

# 2020年一季度网络零售 市场发展报告

商务部电子商务和信息化司



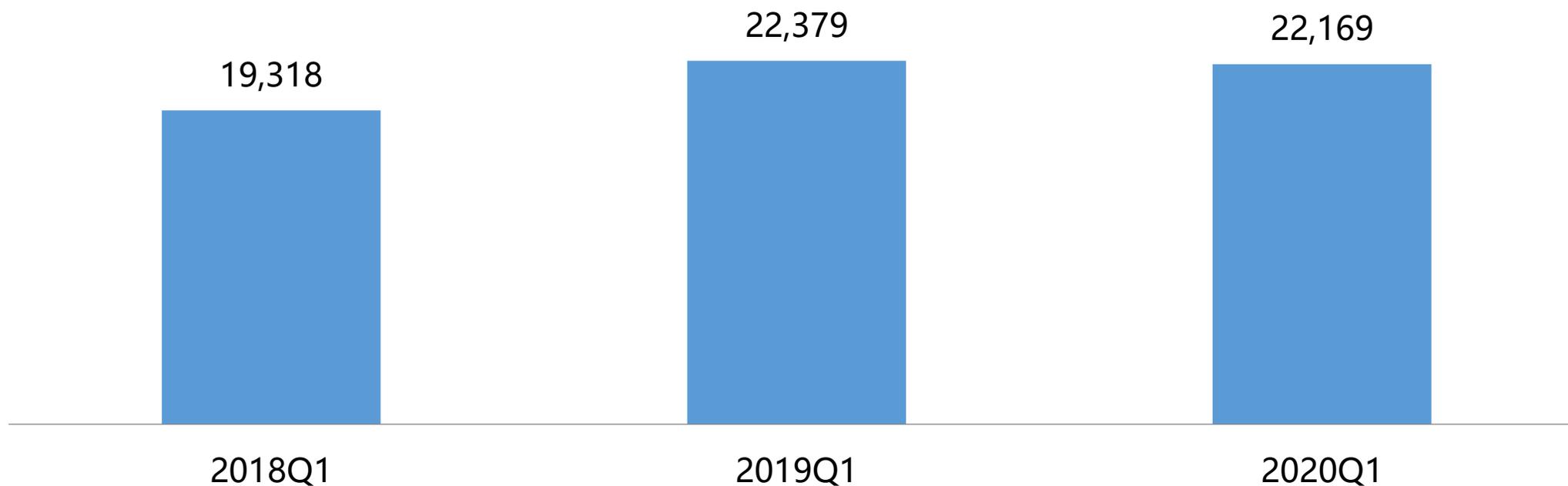
01

网络零售市场总体情况

# 网络零售市场规模与去年同期基本持平

- 受疫情影响，一季度全国网络零售市场规模与去年同期基本持平。国家统计局数据显示，1-3月全国网上零售额达**2.22万亿元**，同比下降0.8%。但降幅比1-2月份收窄**2.2个百分点**。

