

2023年前三季度中国网络零售市场发展报告

商务部
电子商务和信息化司

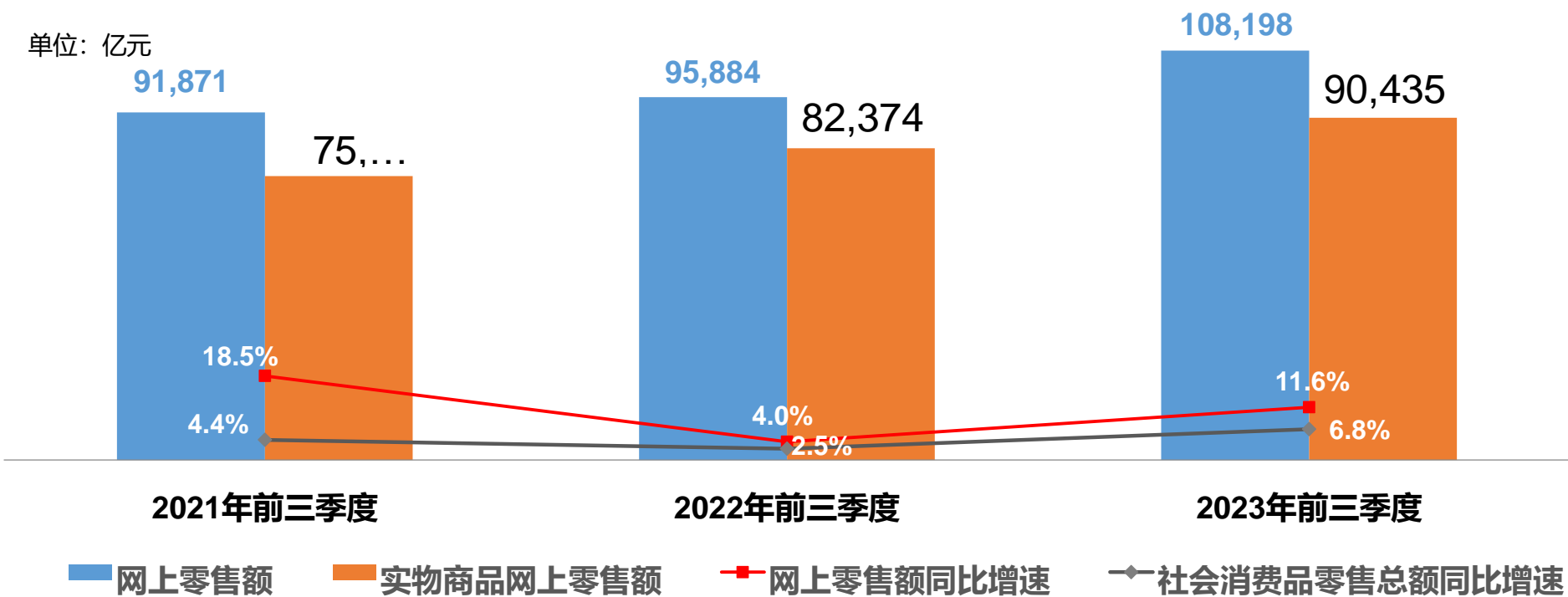


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售拉动消费效应显著

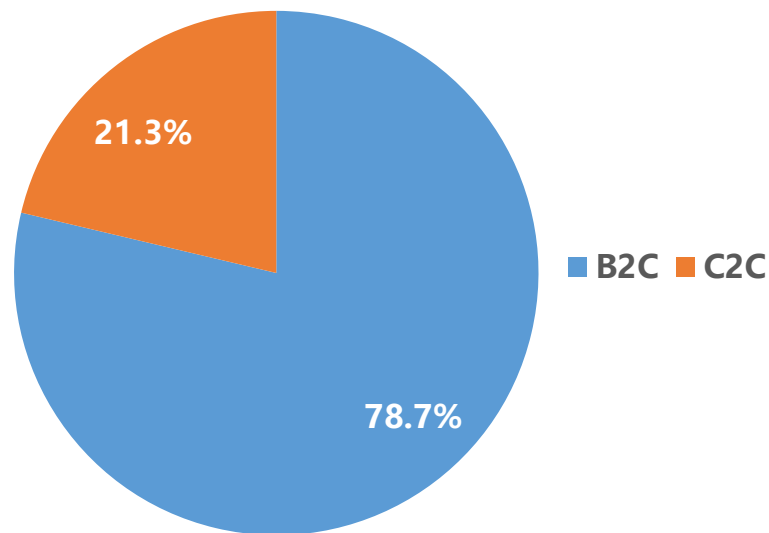
国家统计局数据显示，1-9月，全国网上零售额10.8万亿元，同比增长11.6%，高于社会消费品零售总额增速4.8个百分点。其中，实物商品网上零售额9.04万亿元，同比增长8.9%，实物网零对社零增长贡献率达33.9%。



