

2021年上半年中国网络零售市场发展报告

商务部

电子商务和信息化司

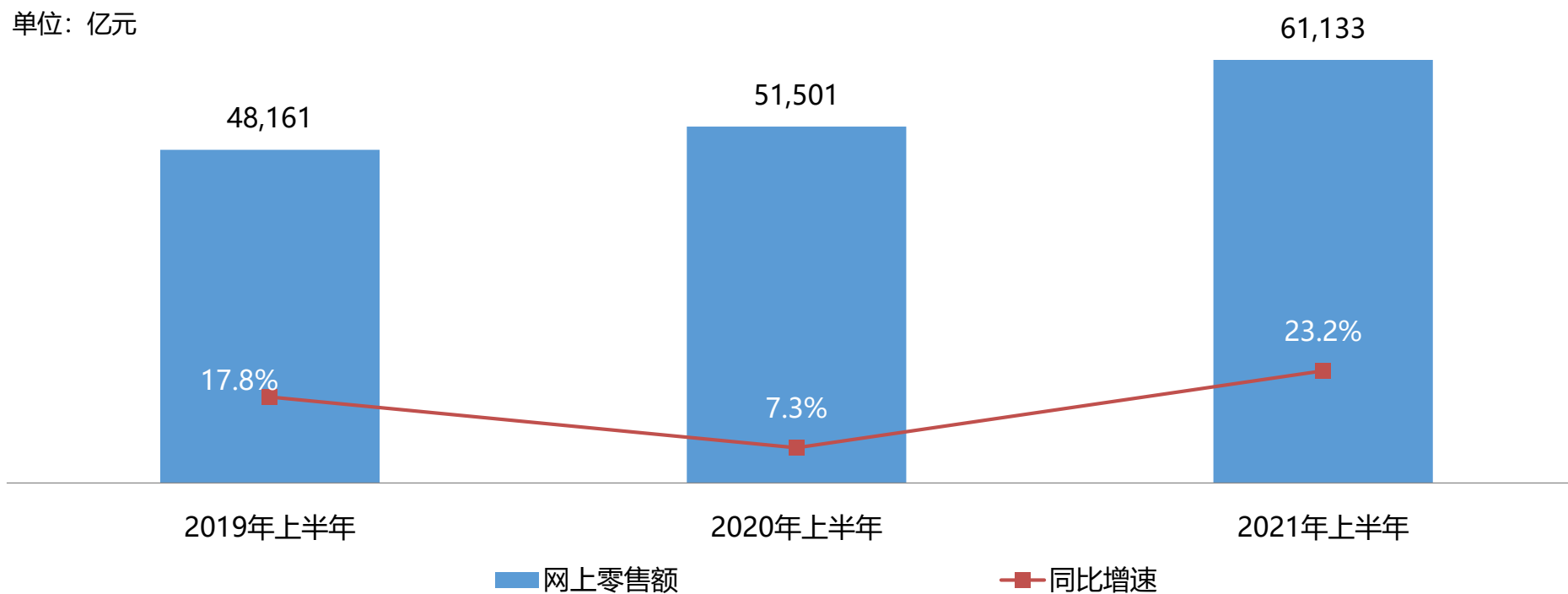


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售市场保持稳健增长势头

- 2021年上半年，网络零售市场规模稳步增长。国家统计局数据显示，上半年网上零售额达**6.11万亿元**，同比增长**23.2%**，两年平均增长**15.0%**。

