

2023年一季度中国网络零售 市场发展报告

商务部
电子商务和信息化司

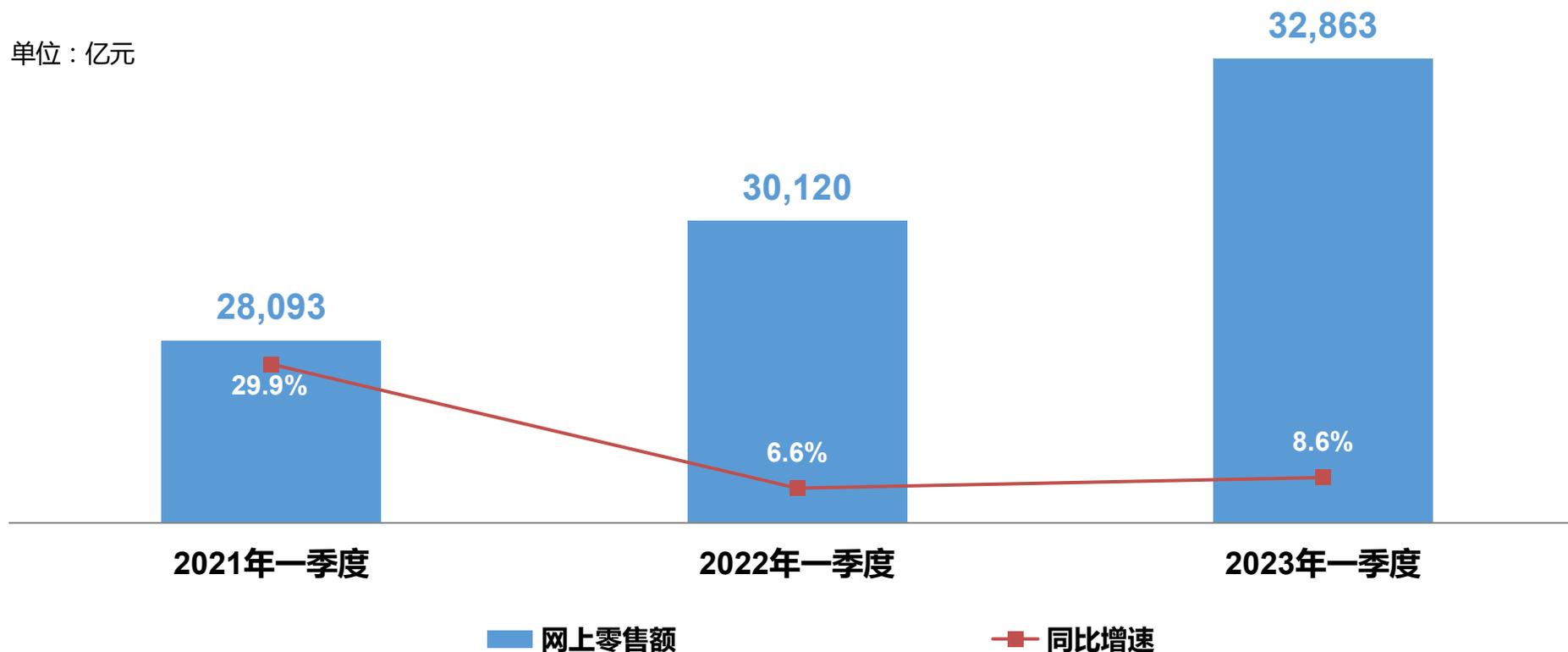


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售市场保持良好发展势头

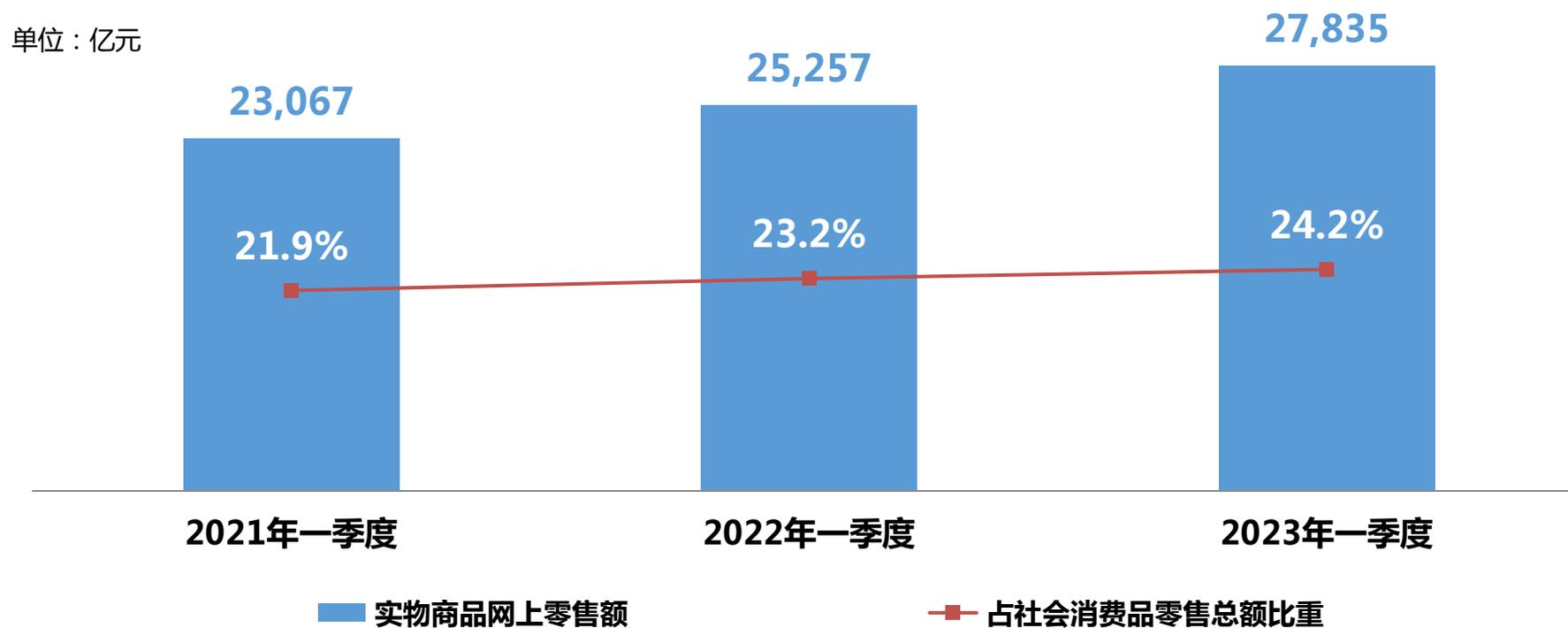
➤ 2023年一季度，全国网上零售额达**3.29万亿元**，同比增长**8.6%**，助力消费市场持续复苏。



数据来源：国家统计局

实物商品网上零售额占比提升

- 一季度，实物商品网上零售额**2.78万亿元**，同比增长**7.3%**，占社会消费品零售总额的比重为**24.2%**，较上年同期提升**1个百分点**，拉动社会消费品零售总额增长**1.7个百分点**。