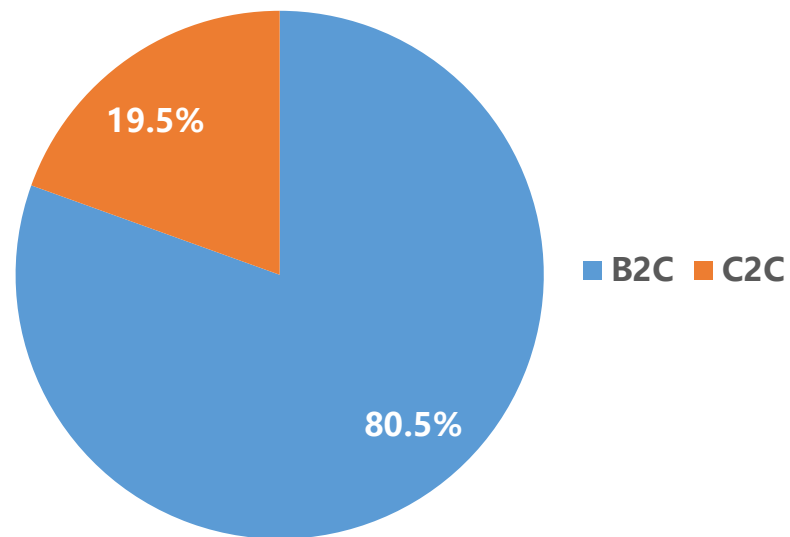
B2C网络零售额占比增大

前三季度，B2C网络零售额同比增长13.7%，占网络零售额比重为80.5%；C2C网络零售额同比增长5.1%，占网络零售额比重为19.5%。

2022年前三季度B2C/C2C网络零售额占比



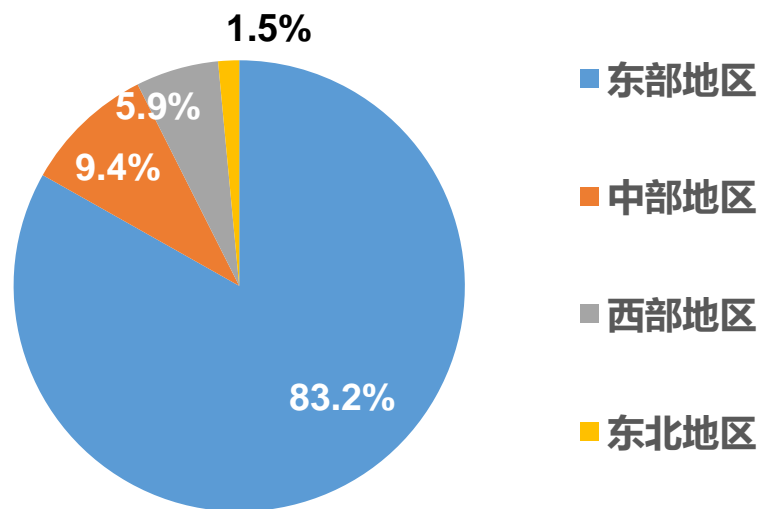
2023年前三季度B2C/C2C网络零售额占比



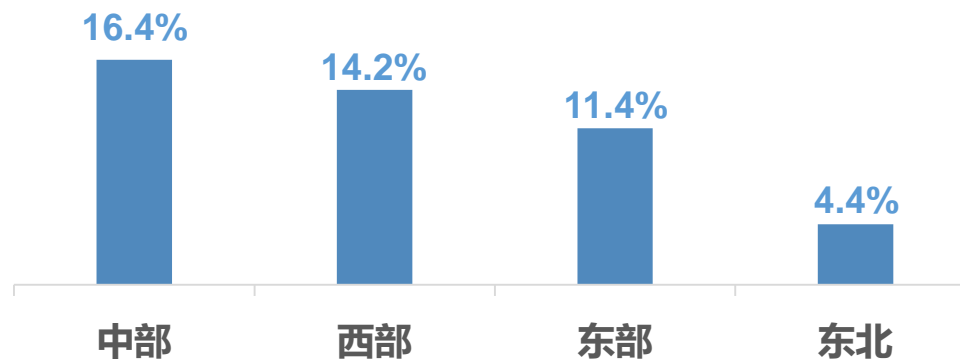
中部地区增速领先

前三季度，东、中、西部和东北地区网络零售额占全国比重分别为83.2%、9.4%、5.9%和1.5%。其中，中部地区网络零售额同比增长16.4%，高出全国4.8个百分点；西部、东部和东北部地区增速分别为14.2%、11.4%和4.4%。

