

2019年全国网络零售 市场发展报告

商务部电子商务和信息化司



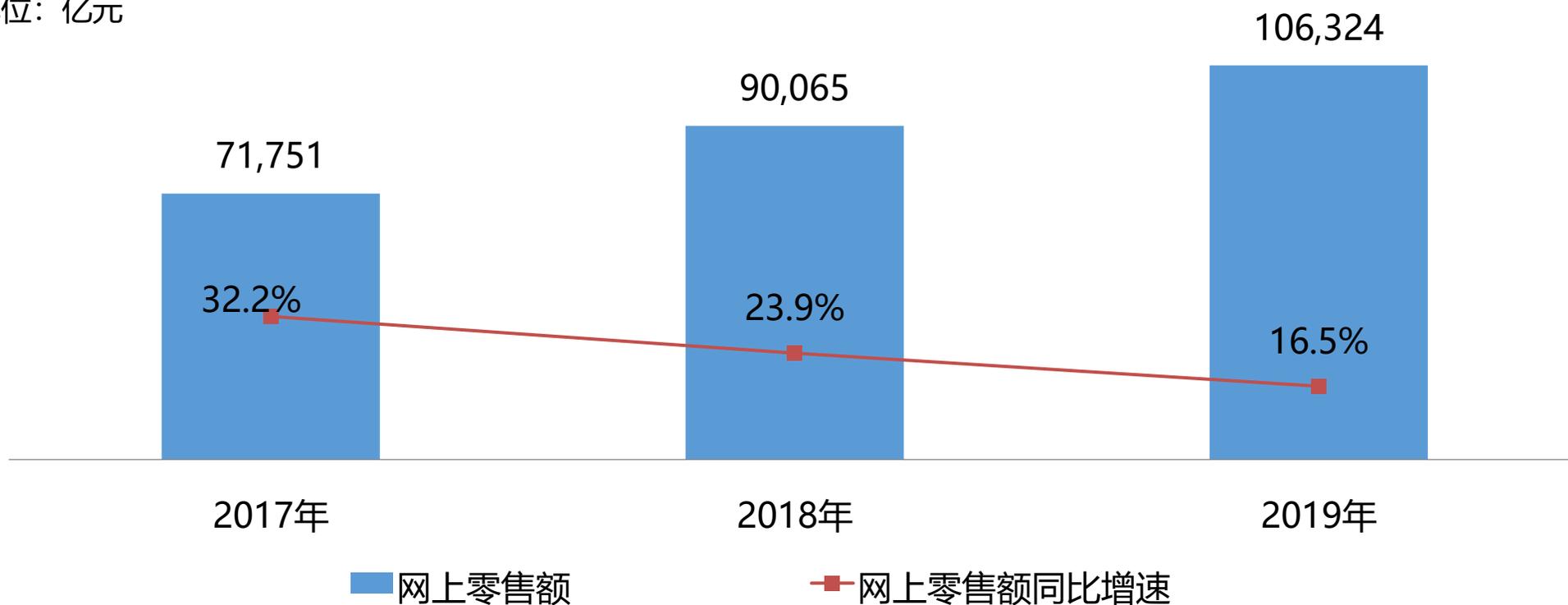
01

网络零售市场总体情况

网络零售市场规模稳步扩大，首次突破十万亿大关

➤ 2019年，全国网上零售额达**10.63万亿元**，较上年规模扩大**1.63万亿元**，同比增长**16.5%**。