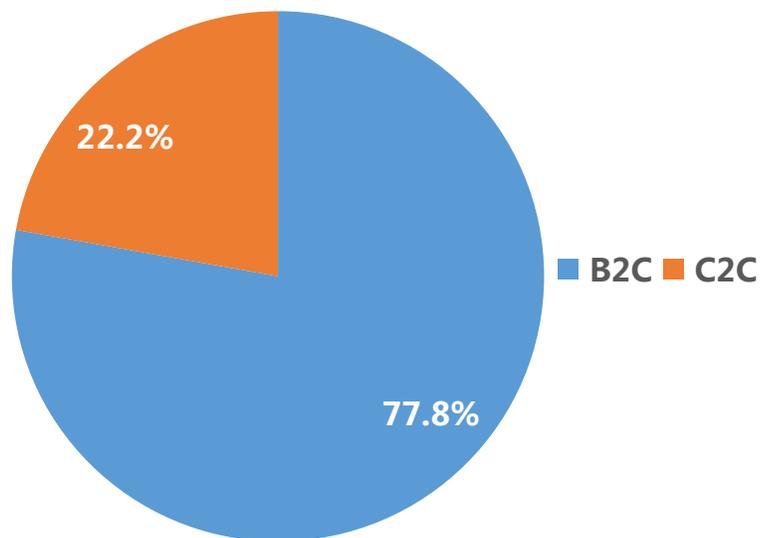


数据来源：国家统计局

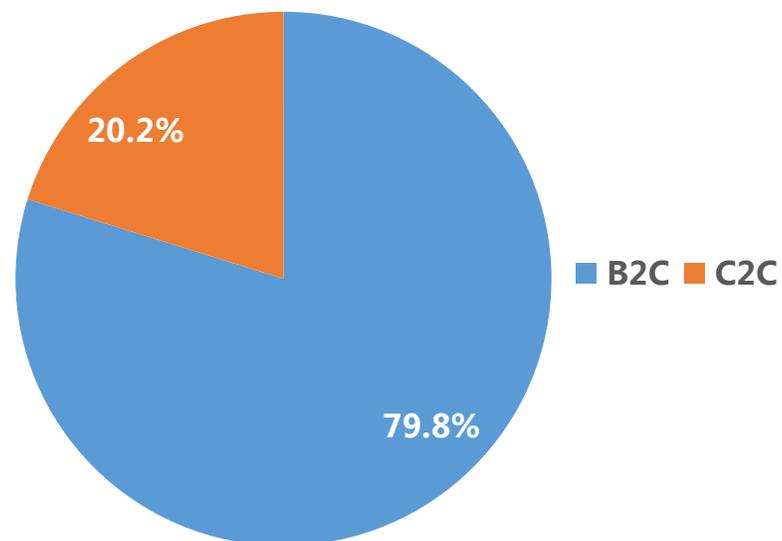
B2C网络零售额占比增大

- 一季度，B2C网络零售额同比增长**9.5%**，占网络零售额比重为**79.8%**；C2C网络零售额同比增长**5.3%**，占网络零售额比重为**20.2%**。