2023年前三季度分地区网络零售额占比



2023年前三季度分地区网络零售额累计同比增速



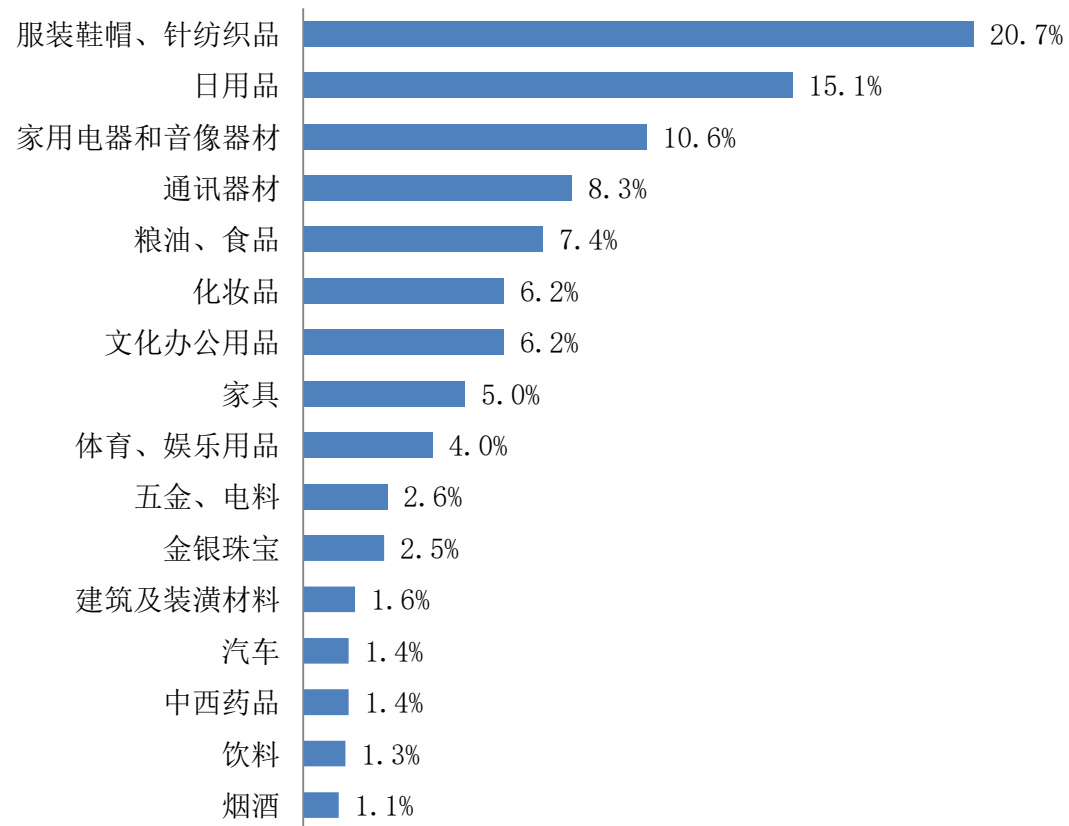
部分品类商品销售增速较快

前三季度，实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长10.4%、9.6%和8.5%。

从增速看，18类监测商品中，7类商品增速超两位数。其中，金银珠宝、通讯器材、烟酒同比增速较快，分别为34.8%、21.7%和20.1%。

从规模看，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居前，分别占实物网络零售额的20.7%、15.1%和10.6%。