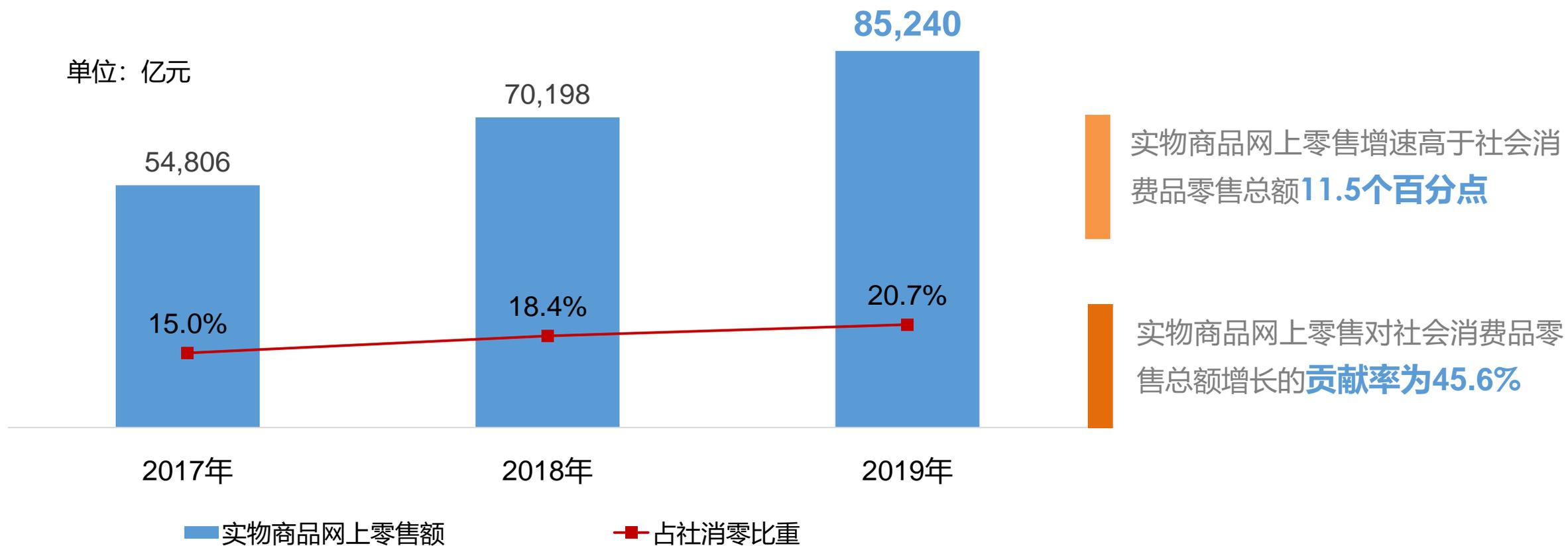
单位：亿元



数据来源：国家统计局

实物商品网上零售占社零比例持续提升，对消费拉动作用不断增强

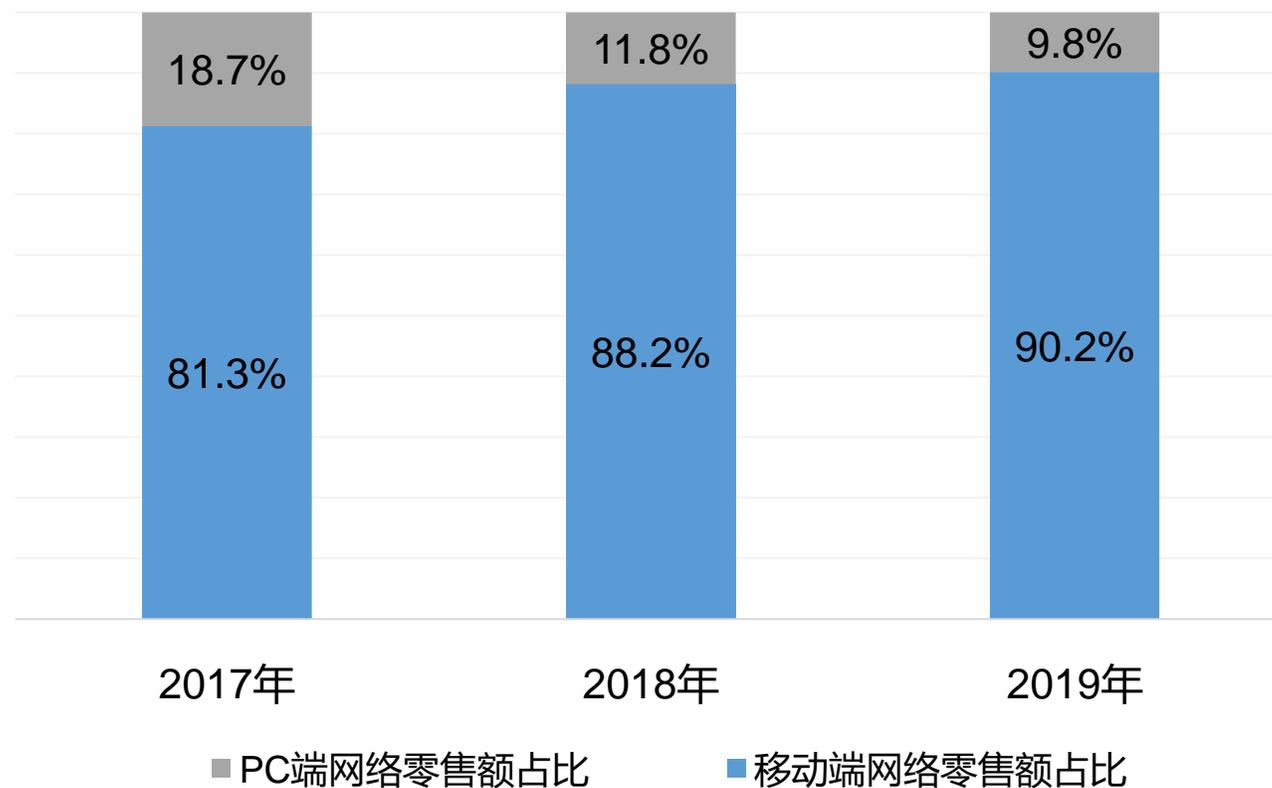
➤ 2019年，实物商品网上零售额达**8.52万亿元**，同比增长**19.5%**。