2022年一季度B2C/C2C网络零售额占比



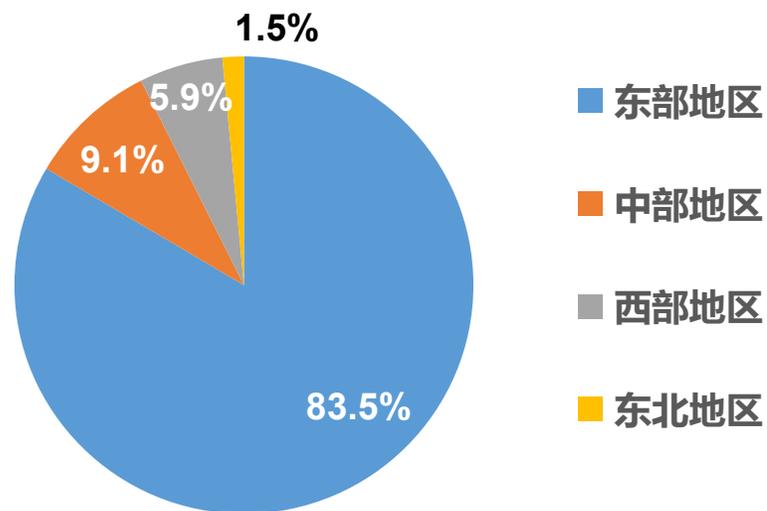
2023年一季度B2C/C2C网络零售额占比



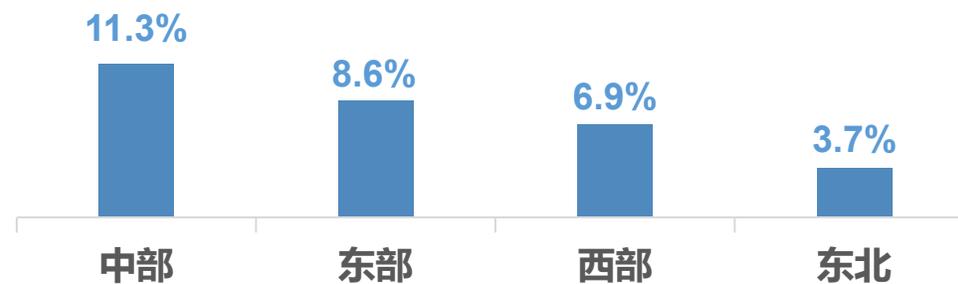
各地区网络零售额增速不同程度加快

➤ 一季度，东、中、西部和东北地区网络零售额占全国比重分别为**83.5%**、**9.1%**、**5.9%**和**1.5%**，同比增速分别为**8.6%**、**11.3%**、**6.9%**和**3.7%**。

2023年一季度分地区网络零售额占比



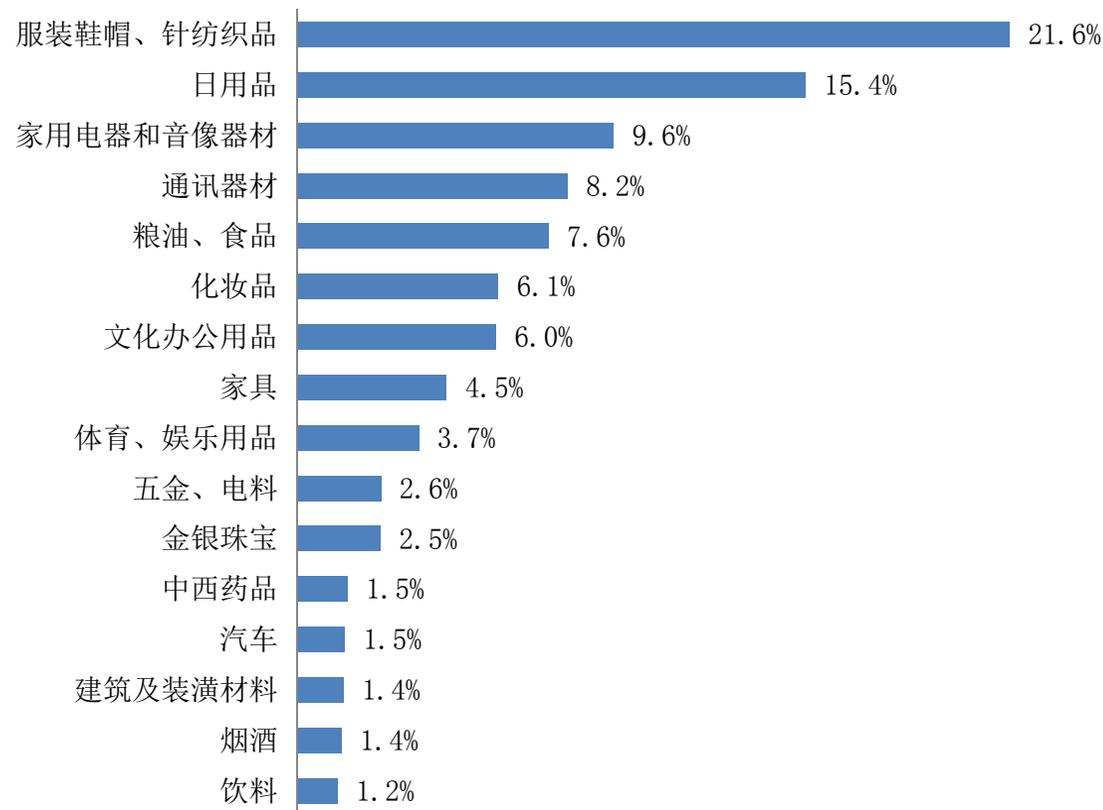
2023年一季度分地区网络零售额累计同比增速



6类商品销售实现两位数增长

- 一季度，实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长**7.3%**、**8.6%**和**6.9%**。
- 从增速看**，18类监测商品中，6类商品增速超过两位数。金银珠宝、通讯器材、烟酒同比增速较快，分别为**28.1%**、**18.5%**和**14.4%**。
- 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**21.6%**、**15.4%**和**9.6%**。