2023年前三季度网络零售分品类交易额占比



数据来源：商务大数据

在线服务消费保持高速增长



在线餐饮增势较好。前三季度，重点监测的在线餐饮平台销售额同比增长27.4%，增速比上年同期提高25.6个百分点。其中，到店用餐占比21.5%，同比增长77.2%；外卖销售占比78.5%，同比增长18.3%。



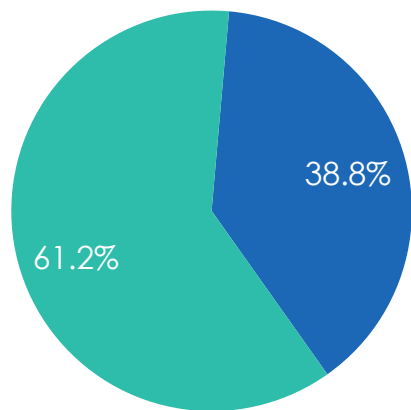
在线旅游和在线文娱高速增长。前三季度，重点监测的在线旅游平台销售额同比增长241.1%，其中线上销售的旅游产品、景点门票同比分别增长306.1%和209.8%。文娱活动线上销售额同比增长94.9%。

网络零售平台店铺数量同比增加

截至2023年9月，网络零售平台店铺数量为2516.6万家，同比增长1.8%。其中，实物商品店铺数1362.9万家，占比54.2%。

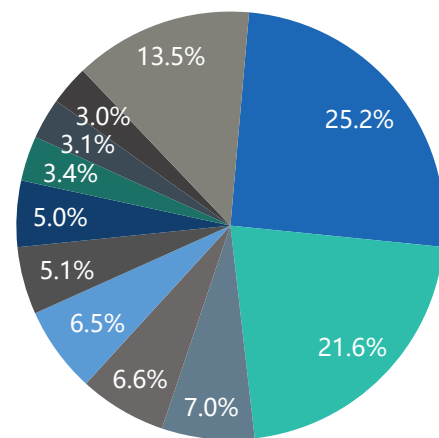
2023年前三季度网络零售各类店铺分布情况

店铺类型分布



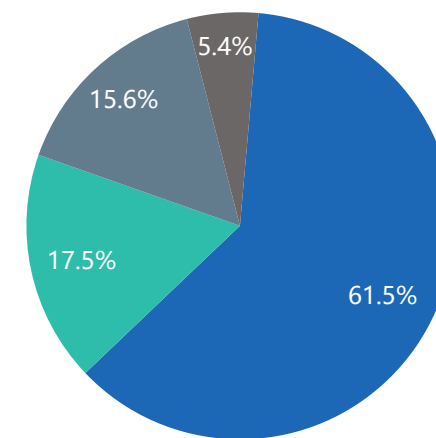
■ 个人店铺 ■ 企业店铺