单位：亿元

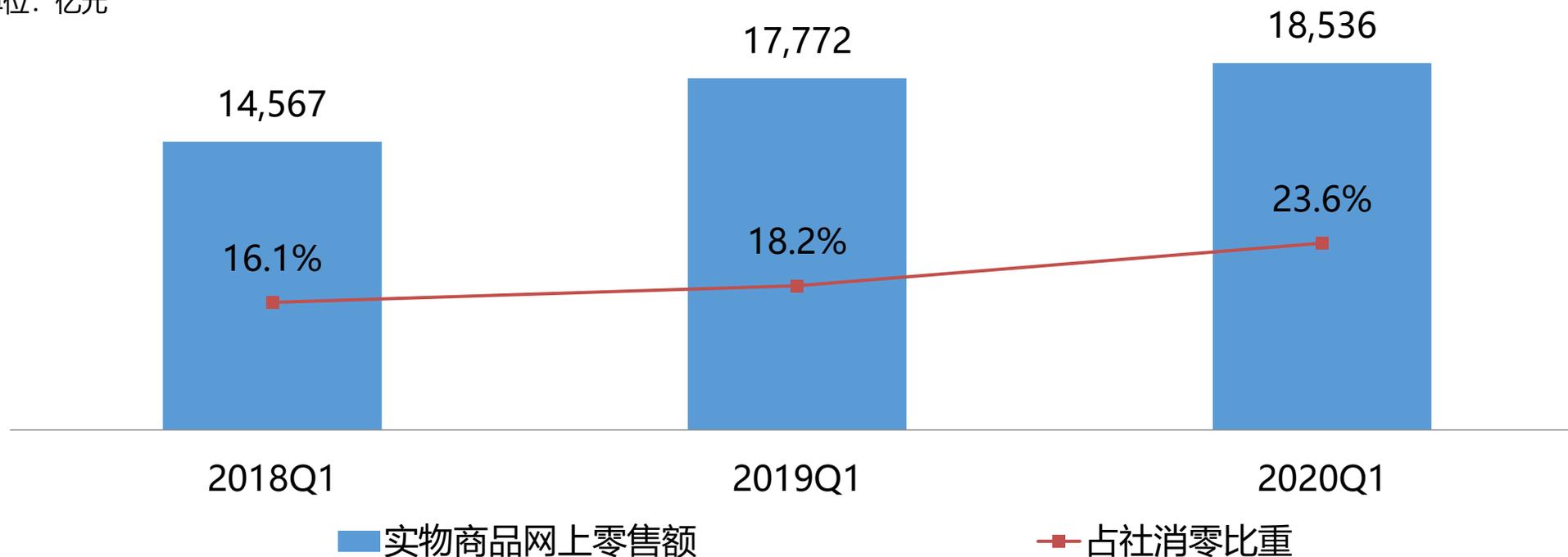


数据来源：国家统计局

# 网络零售对消费的促进作用进一步提升

- 1-3月实物商品网上零售额达**1.85万亿元**，同比增长**5.9%**，高于社会消费品零售总额同比**24.9个百分点**；实物商品网上零售额在社消零中的比重达**23.6%**，较上年同期提升**5.4个百分点**。