2023年一季度网络零售分品类交易额占比



数据来源：商务大数据

在线服务消费明显回升



在线餐饮市场销售较快增长。一季度，重点监测的在线餐饮平台销售额同比增长**17.1%**，监测范围内所有省级行政区的在线餐饮销售额同比增速均超**7%**。其中，到店用餐占比**21.4%**，同比增长**54.2%**；外卖销售占比**78.6%**，同比增长**9.9%**。



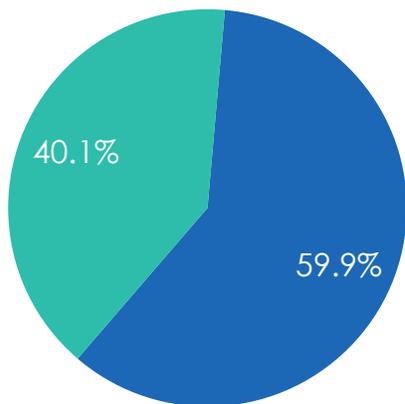
在线旅游和在线文娱强劲复苏。一季度，重点监测的在线旅游平台销售额同比增长**115.8%**，其中线上销售的旅游产品、景点门票同比分别增长**173.4%**和**97.8%**。重点监测的在线文娱活动场次数为**2966.4**万场，同比增长**17.4%**。

网络零售平台店铺数量同比增加

➤ 截至2023年3月，商务大数据重点监测的网络零售平台店铺数量为**2392.2万家**，同比增长**0.3%**。其中，实物商品店铺数**1274.3万家**，占比**53.3%**。

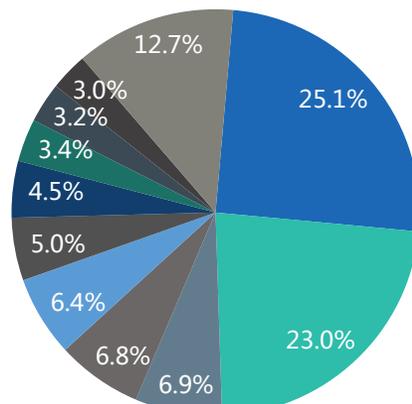
2023年一季度网络零售各类店铺分布情况

店铺类型分布



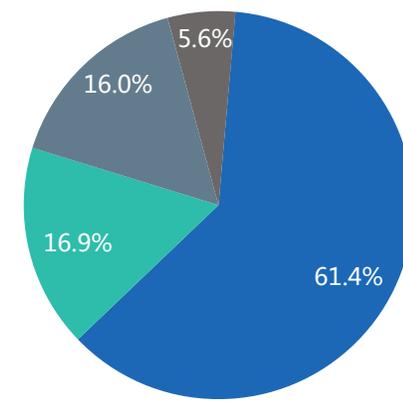
■ 个人店铺 ■ 企业店铺

店铺主营品类分布



■ 服装鞋帽、针纺织品 ■ 日用品 ■ 粮油、食品
■ 五金、电料 ■ 化妆品 ■ 体育、娱乐用品
■ 文化办公用品 ■ 汽车 ■ 家用电器和音像器材
■ 家具 ■ 其他