店铺主营品类分布



■ 服装鞋帽、针纺织品 ■ 日用品 ■ 粮油、食品
■ 化妆品 ■ 五金、电料 ■ 体育、娱乐用品
■ 文化办公用品 ■ 汽车 ■ 金银珠宝

店铺区域分布



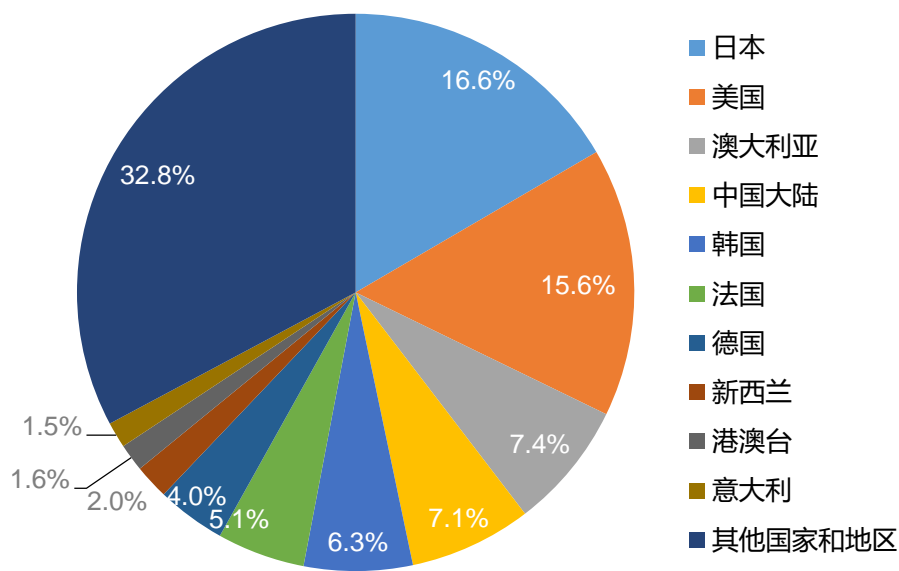
■ 东部地区 ■ 中部地区 ■ 西部地区 ■ 东北地区

数据来源：商务大数据，监测平台包括36家电商平台、2家在线餐饮平台和2家在线文娱平台。

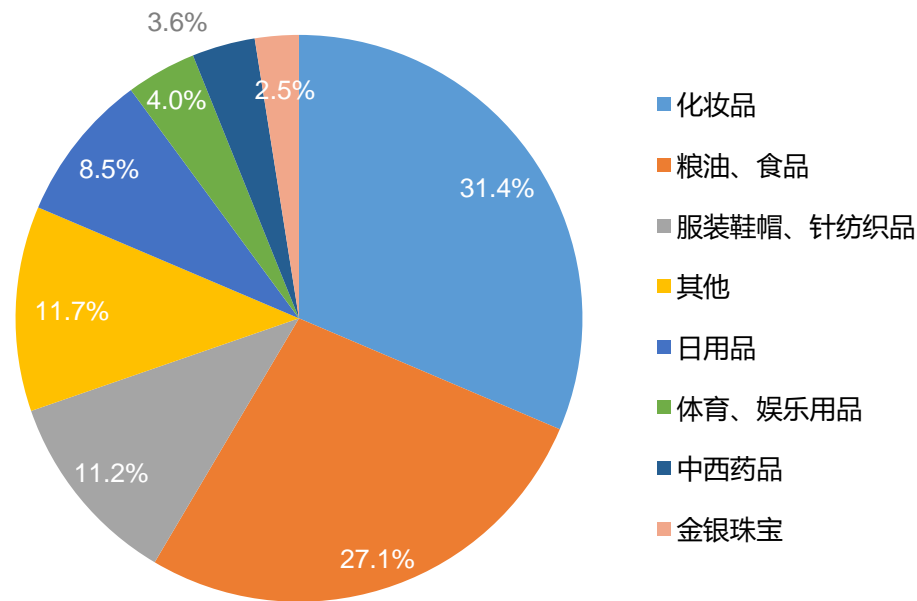
跨境电商实现快速增长

海关数据显示，前三季度，我国跨境电商进出口1.7万亿元，同比增长14.4%。商务大数据显示，从原产地看，原产自日本、美国和澳大利亚的商品跨境进口额位居前三位，占整体跨境网络零售进口额的39.6%；从进口品类看，化妆品、粮油食品和服装鞋帽针纺织品跨境进口额位居前三位，占整体跨境网络零售进口额的69.7%。

2023年前三季度跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2023年前三季度跨境网络零售进口商品交易额占比