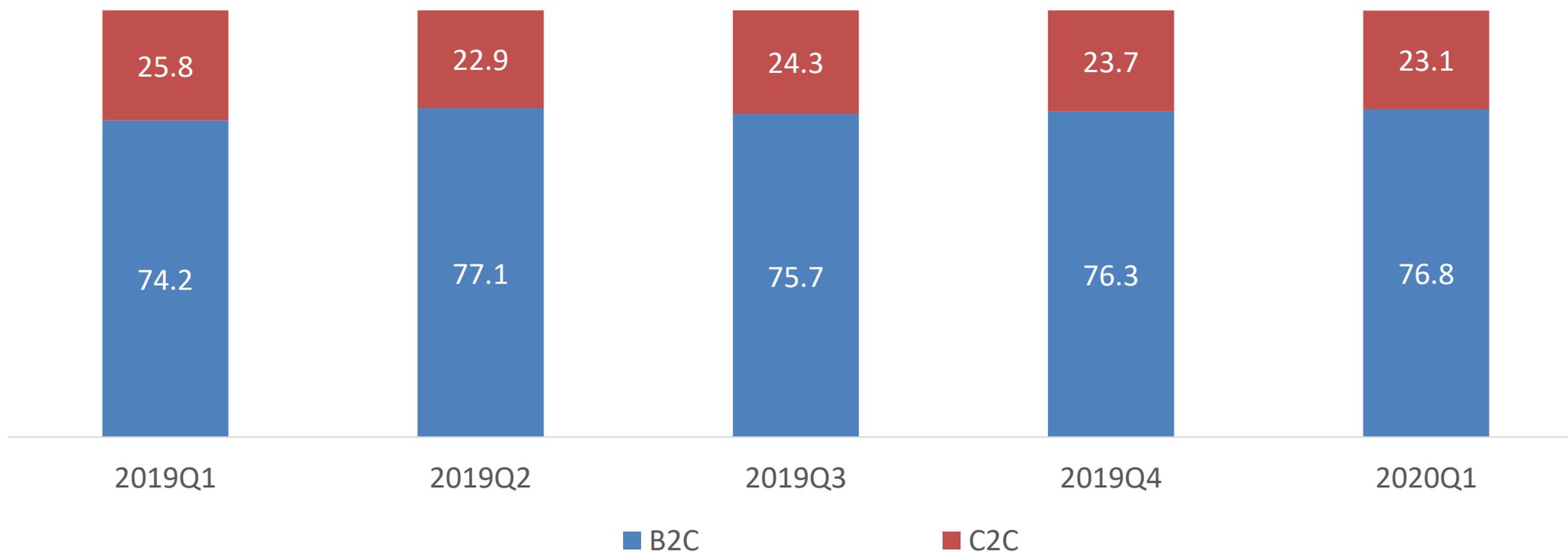
单位：亿元



数据来源：国家统计局

# B2C网络零售市场优势明显

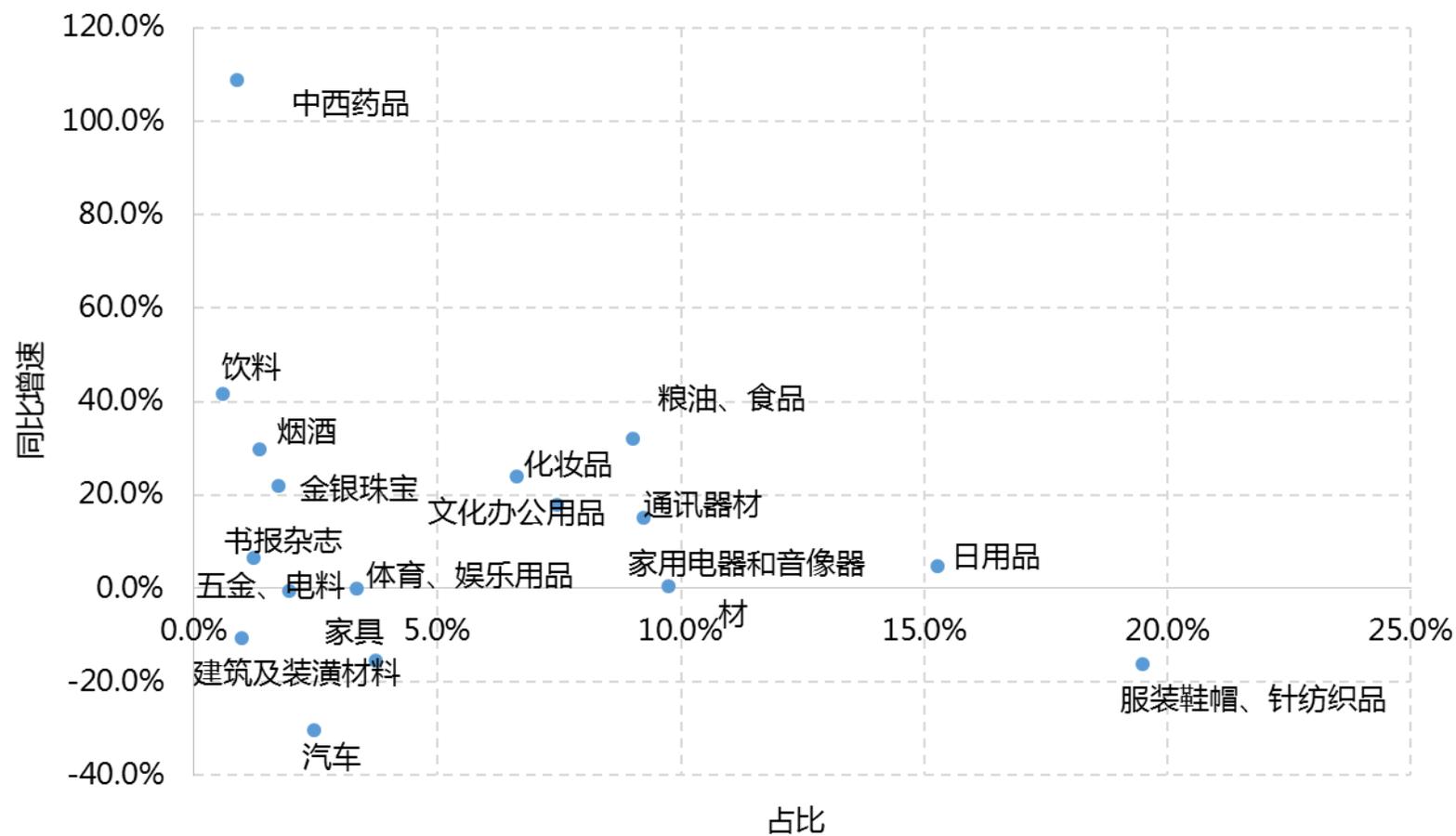
- 一季度，B2C网络零售额达**1.7万亿元**，同比增长**4.5%**，占网络零售额的比重为**76.8%**，较上年同期提升**2.7个百分点**，B2C市场优势进一步显现。



数据来源：商务大数据

# 中西药品、烟酒、粮油食品销售额增长明显

- 根据国家统计局数据，实物商品网络消费中，吃类和用类商品分别增长**32.7%**和**10.0%**，穿类商品下降**15.1%**。
- 根据商务大数据平台监测，中西药品、烟酒、粮油食品增长最快，分别为**108.8%**、**41.6%**和**32.0%**。