店铺区域分布



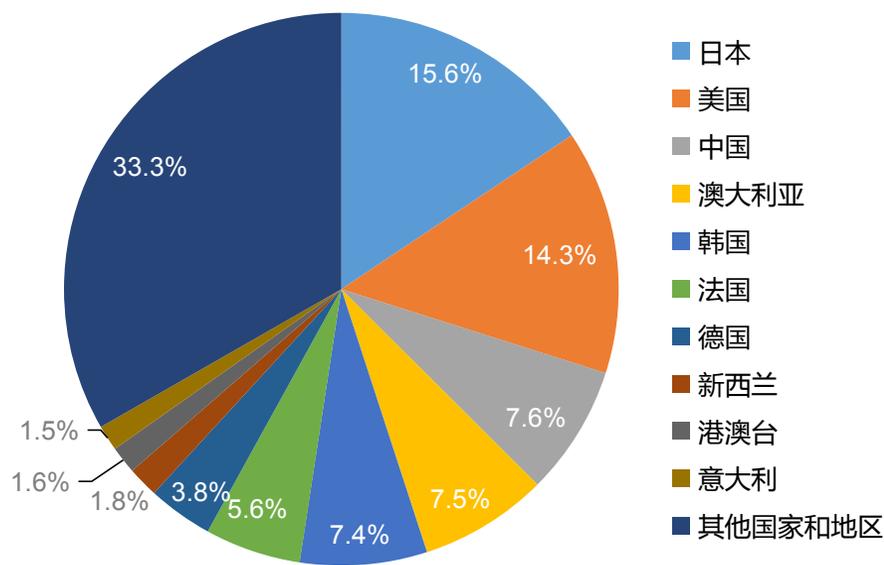
■ 东部地区 ■ 中部地区 ■ 西部地区 ■ 东北地区

数据来源：商务大数据，监测平台包括34家电商平台、2家在线餐饮平台和2家在线文娱平台。

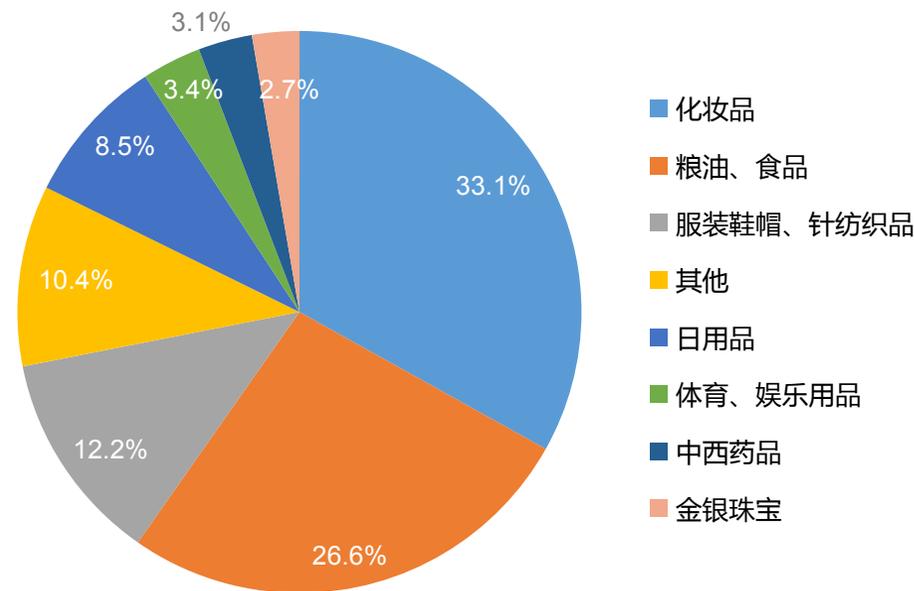
跨境电商平稳运行

➤ 商务大数据监测显示，**从原产地看**，原产自日本、美国和中国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**37.5%**；**从进口品类看**，化妆品、粮油食品和服装鞋帽针织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**71.8%**。

2023年一季度跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2023年一季度跨境网络零售进口商品交易额占比