数据来源：商务大数据

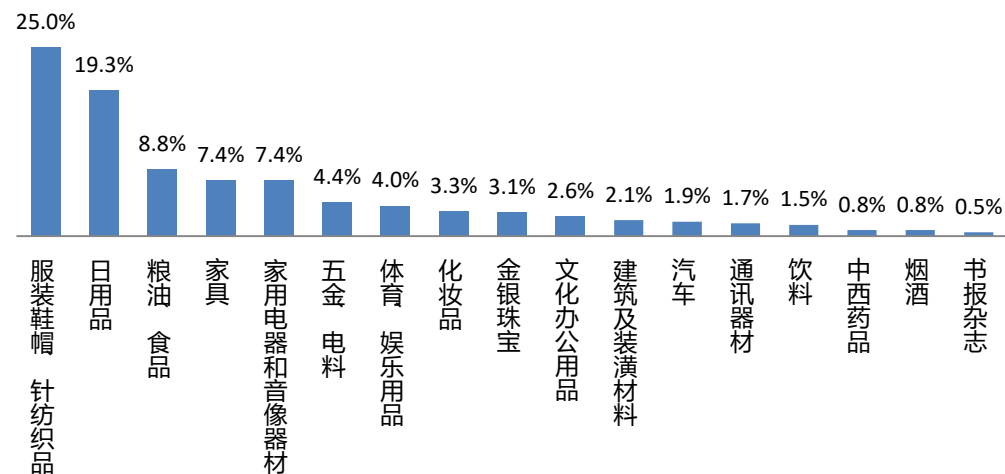
农村网络零售稳步增长

前三季度，全国农村网络零售额1.72万亿元，同比增长12.2%。其中，农村实物商品网络零售额1.56万亿元，同比增长11.5%。

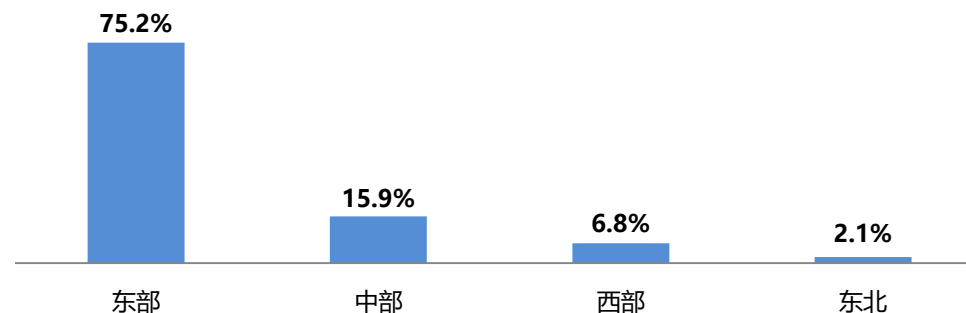
分品类看，服装鞋帽针纺织品、日用品、粮油食品网络零售额位居前三，占比分别为25%、19.3%和8.8%。其中，烟酒、金银珠宝、建筑及装潢材料同比分别增长40.6%、24.9%和15.6%。

分地区看，东、中、西部和东北地区农村网络零售额占全国农村网络零售额比重分别为75.2%、15.9%、6.8%和2.1%，同比分别增长8.8%、25.4%、26.8%和7.6%。