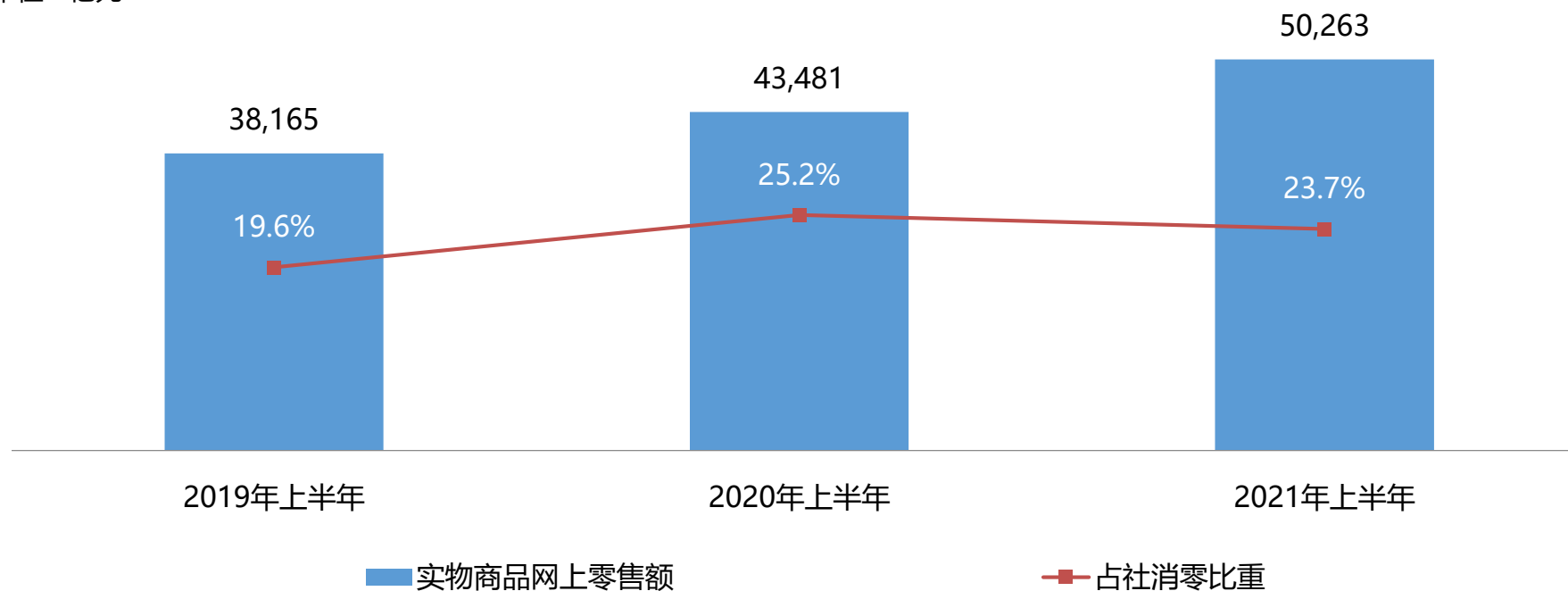


数据来源：国家统计局

实物商品网上零售成为社消零重要组成

- 国家统计局数据显示，上半年实物商品网上零售额**5.03万亿元**，同比增长**18.7%**，两年平均增长**16.5%**，占社会消费品零售总额的比重为**23.7%**。

