

2021年中国库存电商市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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年中国库存电商市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/538791538791.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

库存电商基于S2b2c的全新商业模式,是为品牌商与代购微商提供一站式网络库存供销体验的平台。库存电商通过与品牌商对接ERP系统,实现了品牌商、库存电商代购微商与C端消费者的实时同步,并通过库存同步、订单同步、发货同步、账单同步等有效缩短品牌商的销售周期,实现账期周结算。根据用户类型,库存电商可分为To B库存电商与To C库存电商两类。

库存电商分类

分类

简介

To B库存电商

以爱库存、好衣库、宝贝仓与贝仓为代表的ToB库存电商通过平台优势吸引代购、中小批发商、切货商、淘宝客为主的B端用户入驻开店,并为其提供技术与数据支持,同时帮助其引流、转化流量与提升利润空间。

To C库存电商

以大清仓、花海仓、唯品仓、唯代购为代表的To C库存电商则主要针对C端用户开发,为个人消费者用户提供团购、优惠商品信息及购买渠道。与To B库存电商相比,To c库存电商平台产品并无设置开店费用、邀请码等注册或使用门槛,同时,To c库存电商平台内商品信息附带建议代理费或配有转发推广奖励等功能,可将C端用户发展成为B端用户。

数据来源:公开资料整理

库存电商平台服务商以S2b2c的商业模式连通产业链上游品牌商与下游B端用户及终端消费者,在帮助品牌商快速清除库存、回笼资金的同时,基于精选式采购为微商、代购等B端用户提供品牌与质量保证的商品,并为其提供平台化支持,赋能B端用户以微信、微博等社交软件传播推广商品信息从而针对终端消费者进行售前与售后服务。目前,我国库存电商行业中平台产品主要针对B端用户开发,通过设置入会门槛的方式有效保护平台内B端用户的私域流量,并为B端用户提供针对销售行为的培训,引导B端用户借助社交分销、发展代理等方式提升流量与利润空间。

库存电商平台运营模式 数据来源:公开资料整理

库存电商平台服务商的盈利模式主要由佣金收入与运营收入组成。平台佣金收入达到总盈利的80%以上。佣金收入可分为基于成交额的佣金抽成与基于供货价的佣金抽成。基于成交额的佣金抽成:库存电商平台在促成品牌商现货商品交易后,抽取其成交额的10%-15%作为佣金,平台内品牌商现货商品占比达到70%;基于供货价的佣金抽成:库存电商平台以市场价的50%-60%引入品牌商存货商品,并通过B端用户进行分销,交易完成后从中收取

供货价的25%作为佣金，平台内品牌商存货商品比例为30%。运营收入主要为B端用户入驻平台时缴纳的会员费用与后期支付的服务费用。

库存电商盈利模式 数据来源：公开资料整理

库存电商平台服务商的成本支出主要由运营成本、人工成本与仓储成本组成。涉及仓库管理人员、运输人员及培训人员，库存电商平台的人工费用约占总成本支出的40%，为主要成本支出。

伴随着我国消费者的消费方式逐渐向网络购物转移，鞋服、美妆等品牌商不断加大其生产规模，但随着我国宏观经济的放缓与互联网红利的衰退，品牌商供给端的产出与消费端需求不匹配的问题凸显。库存电商平台的出现可帮助品牌商精准营销，并基于社交渠道实现快速分销，推动行业市场规模快速增长。2018年我国库存电商行业市场规模达205.3亿元。

展望未来，伴随着我国电子商务行业的快速发展与新零售的兴起，线上分销、无人货架等销售场景逐步涌现，但随着微信的快速发展，以微信群平台搭建的社群社交方式，逐渐成为目前熟人与半熟人社交方式，促使围绕社群产生的社区团购模式形成。社区团购通过社区商铺为周围社区内居民提供的团购形式的优惠活动，促进商铺对核心客户的精准化宣传与刺激消费，并基于邻里之间的信任，借助微信社群的裂变与支付,服务于社区的居民家庭日常消费。借助社群优势发展社区团购为库存电商行业发展带来新的增长点。预计我国库存电商行业市场规模将保持快速增长态势，到2023年有望突破1979.2亿元人民币。

2018-2023年我国库存电商行业市场规模及预测 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年中国库存电商市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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年中国库存电商行业发展概述

第一节 库存电商行业发展情况概述

- 一、库存电商行业相关定义
- 二、库存电商行业基本情况介绍
- 三、库存电商行业发展特点分析
- 四、库存电商行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、库存电商行业需求主体分析