数据来源：国家统计局

移动网络零售市场交易规模占比持续提升

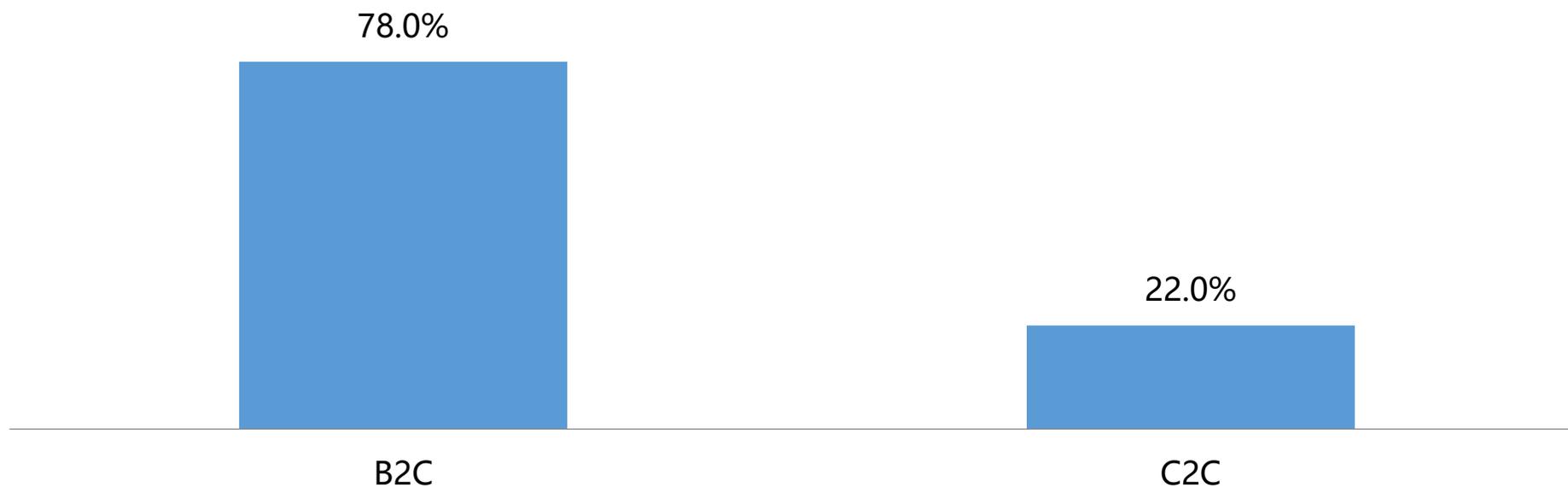
➤ 2019年移动端网络零售交易额**占比达到90.2%**，较上年增长2个百分点。



数据来源：易观智库

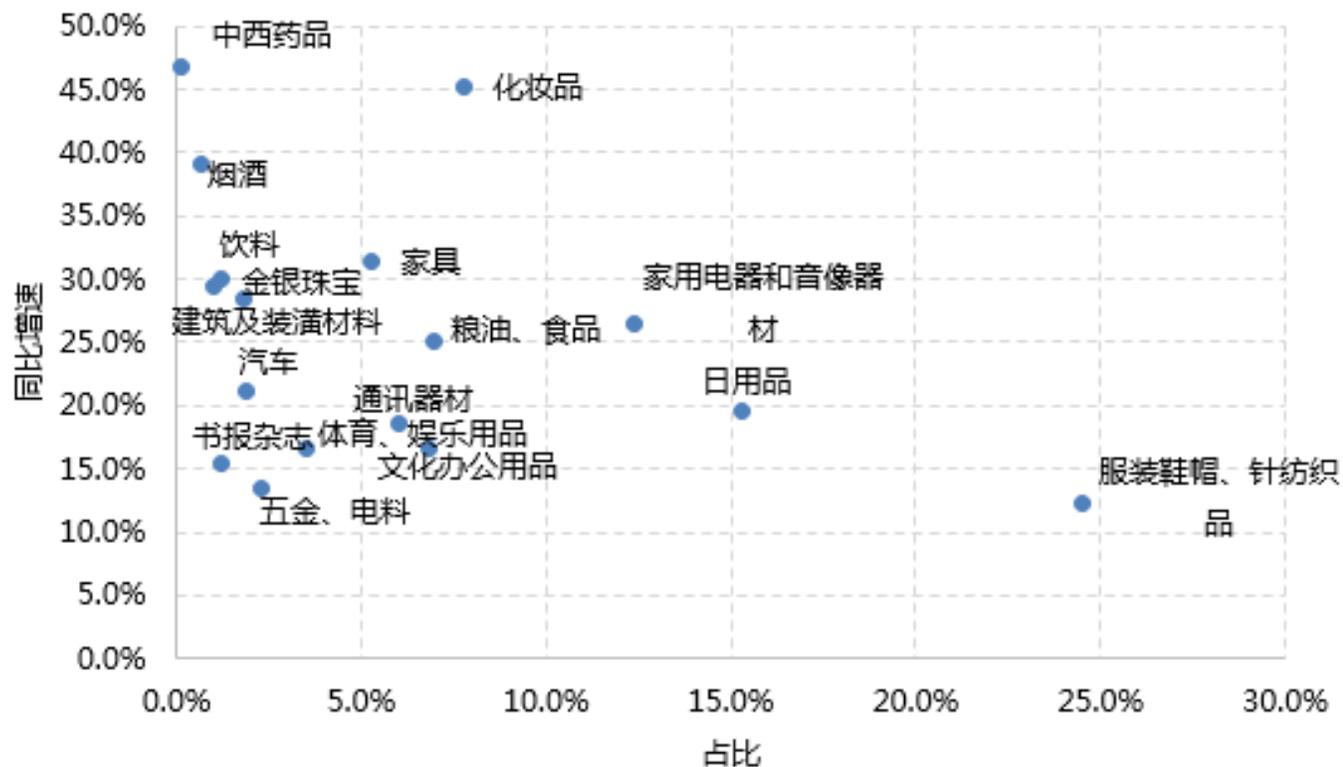
B2C模式发展迅猛，市场份额持续领先

- 2019年，B2C网络零售额占网络零售总额**比重达78%**，同比增长**22.2%**，高于网络零售整体增速**5.7个百分点**，高于C2C增速**14.4个百分点**。