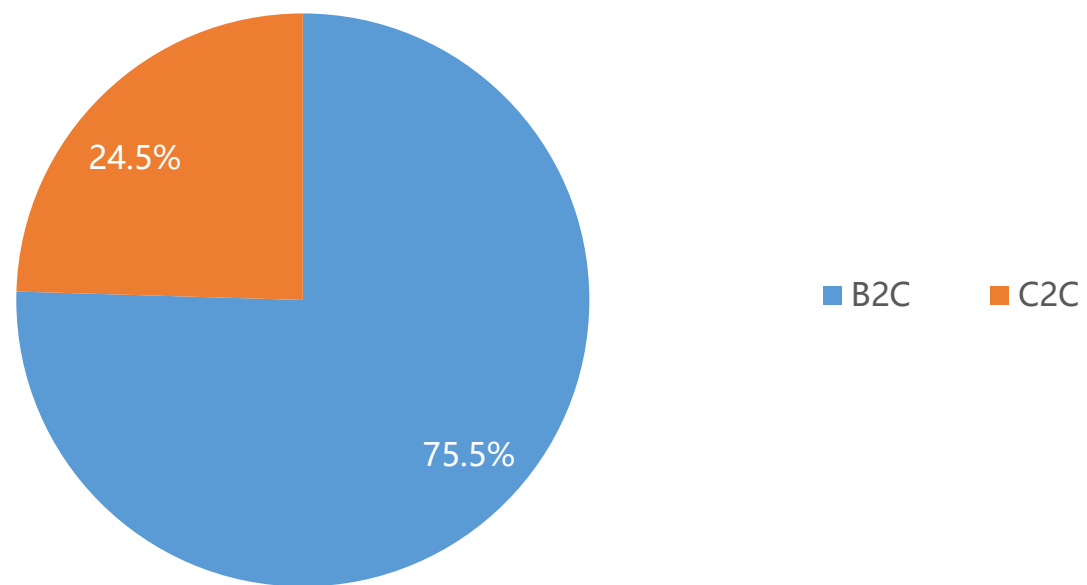
单位：亿元



数据来源：国家统计局

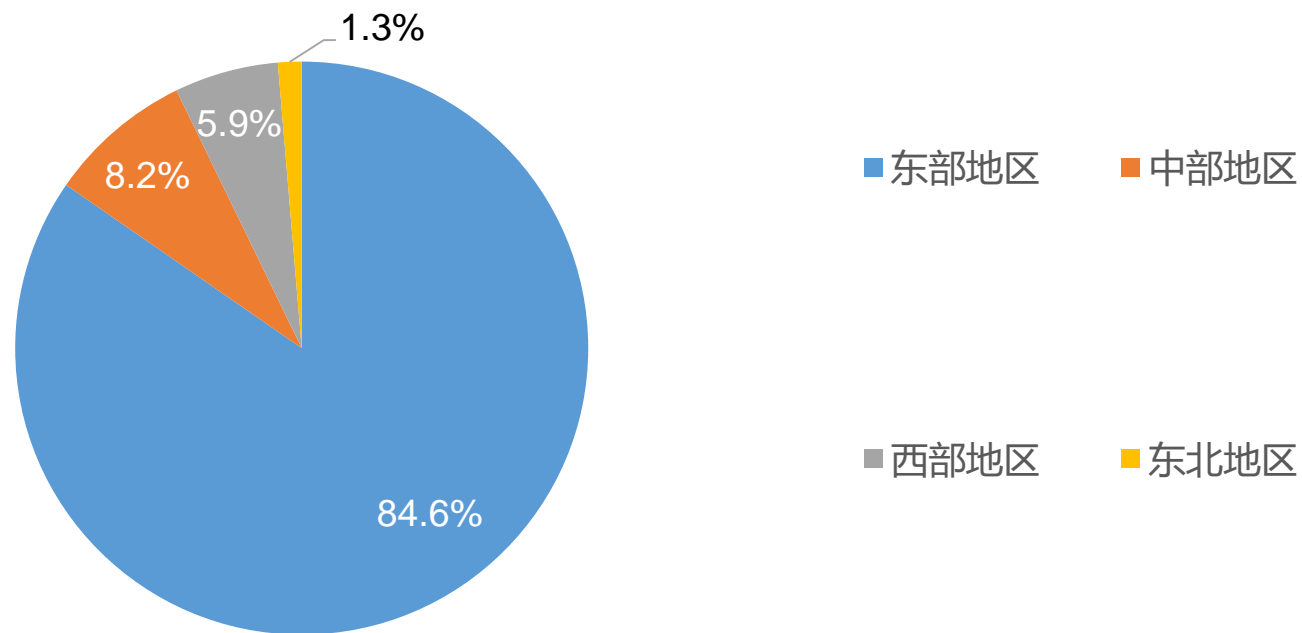
分结构看，C2C增速更快，表明大量中小商家恢复活力

- 分结构看，2021年上半年B2C网络零售额占比为**75.5%**，同比增长**20.6%**；C2C占比**24.5%**，同比增长**22%**。2021年大量中小商家快速恢复活力，C2C零售额增长业务保持更高速的增长。