第二节 中国库存电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、库存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、中国库存电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国库存电商行业生命周期分析

- 一、库存电商行业生命周期理论概述
- 二、库存电商行业所属的生命周期分析

第四节 库存电商行业经济指标分析

- 一、库存电商行业的赢利性分析
- 二、库存电商行业的经济周期分析
- 三、库存电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国库存电商行业进入壁垒分析

- 一、库存电商行业资金壁垒分析
- 二、库存电商行业技术壁垒分析
- 三、库存电商行业人才壁垒分析
- 四、库存电商行业品牌壁垒分析
- 五、库存电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球库存电商行业市场发展现状分析

第一节 全球库存电商行业发展历程回顾

第二节 全球库存电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲库存电商行业地区市场分析

- 一、亚洲库存电商行业市场现状分析
- 二、亚洲库存电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲库存电商行业市场前景分析

第四节 北美库存电商行业地区市场分析

- 一、北美库存电商行业市场现状分析
- 二、北美库存电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美库存电商行业市场前景分析

第五节 欧洲库存电商行业地区市场分析

- 一、欧洲库存电商行业市场现状分析
- 二、欧洲库存电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲库存电商行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界库存电商行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球库存电商行业市场规模预测

第三章 中国库存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、全社会消费品库存电商总额

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 中国库存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 中国库存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 中国库存电商行业运行情况

第一节 中国库存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 中国库存电商行业市场规模分析

第三节 中国库存电商行业供应情况分析

第四节 中国库存电商行业需求情况分析

第五节 我国库存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 中国库存电商行业供需平衡分析

第七节 中国库存电商行业发展趋势分析

第五章 中国库存电商所属行业运行数据监测

第一节 中国库存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 中国库存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 中国库存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年中国库存电商市场格局分析

第一节 中国库存电商行业竞争现状分析

一、中国库存电商行业竞争情况分析

二、中国库存电商行业主要品牌分析

第二节 中国库存电商行业集中度分析

一、中国库存电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国库存电商行业市场集中度分析

第三节 中国库存电商行业存在的问题

第四节 中国库存电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国库存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年中国库存电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国库存电商行业消费市场动态情况

第二节 中国库存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 库存电商行业成本结构分析

第四节 库存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 中国库存电商行业价格现状分析

第六节 中国库存电商行业平均价格走势预测

一、中国库存电商行业价格影响因素

二、中国库存电商行业平均价格走势预测

三、中国库存电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国库存电商行业区域市场现状分析

第一节 中国库存电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区库存电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区库存电商市场规模分析

四、华东地区库存电商市场规模预测

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、华中地区库存电商市场规模分析

四、华中地区库存电商市场规模预测

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、华南地区库存电商市场规模分析

四、华南地区库存电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国库存电商行业竞争情况

第一节 中国库存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 中国库存电商行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国库存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 库存电商行业企业分析（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年中国库存电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国库存电商行业未来发展前景分析

- 一、库存电商行业国内投资环境分析
- 二、中国库存电商行业市场机会分析
- 三、中国库存电商行业投资增速预测

第二节 中国库存电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国库存电商行业市场发展预测

- 一、中国库存电商行业市场规模预测
- 二、中国库存电商行业市场规模增速预测
- 三、中国库存电商行业产值规模预测
- 四、中国库存电商行业产值增速预测
- 五、中国库存电商行业供需情况预测

第四节 中国库存电商行业盈利走势预测

- 一、中国库存电商行业毛利润同比增速预测
- 二、中国库存电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国库存电商行业投资风险与营销分析

第一节 库存电商行业投资风险分析

- 一、库存电商行业政策风险分析
- 二、库存电商行业技术风险分析
- 三、库存电商行业竞争风险分析
- 四、库存电商行业其他风险分析

第二节 库存电商行业应对策略

- 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年中国库存电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国库存电商行业品牌战略分析

- 一、库存电商企业品牌的重要性
 - 二、库存电商企业实施品牌战略的意义
 - 三、库存电商企业品牌的现状分析
 - 四、库存电商企业的品牌战略
 - 五、库存电商品牌战略管理的策略
- 第二节 中国库存电商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 中国库存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 库存电商行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国库存电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国库存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 中国库存电商行业营销渠道策略

- 一、库存电商行业渠道选择策略
- 二、库存电商行业营销策略

第三节 中国库存电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国库存电商行业重点投资区域分析

二、中国库存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/538791538791.html>