商品消费品牌化、品质化趋势进一步显现

- 从重点商品品类来看，**服装鞋帽针纺织品、日用品、家用电器和音像器材**网络零售额排名前三，分别占实物网络零售额的**24.5%、15.3%和12.4%**；**中西药品、化妆品、烟酒、家具**实现较快增长，同比增速均**超过30%**。



数据来源：商务大数据

服务消费稳健增长，多元发展促进市场繁荣



在线餐饮

- 全年网络零售额同比增长12.3%，其中到店零售额同比增长5.7%，全年约67%的到店餐饮店铺夜间九点后仍在营业，特别是广东等南方省份“夜经济”较为繁荣。



在线家政

- 2019年年末在线家政从业人数同比增长34.1%。其中，家政扶贫试点省份所输出的在线家政从业人数占全国的比重为31.9%，较上年提高1.3个百分点。家政雇主通过线上下单购买家政服务数量占比超七成。



在线旅游

- 全年网络零售额（不含交通住宿）同比增长8.0%，其中国内游零售额占比73.1%，同比增长略高于出境游市场。同时二孩时代亲子游持续火热，暑期、春节、国庆等假期亲子游出游意愿大幅增长，主题乐园、海洋馆、动植物园最受青睐。

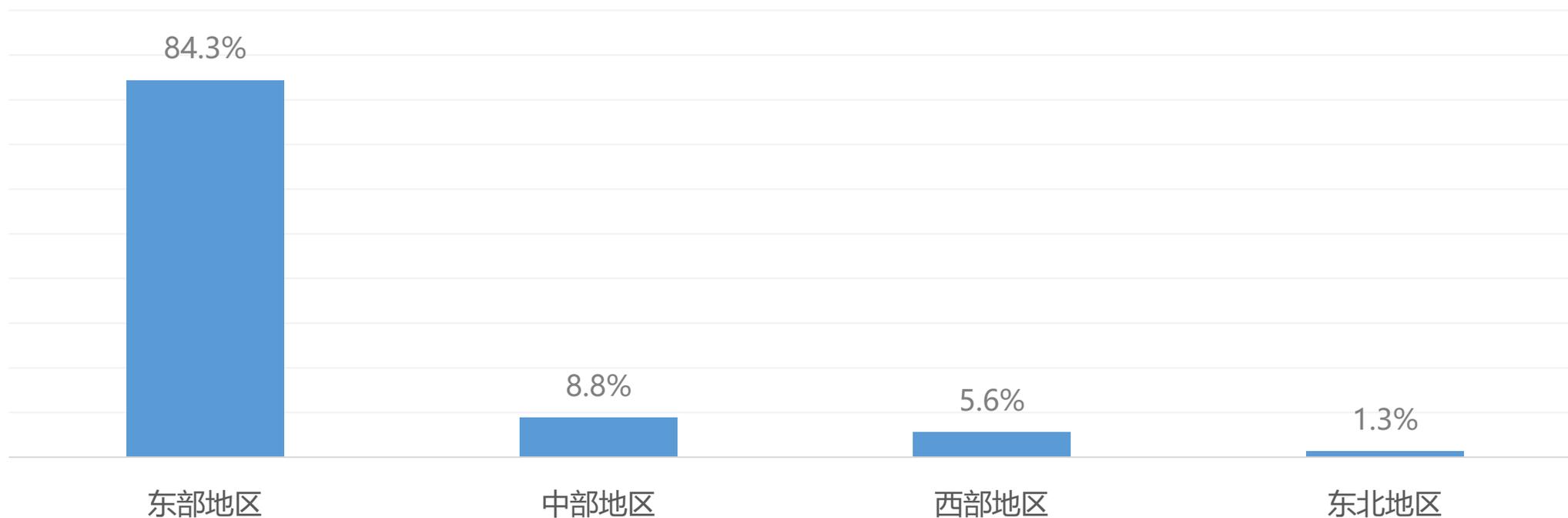


在线酒店

- 在线酒店同比增长37.5%，其中民宿酒店数量占比达22.9%，同比增长115.8%。

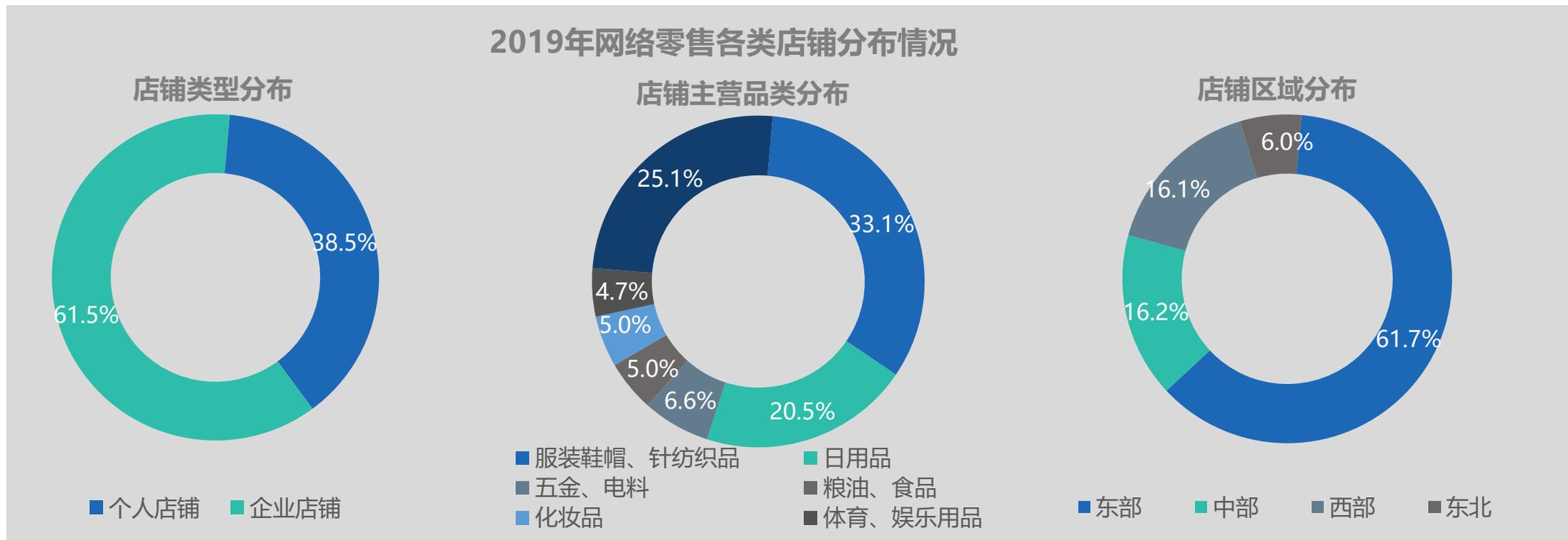
区域份额相对稳定，东部规模占比持续领先