2023年前三季度农村网络零售分品类交易额占比



2023年前三季度农村网络零售分地区交易额占比



数据来源：商务大数据

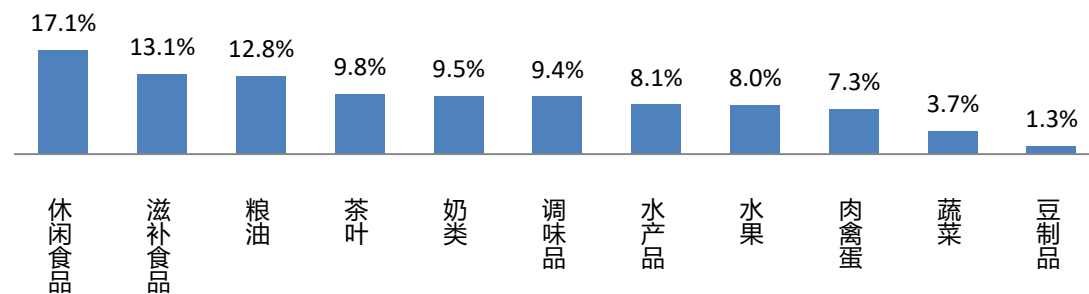
农产品网络零售额保持增长

前三季度，全国农产品网络零售额0.41万亿元，同比增长13.3%。

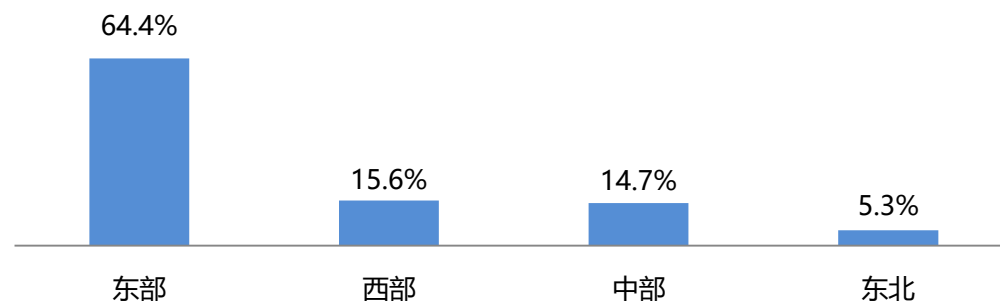
分品类看，休闲食品、滋补食品和粮油网络零售额位居前三，占比分别为17.1%、13.1%和12.8%。

分地区看，东、西、中部和东北地区农产品网络零售额占全国农产品网络零售额比重分别为64.4%、15.6%、14.7%和5.3%，同比分别增长12.9%、17.2%、12.0%和11.0%。

2023年前三季度农产品网络零售分品类交易额占比



2023年前三季度农产品网络零售分地区交易额占比



数据来源：商务大数据



02

中国网络零售市场发展特点

一、直播电商等新业态发展势头强劲

充分发挥国家电子商务示范基地和示范企业引领作用，推动直播、短视频等新业态新模式规范健康持续发展。

1

带动消费增量

170家国家电子商务示范基地中151家建立了直播基地，全国直播电商销售额达1.98万亿元，增长60.6%，占网络零售额的18.3%，直播电商拉动网零增速7.7个百分点。

2

促进创业就业

活跃电商主播数337.4万人，增长164.3%。义乌市新增电商主体占新增经营主体总数的3/4。四川蒲江打造农产品直播电商产业链，全县28万人口中，从事电商产业的超过3万人。

3

推动产业转型

企业自播比例提升至接近一半，店播、厂播、走播等新场景不断拓展，老字号纷纷通过直播触网，拓展营销渠道。

二、数实融合助力传统产业转型升级



推动农业全链条数字化转型升级

深入实施“数商兴农”进江西、进贵州活动，开展“三品一标”认证帮扶，带动农产品生产标准化和产业化。全国农村网络零售额1.7万亿元，增长12.2%。广东茂名农民参与“十万电商卖荔枝”活动，销售收入达23.5亿元。



推动电子商务与制造业深度融合

化工、钢铁、建材等一批交易额过千亿的工业品垂直行业B2B平台涌现，提供全流程在线化服务。国家电子商务示范基地和企业积极推进数字技术赋能，在全国形成服装、家具等数十个特色数字化产业带。

三、“丝路电商”为全球数字经济发展注入动力



为双边贸易注入新动能

与菲律宾、印尼签署双边电子商务合作备忘录，“丝路电商”伙伴国增至30国，组织开展汇聚中亚云品、网罗东盟好物等特色活动，与东盟共同通过《中国-东盟关于加强电子商务合作的倡议》。与30个“丝路电商”伙伴国跨境电商进出口占我国跨境电商进出口总额超三成。



共享数字经济发展机遇

加强能力建设合作，组织“云上大讲堂”中亚、东盟、中东欧专场，分享电商普惠实践，共计1000余人参与研讨。举办金砖国家数字经济对话会、中国-东盟丝路电商论坛等活动，促进产业对接和政企交流。帮助伙伴国完善数字基础设施，指导电商企业“走出去”，带动智慧物流、移动支付、云计算等全产业链发展。



打造经贸合作新引擎

加快创建“丝路电商”合作先行区，探索体制机制创新，扩大制度开放。



谢谢!