开具收费模式

类型

服务及收费标准

标准基础包

/

每个基础包4500元/年，包含4万张发票/单元的免费票务费票额资源

新增基础包

使用航天信息金税盘

在服务有效期内，若新增单元订购日期至服务有效期到期日超过180天，则按4500元/收费，所包含免服务费票量额度为4万张发票/单元，若少于180天（含），则按2250元/个收费，所包含免服务费额度为2万张发票/单元

使用百望核心板卡

企业同时订购两个单元即可吗，满足超大开票量要求，建议促使订购时确定单元个数（1或2）。在服务有效期内，若新增单元订购按4500元/个收费，所包含免服务费票量额度为4万张发票/单元

普通套餐包

100元/1000张；1000元/10000张优惠套餐包2.7万元/30万张；4万元/50万张；7万元/100万张资料来源：公开资料

电子发票行业主要由税控设备商、发票服务商和软件服务商组成，税控设备商有百旺金赋和航天信息股份有限公司，作为行业“基础设施”存在，税控设备提供商已经固定。以国票信息、上海云砺、高灯科技等企业则为新兴第三方电子发票平台；以用友、金蝶等为代表的ERP、财税系统提供商，其依托其在ERP或财税系统领域的客户资源，逐步延伸到B端电子发票市场。

中国电子发票行业图谱

类型

公司名称

电票平台产品名称

竞争格局

传统税控盘公司

航信

51发票

市占率第一

百望

E发票、百望云

新兴第三方电子发票平台

国票信息

发票通

抢占剩余市场

上海云砺

票易通

大象慧云

大象慧云

东港股份

瑞宏网

高灯科技

云票儿电子发票

ERP、财税系统提供商

用友、金蝶、合力中税、博思软件、大帐房（微票通）

——
依托在ERP或财税系统领域的市场占有率，逐步延伸到B端电子票务市场资料来源：公开资料

在我国企业数字化转型速度加快、电商市场蓬勃发展的情况下，电子发票市场规模持续扩大。2013年我国电子发票开具数量仅为0.06亿份，到2019年迅速增至100.5亿份，电子发票开票量在5年间复合增长率达244.6%。随着国家政策持续的引导和推进，以及市场教育程度的深化，电子发票普及率将会快速提升，2020年我国电子发票开具数量将达224.8亿份。

2013-2020年中国电子发票开具数量及预测

数据来源：公开资料（TC）

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。《2020年中国电子发票市场调研报告-市场规模现状与未来动向研究》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

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、中国电子发票行业上游环节分析

四、中国电子发票行业下游环节分析

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 欧盟电子发票行业地区市场分析

- 一、欧盟电子发票行业市场现状分析
- 二、欧盟电子发票行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟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
- 四、行业发展动态

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 中国电子发票行业供需平衡分析

第六节 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分析
- 二、中国电子发票行业企业集中度分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国电子发票行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

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者基本情况

第二节 中国电子发票行业消费者属性及偏好调查

第三节 电子发票行业成本分析

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、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 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区电子发票市场规模分析
- 四、华北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、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

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

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 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机遇、风险与营销分析

第一节 电子发票产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 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分析

四、电子发票行业其他风险分析

第三节 电子发票行业企业经营发展分析及建议

一、电子发票行业经营模式

二、电子发票行业销售模式

三、电子发票行业创新方向

第四节 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 中国电子发票行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国电子发票行业价格策略

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/526428526428.html>