

2020年中国电商代运营行业前景分析报告- 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《2020年中国电商代运营行业前景分析报告-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/hulianwang/502274502274.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

电商代运营主要是指依托天猫/京东/拼多多等平台，为品牌方提供线上店铺管理、全域消费者运营、品类规划创新、内容营销、会员管理等服务。

近年来随着国内B2C电商兴起，线上零售渗透率快速提升，传统品牌“触电”需求的增加，市场得到不断扩展。根据数据显示，2018年中国电商代运营市场规模达1,613亿元，同比增长45.7%；初步估算，到2019年将达到**亿元。

2014-2019年我国电商代运营市场规模 数据来源：公开数据整理

目前我国电商代运营的服务模式可以分为经销、代运营、代销三大类，其中经销、代运营模式占比较大。据了解，在经销模式下，电商代运营企业买断销售，拥有货权、但需占用资金、承担库存，对规模/资金实力要求高，但盈利来源除了进销差价还有经销商返利。在代运营模式下，电商代运营企业无需承担库存风险，收取固定服务费或按GMV一定比例的服务费，参照宝尊/壹网壹创等业务数据，单一客户的服务费率存在下行趋势。体量较大的品牌方可能会倾向选择代运营模式。

电商代运营企业主要业务模式对比

分离

业务模式

权利及风险

盈利模式

经销

向品牌商采购商品并在天猫、京东等电商平台销售

拥有货权、占用资金、承担库存

经销差价、返利

代运营

为品牌方量身定制线上运营服务并执行，并根据服务效果向品牌方收取服务费用

货权为品牌方所有，营销等费用全部由品牌方承担，但可能需要垫资

服务费（固定金额或按GMV一定比例收取）

代销

获得品牌方分销业务授权，面向在天猫或淘宝的卖家或其他第三方 B2C 平台分销产品

货权为品牌方所有，承担采购、销售推广、物流等成本和费用

商品的销售收入与采购成本及各项费用的差额资料来源：公开资料整理

从市场格局来看，目前我国电商代运营行业竞争格局分散，预计后续将向头部集中。数

据显示，截止到2019年，天猫平台认证服务商数量超过1000家，其中GMV超过 20 亿的仅有15家。其中龙头企业宝尊电商自15年以来市场份额逐年提升，头部效应逐渐显现，到19年GMV达到444亿元，在品牌电商服务市场占比21%。预计随品牌商对电商服务需求不断升级、对服务商各项能力要求提升，电商服务行业进入精细化运营时代。而头部企业受益于规模较大、资金及供应链实力较强等利好因素，有望在品牌建设、流量运营、数据处理、仓储物流、服务能力等方面壁垒将进一步提升，行业集中度也将持续提高。

主要电商代运营公司对比

公司

主营品类

服务内容

GMV（亿元）

营收（亿元）

毛利率

净利率

ROE

合作品牌数量

宝尊电商

全品类

产品销售和服务

444.1

72.78

61.88%

3.87%

10.95%

231

丽人丽妆

美妆

电商零售为主

71

16.57(19H1)

36.73%(19H1)

9.03%(19H1)

10.44%

70+

壹网壹创

美妆、日化

经销、分销和服务

62 (2018)

14.37

42.48%

15.25%

17.14%

40+

若羽臣

母婴、保健品

代运营和分销

-

6.28(19Q1-Q3)

32.43%(19Q1-Q3)

7.98%(19Q1-Q3)

9.87%

80+

凯诘电商

日化、食品

经销、代销

-

15.38(2018)

23.38%(2018)

3.39%(2018)

30.57%(2018)

近 40资料来源：公开资料整理（WW）

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年中国电商代运营行业前景分析报告-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年中国电商代运营行业发展概述第一节 电商代运营行业发展情况概述一、电商代运营行业相关定义二、电商代运营行业基本情况介绍三、电商代运营行业发展特点分析第二节 中国电商代运营行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、电商代运营行业产业链条分析三、中国电商代运营行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国电商代运营行业生命周期分析一、电商代运营行业生命周期理论概述二、电商代运营行业所属的生命周期分析第四节 电商代运营行业经济指标分析一、电商代运营行业的赢利性分析二、电商代运营行业的经济周期分析三、电商代运营行业附加值的提升空间分析第五节 中国电商代运营行业进入壁垒分析一、电商代运营行业资金壁垒分析二、电商代运营行业技术壁垒分析三、电商代运营行业人才壁垒分析四、电商代运营行业品牌壁垒分析五、电商代运营行业其他壁垒分析