数据来源：商务大数据

# 在线教育、医疗等服务迎来快速增长



## 在线餐饮受疫情影响严重，外卖恢复较快

- 一季度在线餐饮销售额781.5亿元，下降39.6%；
- 3月，在线餐饮零售额比2月上漲318.4%，其中在线外卖上涨了422.7%。



## 在线家政从业人数整体保持增长态势

商务大数据对重点平台监测显示，截至一季度末在线家政从业人数同比增长34.6%。



## 在线旅游、文娱受疫情影响明显

- 一季度在线旅游零售额（不含交通住宿）达86.9亿元，同比下降39.5%；
- 一季度，在线文娱场次数740.2万场，下降70.3%。



## 在线问诊服务在疫情期间快速增长

商务大数据对重点平台监测显示，一季度在线医疗患者咨询较去年同期增长176.8%；预约挂号数明显下降，较去年同期下降39.3%。



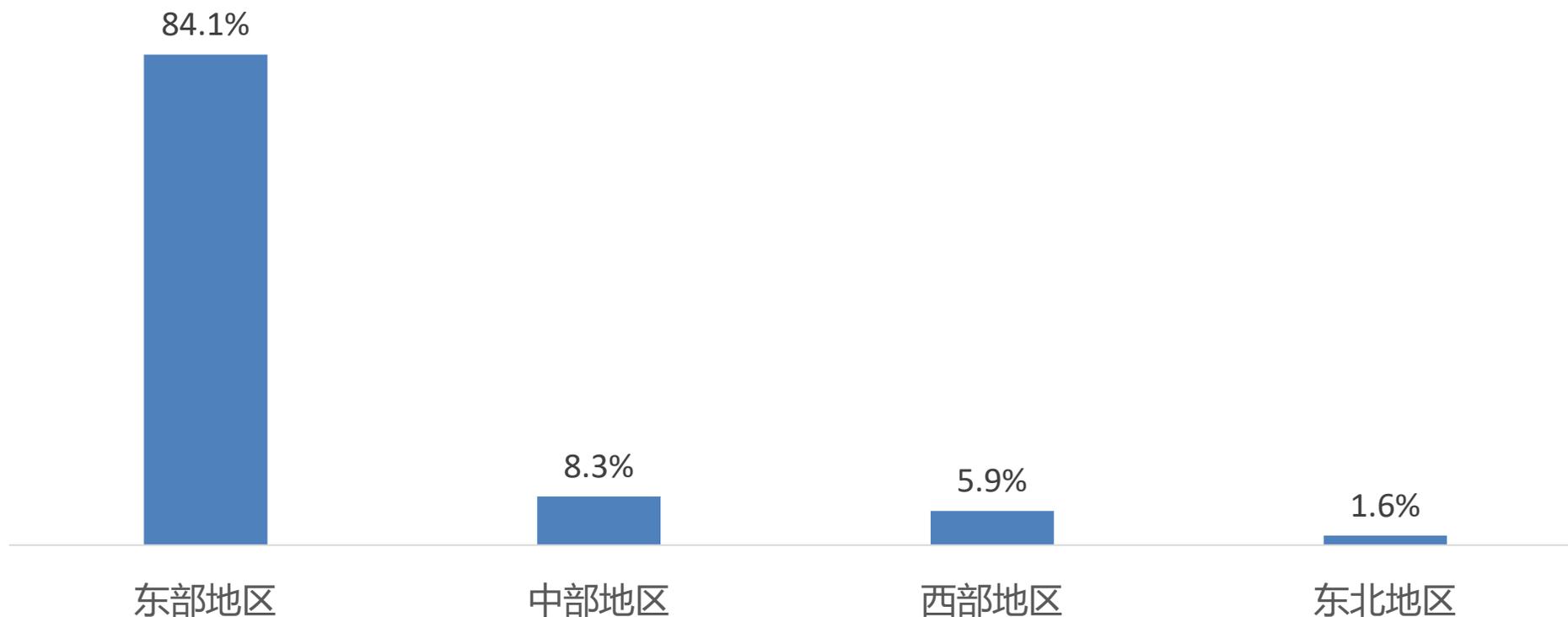
## 在线教育呈现显著增长

商务大数据对重点平台监测显示，在线教育销售额较2019年第四季度增长157.0%，较去年同期增长198.6%；

数据来源：商务大数据

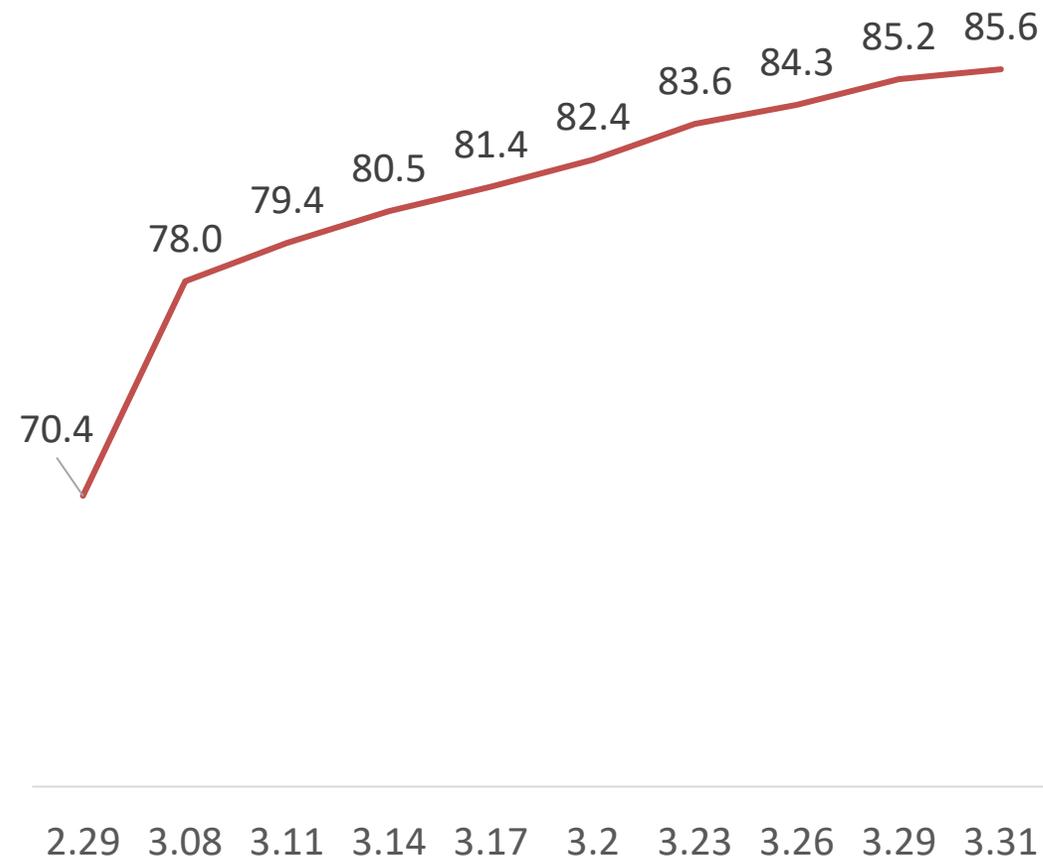
## 东部和东北部地区增长，中西部地区下降

- 一季度，东、中、西和东北地区网络零售额占全国比重分别为**84.1%**、**8.3%**、**5.9%**和**1.6%**；东部和东北地区网络零售额分别同比增长**2.8%**和**8.7%**，中部和西部分别下降**8.7%**和**4.8%**。