分地区看，西部地区增速领先全国

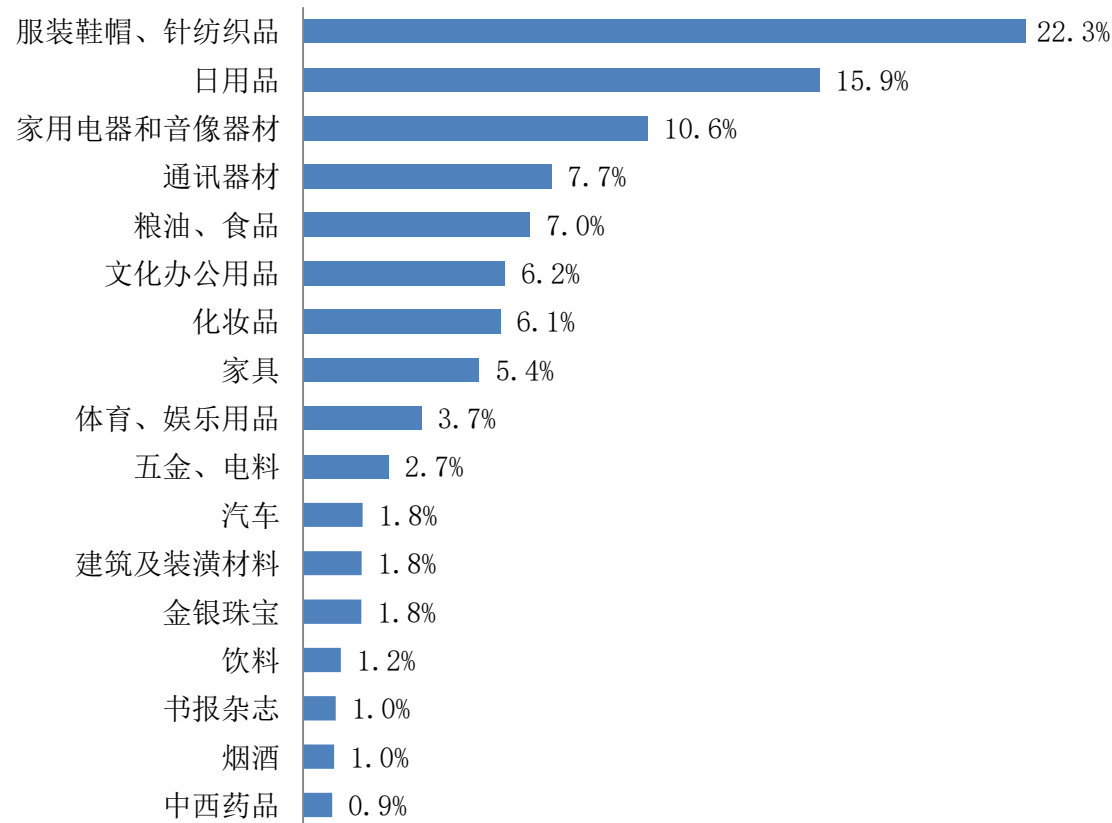
- 分地区看，2021年上半年东、中、西和东北地区网络零售额占全国比重分别为**84.6%**、**8.2%**、**5.9%**和**1.3%**，同比增速分别**20.3%**、**21.5%**、**32.1%**和**13.0%**。



分品类看，国产品牌及红色主题商品增长亮眼

- 国家统计局数据显示，上半年在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长**23.5%、24.1%和16.7%**，两年平均分别增长**30.9%、9.8%和17.0%**。
- 商务大数据监测显示，从占比看，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位，分别占实物网络零售额的**22.3%、15.9%和10.6%**。从增速看，中西药品、烟酒、建筑及装潢材料、五金电料、家具同比增速均**高于30%**。
- 上半年，老字号和新晋国货的品牌增长迅速，国产品牌销售额占网络零售额比重超过**70%**。老字号品牌销售额同比增长超过**40%**，**5个**老字号销售额过十亿。
- 红色商品在线消费增长较快。商务大数据显示，上半年党史书籍同比增长**21倍**。

2021年上半年网络零售分品类交易额占比



数据来源：商务大数据

在线服务业中，餐饮、旅游等服务消费增长较快



在线餐饮业务快速复苏，到店消费增速明显。商务大数据重点监测的在线餐饮平台1-6月零售额同比增长**48.2%**，其中外卖销售占比达到**86.8%**，从二季度的数据来看，在线餐饮外卖的占比有所下降，到店占比恢复至近15%的水平。