- 东、中、西和东北地区网络零售额占全国比重分别为**84.3%**、**8.8%**、**5.6%**和**1.3%**，同比增速分别为**18.5%**、**23.0%**、**15.2%**和**20.0%**。



企业店铺增长迅速，服装鞋帽类和日用品类店铺占比最多

➤ 2019年，商务大数据重点监测的14家网络零售平台店铺数量为**1946.9万家**，同比增长**3.4%**。其中，实物商品店铺数**900.7万家**，占比**46.2%**。



数据来源：商务大数据，覆盖重点监测的网络零售平台及在线餐饮、在线文娱、虚拟商品等非实物商品领域

上市企业市值突破9万亿元，营业收入迅速增长

- 截至四季度末，17家⁽¹⁾在境内外上市的我国网络零售和生活服务电商企业总市值达**9.1万亿元**。公布三季度财报数据的15家⁽²⁾网络零售和生活服务电商上市企业总营业收入为**5509.5亿元**，同比增长**23.5%**。

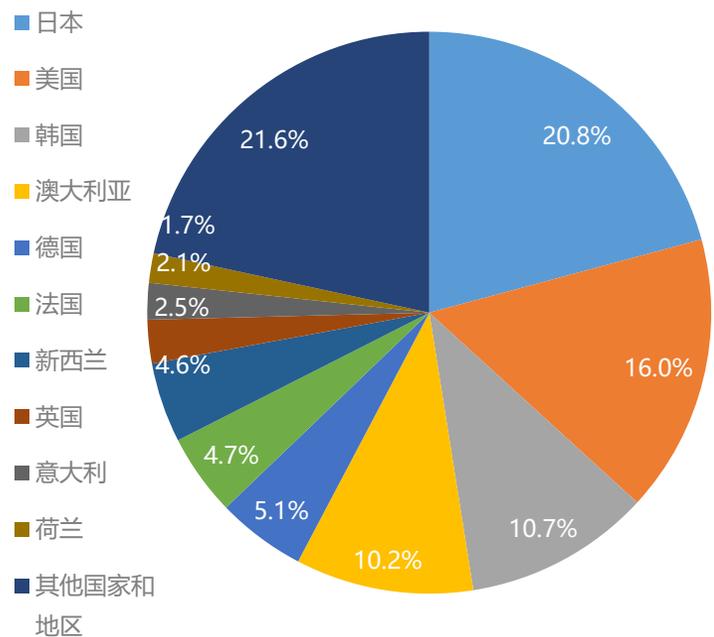


(1) 数据来源：公开数据整理。17家上市网络零售和生活服务企业分别为阿里巴巴、腾讯控股、小米、京东、美团、拼多多、携程网、苏宁易购、58同城、唯品会、神州租车、趣店、途牛网、寺库控股、聚美优品、如涵控股、宝宝树集团。其中，在境外上市企业11家，香港上市企业6家（其中阿里巴巴在境外和香港同时上市，市值取两市最高值），境内中小板上市企业1家。（2）数据来源：根据公布三季度财报数据的网络零售和生活服务电商上市企业数据整理，其中聚美优品、宝宝树集团未发布财报数据。