# 店铺复工情况良好，企业店铺恢复较快

- 截至一季度末，商务大数据重点监测的网络零售平台店铺数量为**1919.5万家**，同比增长**6.4%**。其中，实物商品店铺数**904.3万家**，占比**47.1%**，同比增长**3.7%**;
- 网店复工稳步提升。商务大数据对350万家主要网络零售店铺监测显示,截至3月底，全国网络零售店铺复工率达**85.6%**，较2月底提高**15.2个百分点**。其中，B2C企业店铺复工情况更好，3月底B2C企业店铺复工率达**89.3%**，个人店铺复工率**83.9%**。



数据来源：商务大数据

# 上市网络零售及生活服务企业营收保持较快增长

- 一季度末，17家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**8.8万亿元**。其中，京东、唯品会、腾讯控股、美团点评和拼多多5家企业市值较去年同期有较大提升，增速均超过40.0%。
- 公布财报数据的14家网络零售和生活服务电商上市企业2019年全年总营业收入为**2.2万亿元**，同比增长**25.3%**。

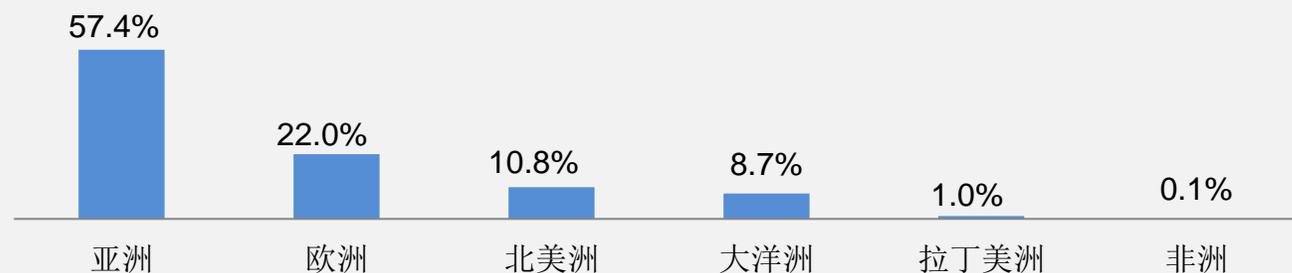


数据来源：公开数据整理

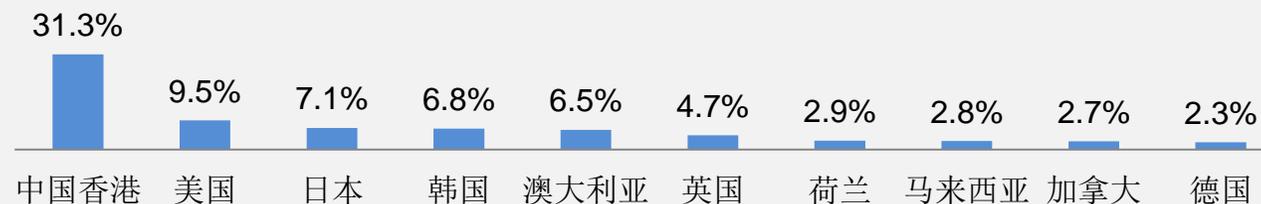
# 跨境电商稳健增长，出口增速较快

- 1-2月通过海关跨境电子商务管理平台零售进出口商品总额达**174亿元**，同比增长**36.6%**。其中进口**114.4亿元**，同比增长**11.1%**；出口**59.6亿元**，同比增长**144.0%**。
- 其中，自亚洲进出口的跨境电商零售额占比最高，达到**57.4%**；
- 从商品大类看，化工类是跨境网络零售进出口最大品类，占比达**27.2%**。