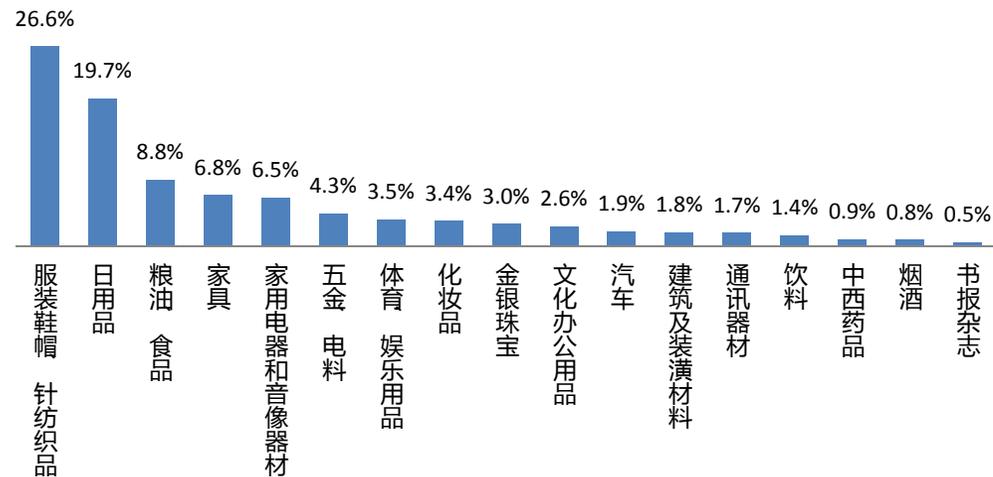


数据来源：商务大数据

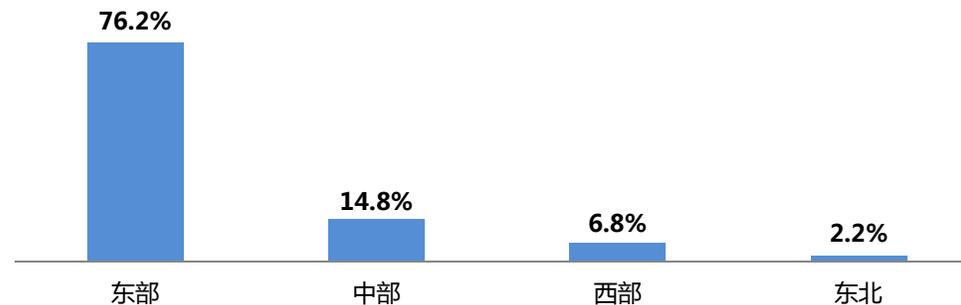
农村电商增势较好

- 一季度，全国农村网络零售额**5233.4亿元**，同比增长**8.8%**。其中，农村实物商品网络零售额**4766.6亿元**，同比增长**7.7%**。
- 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**26.6%**、**19.7%**和**8.8%**。其中，烟酒、书报杂志、金银珠宝、体育娱乐用品等升级类商品销售额同比分别增长**18.6%**、**14.3%**、**8.4%**和**6.4%**。
- 分地区看**，东部、中部、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**76.2%**、**14.8%**、**6.8%**和**2.2%**，同比分别增长**6.5%**、**16.5%**、**22.9%**和**2.9%**。