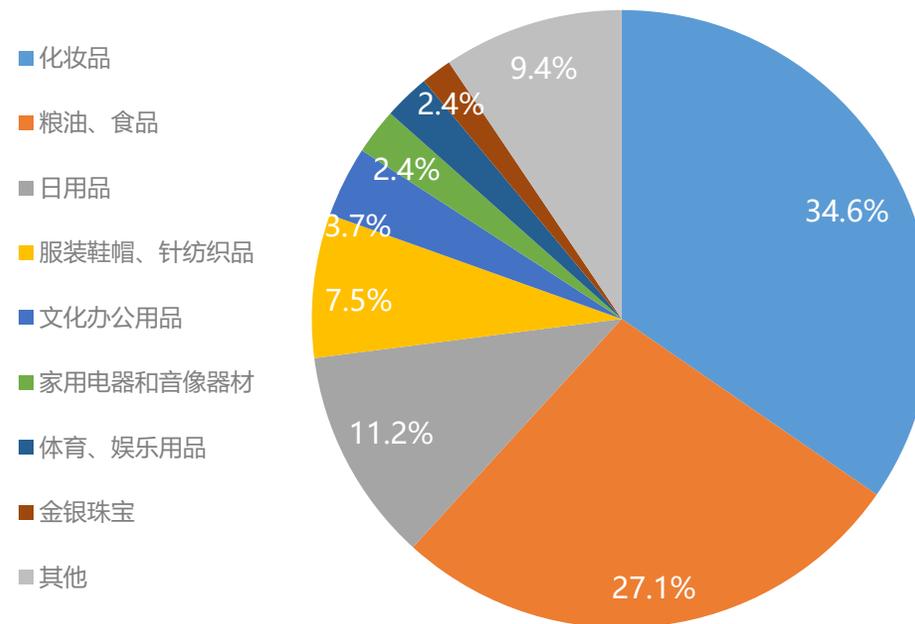
跨境电商保持高速增长，出口增速强劲

➤ 2019年，通过海关跨境电子商务管理平台零售进出口商品总额达**1862.1亿元**，增长了**38.3%**。其中进口**918.1亿元**，同比增长**16.8%**；出口**944.0亿元**，同比增长**68.2%**。

原产国和地区跨境电商进口额占比

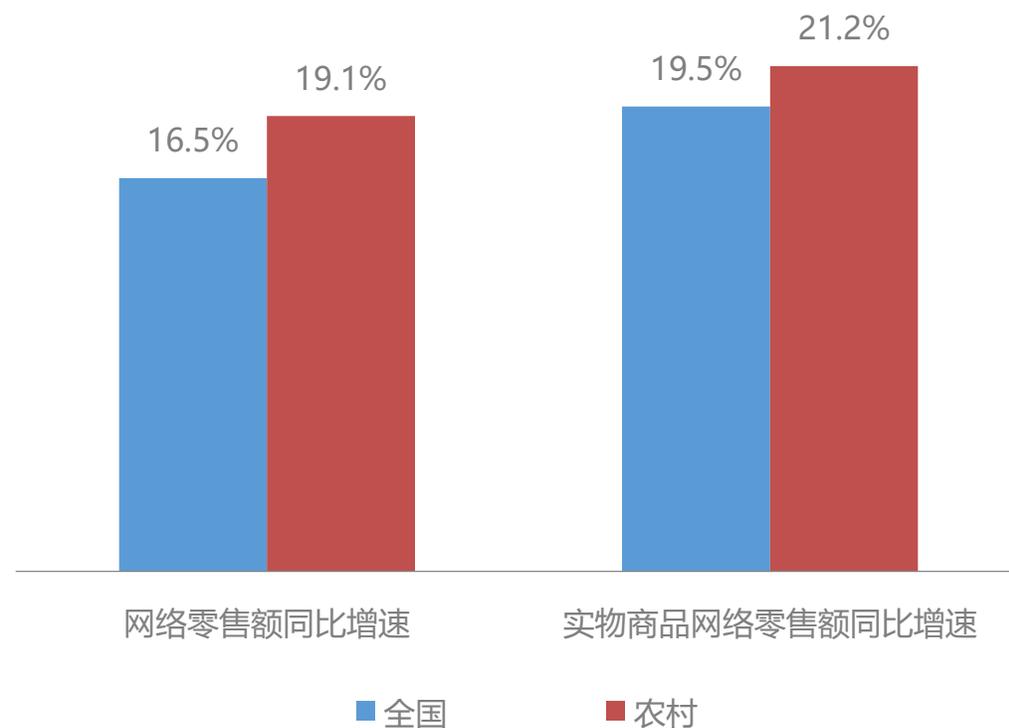


各商品品类跨境电商零售进口额占比



农村电商增速高于全国，农产品上行快速增长

- 2019年，全国农村网络零售额达**1.7万亿元**，同比增长**19.1%**，高于全国网上零售额同比增速**2.6个百分点**。
- 其中，农村实物商品网络零售额为**1.3万亿元**，占全国农村网络零售额的**78%**，同比增长**21.2%**。
- 全国农产品网络零售额达**3975亿元**，同比增长**27.0%**，高于全国网上零售额增速**10.5个百分点**。
- 全国贫困县网络零售额达**1489.9亿元**，占农村网络零售额的**8.7%**，同比增速为**18.5%**。