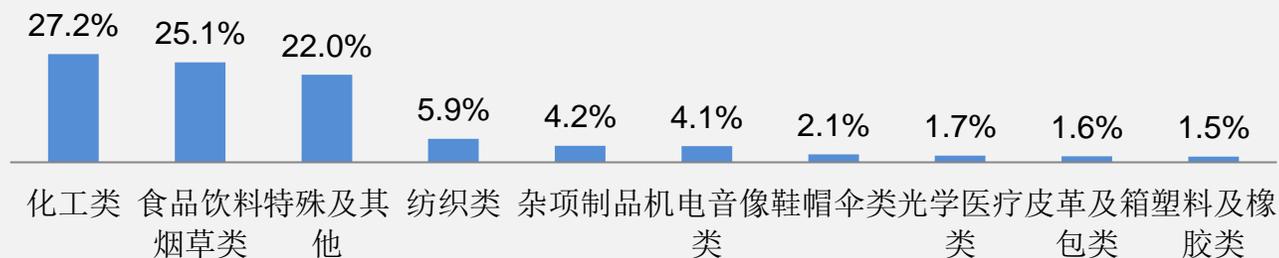
2020年1-2月跨境网络零售进出口各大洲（起抵地）零售额占比



2020年1-2月跨境网络零售进出口前十位国家和地区（起抵地）零售额占比



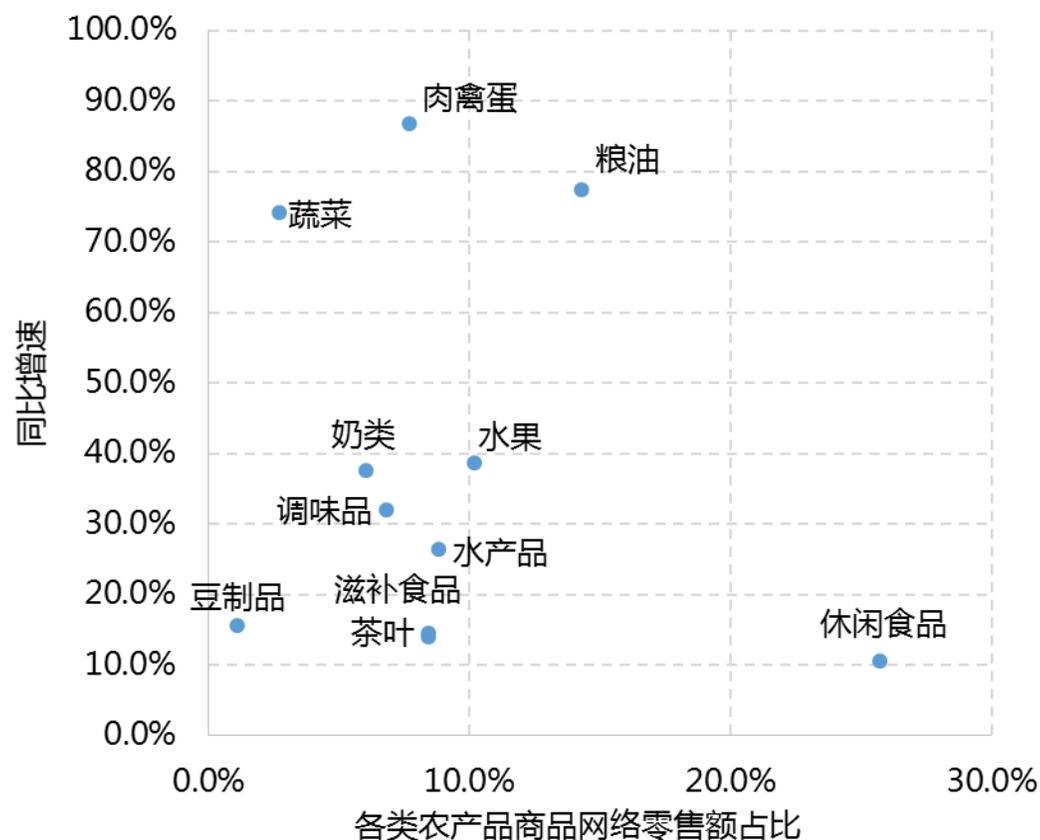
2020年1-2月跨境网络零售进出口前十位商品大类零售额占比



数据来源：海关总署

# 农产品和贫困县线上销售保持较快增长

- 一季度农村网络零售达**3201.2亿元**，同比下降**2.8%**，占全国网络零售额的**14.4%**，较去年同期增长**2.1个百分点**。其中，实物商品网络零售额**2916.9亿元**，与去年基本持平；
- 全国农产品网络零售额达**936.8亿元**，同比增长**31.0%**；
- 全国832个国家级贫困县网络零售额达**277.5亿元**，增长**13.3%**，比全国网零增速高**14.1个百分点**。