第二章

2017-2020年全球电商代运营行业市场发展现状分析第一节

全球电商代运营行业发展历程回顾第二节 全球电商代运营行业市场区域分布情况第三节 亚洲电商代运营行业地区市场分析一、亚洲电商代运营行业市场现状分析二、亚洲电商代运营行业市场规模与市场需求分析三、亚洲电商代运营行业市场前景分析第四节 北美电商代运营行业地区市场分析一、北美电商代运营行业市场现状分析二、北美电商代运营行业市场规模与市场需求分析三、北美电商代运营行业市场前景分析第五节 欧盟电商代运营行业地区市场分析一、欧盟电商代运营行业市场现状分析二、欧盟电商代运营行业市场规模与市场需求分析三、欧盟电商代运营行业市场前景分析第六节 全球电商代运营行业重点企业分析一、企业A1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析二、企业B1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析三、企业C1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析第七节

2021-2026年世界电商代运营行业分布走势预测第八节

2021-2026年全球电商代运营行业市场规模预测

第三章

中国电商代运营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、全社会消费品电商代运营总额

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
中国电商代运营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
国电商代运营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 中国电商代运营行业运行情况第一节 中国电商
代运营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 中国电商代运营行业市场规模分析第三节
中国电商代运营行业供应情况分析第四节 中国电商代运营行业需求情况分析第五节
中国电商代运营行业供需平衡分析第六节 中国电商代运营行业发展趋势分析 第五章
中国电商代运营所属行业运行数据监测第一节
中国电商代运营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
中国电商代运营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 中国电商代运营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年中国电商代运营市场格局分析第一节中国电商代运营行业竞争现状分析一、中
国电商代运营行业竞争情况分析二、中国电商代运营行业主要品牌分析第二节 中国电商代
运营行业集中度分析一、中国电商代运营行业市场集中度分析二、中国电商代运营行业企业
集中度分析第三节 中国电商代运营行业存在的问题第四节
中国电商代运营行业解决问题的策略分析第五节 中国电商代运营行业竞争力分析一、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年中国电商代运营行业需求特点与动态分析第一节
中国电商代运营行业消费市场动态情况第二节 中国电商代运营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 电商代运营行业成本分析第四节
电商代运营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 中国电商代运营行业价格现状分析第六节 中国电商代运营行业平均价格走势预测一、
中国电商代运营行业价格影响因素二、中国电商代运营行业平均价格走势预测三、中国电商
代运营行业平均价格增速预测 第八章
2017-2020年中国电商代运营行业区域市场现状分析第一节
中国电商代运营行业区域市场规模分布第二节 中国华东地区电商代运营市场分析一、华东
地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区电商代运营市场规模分析四、华东地区电
商代运营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、华中地区电商代运营市场规模分析四、华中地区电商代运营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、华南地区电商代运营市
场规模分析四、华南地区电商代运营市场规模预测 第九章
2017-2020年中国电商代运营行业竞争情况第一节中国电商代运营行业竞争结构分析（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 中国电商代运营行业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 中国电商代运营行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境 第十章 电商代运营行业企业分析（随数据更新有调整）第一节

企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析第二节

企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析第三节

企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析第四节

企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析第五节

企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析

第十一章

2021-2026年中国电商代运营行业发展前景分析与预测第一节中国电商代运营行业未来发展

前景分析一、电商代运营行业国内投资环境分析二、中国电商代运营行业市场机会分析三、

中国电商代运营行业投资增速预测第二节 中国电商代运营行业未来发展趋势预测第三节 中

国电商代运营行业市场发展预测一、中国电商代运营行业市场规模预测二、中国电商代运营

行业市场规模增速预测三、中国电商代运营行业产值规模预测四、中国电商代运营行业产值

增速预测五、中国电商代运营行业供需情况预测第四节 中国电商代运营行业盈利走势预测

一、中国电商代运营行业毛利润同比增速预测二、中国电商代运营行业利润总额同比增速预

测 第十二章 2021-2026年中国电商代运营行业投资风险与营销分析第一节 电商代运营行业

投资风险分析一、电商代运营行业政策风险分析二、电商代运营行业技术风险分析三、电商

代运营行业竞争风险四、电商代运营行业其他风险分析第二节 电商代运营行业企业经

营发展分析及建议一、电商代运营行业经营模式二、电商代运营行业销售模式三、电商代运

营行业创新方向第三节 电商代运营行业应对策略一、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年中国电商代运营行业发展战略及规划建议第一节中国电商代运营行业品牌战略

分析一、电商代运营企业品牌的重要性二、电商代运营企业实施品牌战略的意义三、电商代

运营企业品牌的现状分析四、电商代运营企业的品牌战略五、电商代运营品牌战略管理的策

略第二节 中国电商代运营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 中国电商代运营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年中国电商代运营行业发展策略及投资建议第一节 中

国电商代运营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 中国电商代运营行业定价策略分析第三节 中国电商代运营行业营销渠道策略一、

电商代运营行业渠道选择策略二、电商代运营行业营销策略第四节

中国电商代运营行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国电商代运营行

业重点投资区域分析二、中国电商代运营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/502274502274.html>