数据来源：商务大数据



02

网络零售市场发展特点

扩消费：网络零售激发形成多个消费增长亮点，助力拉动内需

- 2019年，在国内外风险挑战明显上升，经济下行压力加大的背景下，网络零售市场表现依旧强劲，全年零售额首次超过10万亿元，带动就业人数超5000万人，市场规模连续7年位居全球第一，提前一年完成“十三五”规划目标。

电商加速渗透下沉市场， 激活农村消费

- 电商平台加快布局“下沉市场”，推动渠道、资源和服务向下延伸，助力中小城市和农村地区网购基础设施和市场供给不断优化，促进下沉市场消费潜力快速释放。

政策利好推动跨境电商增长， 扩大进口消费

- 在跨境电商综合试验区扩容，减税降费进一步落实等利好政策推动下，跨境进口网络零售保持快速增长，有力践行了我国积极扩大进口的国际承诺。

模式创新服务电商增长， 提升服务消费

- 移动支付服务推动线上线下联动的消费新场景不断丰富，逐步从商品消费渗透到旅游、文化、健康、教育、养老、医疗等多个服务消费领域，带动网络服务消费持续增长，成为扩大网络消费的重要力量。

稳外贸：跨境电商政策不断完善，品牌出海推动外贸转型升级

跨境综试区范围进一步扩大

- 国务院发布《关于同意在石家庄等24个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》，同意在石家庄、太原等24个城市设立跨境电子商务综合试验区。至此，我国的跨境电商综合试验区增至59个，形成区域全面覆盖格局。

贸易便利化措施加速落地

- 国务院出台“无票免税”政策和更加便利企业的所得税核定征收办法；杭州综试区跨境电商1210邮路保税出口新模式启动，为企业跨境电商出口提供一站式在线报关、通关及结汇、退税等服务，助力跨境电商出口发展。

电商企业加速“扬帆出海”

- 日趋成熟的跨境电商产业和国内制造业体系为品牌出海提供了强大助力，进一步推动外贸转型升级。谷歌和WPP联合发布的《2019年中国品牌出海50强》报告显示，2019年中国品牌出海50强中，跨境电商品牌占9席。

助扶贫：电商扶贫成绩斐然，有力助推打赢脱贫攻坚战

- 2019年，政府和各方市场主体协同配合形成合力，推动电商扶贫取得积极成果。



电商进农村综合示范工作升级

- 在实现国家级贫困县全覆盖的基础上，商务部联合财政部等相关部门，推动打造电子商务进农村综合示范“升级版”。



电商扶贫联盟作用日益凸显

- 在商务部电子商务和信息化司指导下，电商扶贫联盟为14个省市贫困地区的533家企业开展了农产品“三品一标”认证培训，在重庆、新疆、陕西、四川等地区组织特色农产品推介洽谈会，191个贫困县逾1047家企业参加，达成意向合作金额超15亿元。



电商平台成为脱贫攻坚生力军

- 主要电商平台分别孵化出160多个区域农业品牌，上线300多个兴农扶贫产品和20多个种植示范基地；在全国数百个贫困县上线超过300万种商品，带动70万户建档立卡贫困户增收。

促创新：新业态新模式迅速发展，社交电商、直播电商发展亮眼



社交、直播电商释放消费增量市场

据中国互联网协会推算，2019年社交电商交易额同比增长超过60%，远高于全国网络零售整体增速。直播电商通过“内容种草”激活用户感性消费，进而提升购买转化和用户体验，“直播带货”已成为2019年电商平台和商家的标配模式，有力拉动消费增长。



“双品网购节”等电商促销模式进一步引领消费升级

根据商务大数据监测，“双品购物节”带动同期实物商品网上零售额2850亿，同比增长28%，商品好评率97%上。



助转型：平台经济赋能产业升级，融合共生推动零售生态构建

赋能产业升级，推动商品供给侧改革

主要电商平台借助数据驱动、技术扶持等方式帮助企业提升生产制造、供应链及营销各个环节的数字化水平，通过反向定制模式推动供给侧改革。主要电商平台数据显示，2019年“双十一”期间共产生上亿个反向定制订单，每销售5台显示器就有2台来自反向定制。

促进融合共生，线上线下协同进一步增强

线上线下零售融合进一步深化。一方面，电商平台深度布局实体零售，推动线下零售业的数字化转型从增加销售渠道、前台数字化等“浅层次”向智能管理、定制化服务等“深层次”方向发展；另一方面，电子商务与快递物流、支付服务等协同不断增强，推动电子商务生态体系不断优化。

强治理：现代化治理水平持续提升，推动网络零售规范发展

《电子商务法》积极作用逐步显效

- 2019年是《电子商务法》正式实施的第一年，各相关配套制度加速出台。各相关部门加强联动，创新治理手段，不断加大对网络零售市场制售假冒伪劣商品、刷单炒信等违法行为的打击力度。同时，电商企业依法合规经营意识不断增强，市场环境持续优化。



电子商务统计监测制度不断完善

- 2019年12月，商务部印发《关于加强电子商务统计监测分析工作的指导意见》，提出用现代信息技术，结合传统统计方法和大数据监测等新方式开展电子商务统计监测，及时反映业态发展情况，提升电子商务运行分析能力，为政策制定、监管治理提供有力支撑。