数据来源：商务大数据

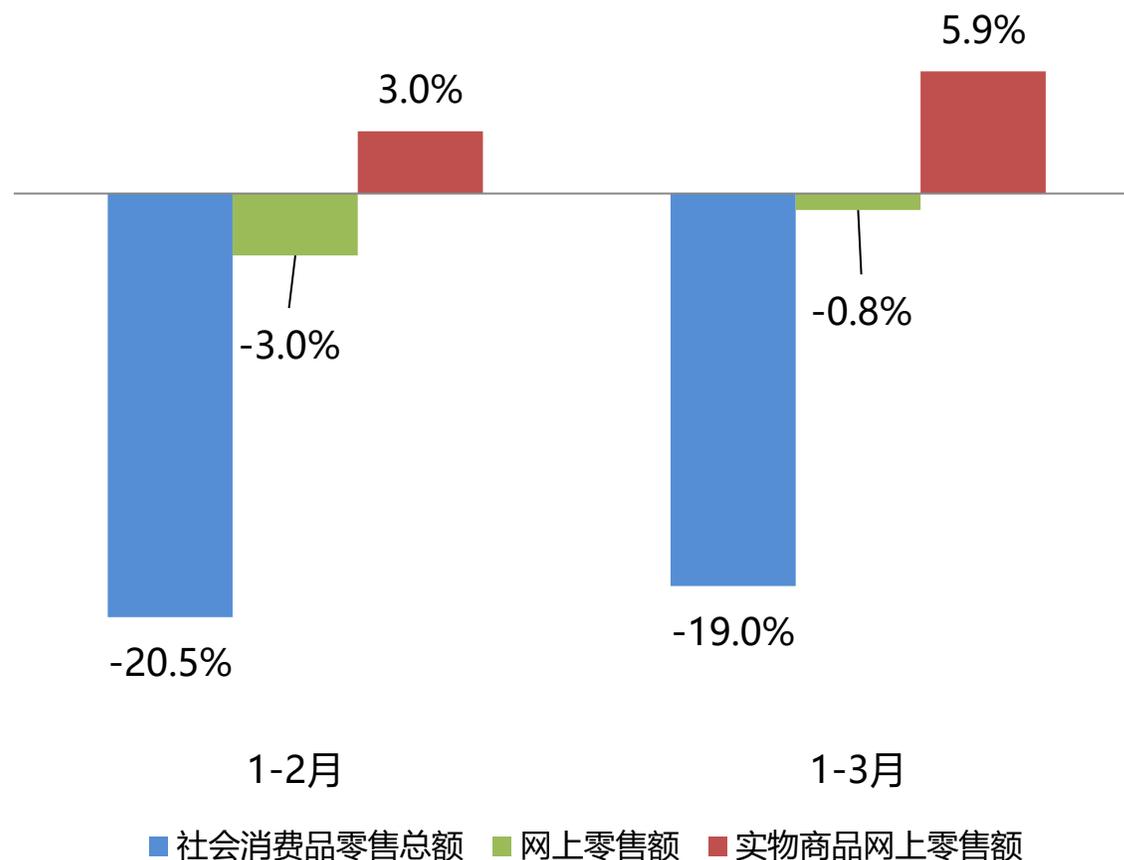


02

中国网络零售市场发展特点

# 网络零售拉动消费作用明显，3月降幅有所收窄

- 网络零售市场展现出强大的韧性和活力，成为拉动消费的重要力量。实物商品网上零售额同比增长5.9%，占社会消费品零售总额为23.6%，比去年同期提升5.4个百分点，高于社会消费品零售总额同比24.9个百分点；
- 随着疫情防控形势向好，网上零售额降幅有所收窄。1-3月份降幅比1-2月份收窄2.2个百分点，其中实物商品网上零售额增速比1-2月加快2.9个百分点。3月份网络零售市场加快复苏，据商务大数据监测，截至3月底，重点监测平台的全国网络零售店铺复工率达85.6%，比2月底提高15.2个百分点。



数据来源：国家统计局

# 疫情推动线上消费变革，消费新模式快速发展

- 疫情冲击下，大量消费需求转向线上，新的商业服务模式和新型消费不断拓展，形成了消费市场的新增长点。



## 无接触配送服务和无人零售兴起

- 为确保配送环节的安全，多家电商企业推出了“无接触配送”服务，智能货柜、无人货架、无人机送货等无接触配送服务快速兴起。

## 线上买菜等零售业态迎来爆发式增长

- 疫情期间消费者足不出户，线上买菜、购买生鲜商品的购物习惯加速形成，新模式在保障社会基本生活方面发挥了巨大作用。

## 直播带货迎来新发展热潮

- 在疫情下延续热潮，直播电商成为线下企业开拓新渠道、探索数字化转型开展自救的重要抓手，直播主厨、美妆、菜农、健身，甚至直播卖房、卖车，各类商品借助直播形式激活线上消费。