2023年一季度农村网络零售分品类交易额占比



2023年一季度农村网络零售分地区交易额占比

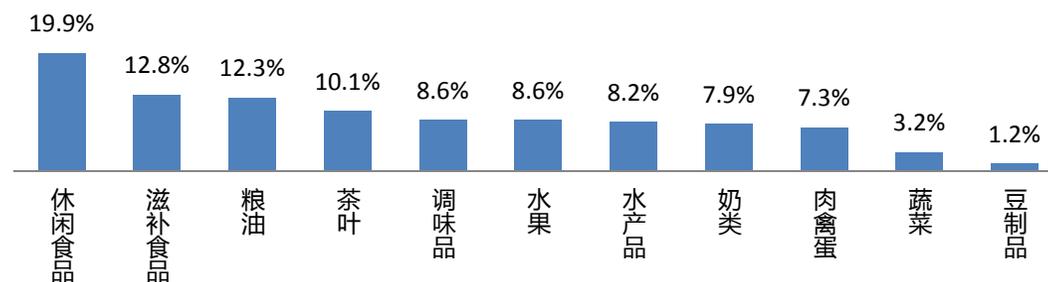


数据来源：商务大数据

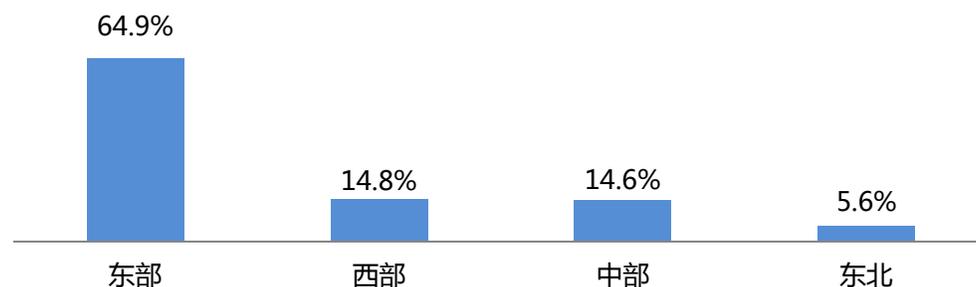
农产品网络零售稳步增长

- 一季度，全国农产品网络零售额**1371.9亿元**，同比增长**8.6%**。
- **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**19.9%**、**12.8%**和**12.3%**。
- **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**64.9%**、**14.8%**、**14.6%**和**5.6%**，同比分别增长**7.2%**、**19.8%**、**4.2%**和**10.3%**。

2023年一季度农产品网络零售分品类交易额占比



2023年一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、网络零售助力消费市场加快复苏

➤ 一季度，随着疫情防控较快平稳转段，稳经济政策的效果持续显现，网络零售保持良好发展势头。



一是网络零售为消费市场提供新动能。据国家统计局数据，一季度，全国实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为**24.2%**，比上年同期提高**1个百分点**。商务部牵头指导开展“**2023全国网上年货节**”，各大电商平台和各地方也举办形式多样的促消费活动，极大激发网络消费潜力。据商务大数据监测，今年的“年货节”带动全国网络零售额**突破万亿元**，比2022年农历同期增长**12.9%**。



二是在线服务消费复苏强劲。随着疫情防控政策优化调整，接触型、出行类服务消费恢复加快，**在线餐饮、在线旅游、在线文娱、居民生活等服务消费复苏强劲**，彰显在线服务消费市场的潜力和韧性。



二、“数商兴农”助力农村电商发展



农村网零增速高于全国网零增速

- 商务大数据显示，一季度，全国农村网络零售额同比增长**8.8%**，高于全国网上零售额同比增速。

举办“数商兴农”专场

- “年货节”期间，商务部组织各地方和重点企业举办**“数商兴农”专场**。



推进“数商兴农”进地方

- 联系对接相关地方商务主管部门，推进**“数商兴农”进地方**工作，以**渠道下沉**为主线，推动农村消费进一步恢复和扩大，带动**农产品上行和农民增收**。

三、电子商务国际合作稳步推进

“丝路电商”国际合作加强

1月，我国与**菲律宾**签署《中华人民共和国商务部和菲律宾共和国贸易与工业部关于电子商务合作的谅解备忘录》。截至目前，与我国建立双边电子商务合作机制的伙伴国至此已增至**29个**。

支持政策持续出台

3月，我部联合16部门联合发布《**关于服务构建新发展格局推动边(跨)境经济合作区高质量发展若干措施的通知**》，指导支持有关边（跨）境经济合作区及所在省区用好区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）等规则体系，进一步扩大和深化与RCEP成员国在数字经济等领域的合作，支持边（跨）境经济合作区高质量发展。

四、电商新业态新模式蓬勃发展



1

直播电商

一季度，重点监测电商平台累计直播场次数超**4300万场**，累计观看人次超**3600亿人次**，直播商品数超**3400万个**，活跃主播数超**200万人**。

2

即时零售

以生鲜、日用百货、药品为代表的即时零售服务迅速发展，即时零售渗透的行业和品类持续扩大，覆盖更多应用场景。



谢谢!