03

中国网络零售市场发展趋势

网络零售将继续保持良好增长态势



宏观经济稳健前行，综合国力增强为发展提供保障

2019年国内生产总值接近100万亿元、人均国内生产总值首次突破1万美元大关，我国经济总量不断扩大，经济结构调整优化，发展质量稳步提升，发展后劲更加充足，为网络零售发展提供了基本保障。

5G正式实现商用，加速落地将激活市场新动能

2019年我国正式开启5G商用，未来随着5G进一步落地，将进一步促进消费和生产环节间数据互联，在助推个性化、定制化开发，智能化、柔性化生产的同时，通过激活“虚拟试衣”等新电商模式的发展、提升运营效率水平等方式进一步壮大网络零售市场。

网民红利持续释放，细分群体仍蕴含巨大消费潜力

网民规模仍保持增长态势，同时现有网民中“小镇青年”“银发族”等细分群体仍具有巨大的消费潜力，为市场规模持续增长提供动能。

市场发展动能加速转换，推动模式创新和服务升级

➤ 市场逐步向存量期过渡，激发细分市场模式创新

网民增速逐步放缓使流量成本日趋提高，市场发展逐步从获取增量向挖掘存量转变，满足各类细分群体需求的商品和服务不断推出，如宠物电商、二手电商等商业模式快速发展。

➤ 消费多元化推动参与主体进一步多样化

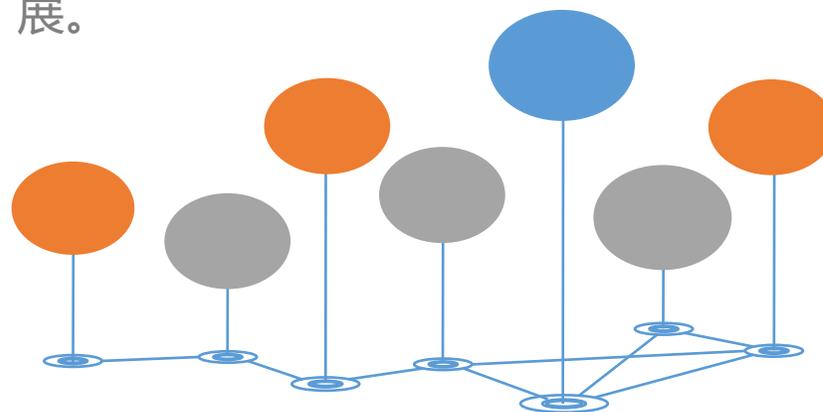
在国内消费“阶梯式”升级的背景下，网络零售市场将进一步呈现多层次特征，满足个性化、多样化需求的电商业态模式创新将进一步发展。

➤ 社交、内容电商化加剧市场竞争，推动模式创新

各类社交、内容平台纷纷推出电商功能，将进一步对传统电商平台造成分流，推动电商业态形式进一步多样化，繁荣电商生态体系。



电商竞争日趋激烈将推动平台加大供给侧创新力度，通过新技术应用、模式创新、提升运营效率和服务升级等方式增强市场竞争力，进而促进网络零售市场高质量发展。



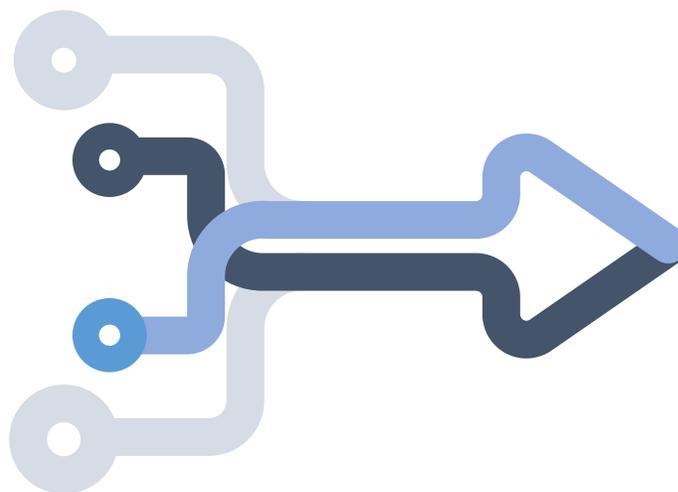
线上线下深度融合，平台赋能作用将持续显现

➤ 线上线下融合推动零售数字化转型

电子商务与线下零售边界进一步模糊，零售业各环节的数字化水平进一步提高，与生产者和消费者之间的互动将进一步增强，个性化、智能化零售不断发展，激发消费新增长。

➤ 电商驱动新技术加速应用推动产业数字化

电子商务将驱动大数据、云计算、人工智能、5G等新兴信息技术将与实体经济深度融合，智能连接全产业链，加速推动产业数字化革新。



电子商务平台加速将线上聚集的数据、技术、资金和人才等要素导入线下，推动以数据驱动产品研发、生产数字化和供应链数字化，进一步赋能产业升级。

2019年中国网络零售市场发展报告

主 编：蹇芳莉

副主编：贾舒颖

编 委：侯 斌 仇妍蕾 程 虎 王千里

鸣 谢：中国互联网络信息中心 中国国际电子商务中心 浪潮集团 欧特欧咨询 易观智库