# “宅经济”爆发，生活必需品和居家商品增长迅猛

## 生活必需品增长迅猛

- 商务大数据监测显示，中西药品、粮油食品等生活必选消费品网络销售保持较快增长，增速保持在30.0%以上。



## 服装家具等受冲击明显

- 汽车、服饰鞋帽、家具、建筑及装潢材料增速下降10.0%以上。

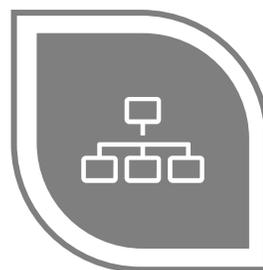


## 厨卫小家电、健康类智能消费快速增长

- 商务大数据监测显示，一季度电烤箱、面包机和电饼铛网络销售分别增长116.9%、96.3%和91.8%；
- 拉力器、哑铃和健身车分别增长103.7%、45.1%和41.1%；

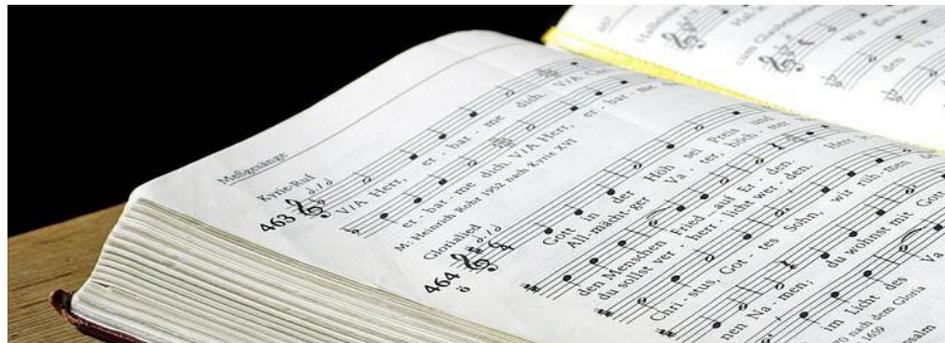
## 在线办公推动办公类用户消费增长

- 同时远程办公等新业态快速发展拉动办公用品需求增长，机械键盘、打印机和电脑分别增长665.6%、43.3%和18.2%。



# 电商企业发挥平台优势，助力打赢疫情防控攻坚战

➤ 一季度，主要电商平台加快推出多种数字化赋能服务，助力中小企业实现转型，电商平台开放生态资源，进一步推动了电子商务提质升级。



## ➤ 努力扩大货源保障供应

各家电商平台利用供应链优势，通过海外直采医疗物资和防疫物品，协调国内产业链上下游企业加紧生产、优化库存，加大补贴鼓励平台类商家扩大商品销售。

## ➤ 严控网购商品价格上涨

疫情期间，各大电商平台严格落实价格监管要求，加大对平台自营和商家各类防护用品及生活必需品价格管控，通过开展实时价格监测、系统识别+人工巡检等方式监测防疫物资投机加价行为。



## ➤ 力保配送高效安全

电商平台联合物流配送企业全力保障春节期间重要商品配送，通过对重点地区和医疗机构提供直达配送、优先配送等服务，同时启动物流应急方案保障春节期间全国近300个城市、上千个区县的物流服务不间断。

# 农产品上行增长较快，电商企业多种形式赋能农户

在疫情影响下，部分地区因购销渠道不畅导致农产品滞销。网络零售在解决农产品“卖难”方面发挥了重要作用”。一季度，全国农产品网络零售额达936.8亿元，同比增长31.0%，保持平稳较快增长。



## 电商扶贫助力农产品上行

疫情发生后，商务部等相关部门及时开展农产品摸底工作，快速搭建对接平台，加快完善滞销农产品供应链、畅通上行通道。电商企业通过统筹物流资源、辅导农户分拣、包装和营销等方式，完善农产品供应链、物流和配套服务基础。



## 模式创新激活消费扶贫潜力

疫情期间，电商平台通过直播、上线专场频道等方式加大农产品推介销售力度，引导消费者购买农特产品。上百位县长、市长走近电商平台直播间拓展当地农产品销路，售出滞销农产品数十吨。

# 跨境电商发挥新业态作用，疫情期间保持较快增长

在新冠肺炎疫情全球蔓延、贸易下行压力加大的背景下，跨境电商通过开展在线营销和在线交易，实现保订单、保市场，对于提振外贸信心方面产生了积极的作用。

## ➤ 综试区进一步扩大将加速培育新模式

国务院决定新设46个跨境电商综试区，加上已经批准的59个，全国将有105个综试区，已经覆盖了30个省、市、自治区，形成了陆海内外联动，东西双向互济的发展格局。

## ➤ 供应链优势和海外仓模式为跨境电商发展提供重要支撑

疫情期间，跨境电商企业充分发挥集采渠道优势，保证进出口物资采购和端到端配送，开创了疫情物资“全球集采——定点直送”模式，并通过海外仓等方式保证了跨境电商货品及时送达。



# 2020年一季度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 亿邦动力