在线旅游显著回暖，零售额大幅增长。商务大数据重点监测的在线旅游1-6月零售额同比增长**71.6%**，其中旅游产品同比增长**21.8%**。二季度人们购买旅游产品进行长线出游占比明显增加。其中，国内游相比去年上半年同比**翻番**。



在线文娱小长假档期表现亮眼，电影市场恢复超九成。继二月春节档电影市场迎来爆发后、五一档又迎来小高峰，小长假档期电影市场表现亮眼。商务大数据重点监测的在线电影1-6月网络零售额较2019年同期恢复超**九成**。



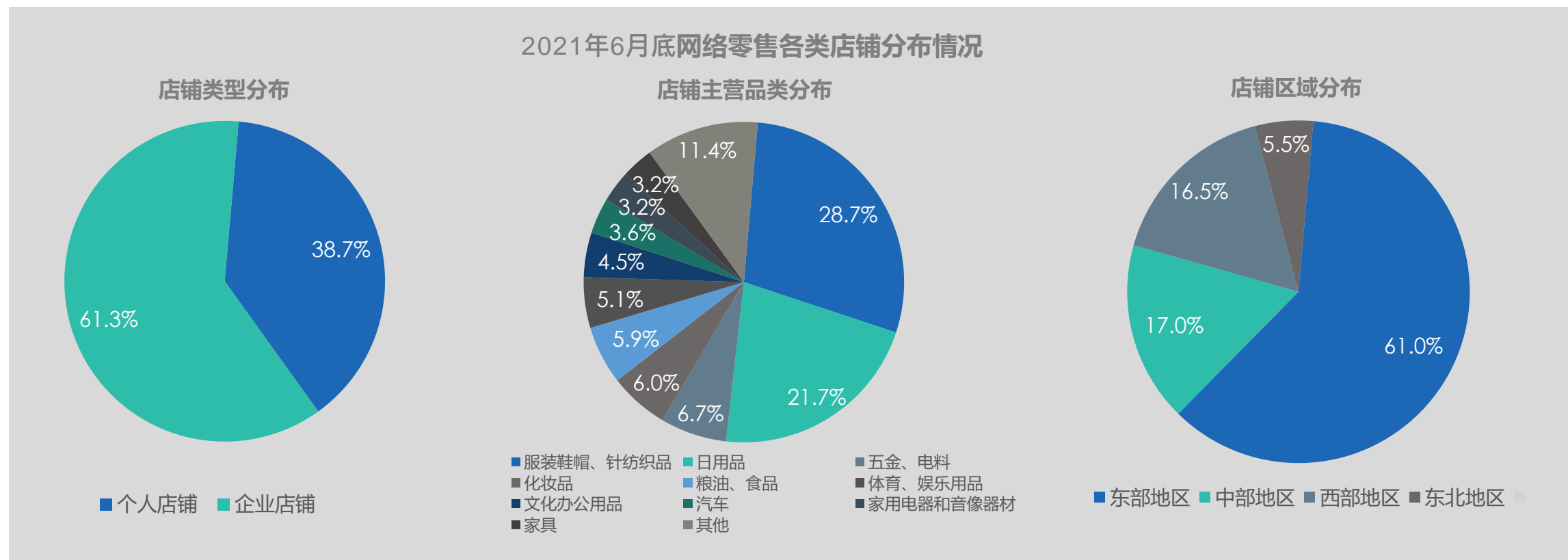
在线家政人数稳定增长，家务员增速最快。据商务大数据对重点电商平台监测显示，截至6月，在线家政从业人数同比增长**14.4%**。在线家政人员工作类型分布中，家务员同比增长最高，为**56.0%**。在线家政家务员年龄分布中，40-50岁人员占比**47.2%**，50岁及以上人员占比**39.7%**。



在线医疗普及度逐渐提升。商务大数据重点监测的1-6月在线医疗患者咨询数较2019年上半年增长**83.6%**，两年平均增长**35.5%**。六月底在线医生数再创新高，在线医生数同比增长21.7%。在线医院数同比增长**4.0%**。

分主体看，网络零售平台店铺数量同比略有下降

➤ 截至2021年6月底，商务大数据重点监测的网络零售平台店铺数量为**2152.5万家**，同比下降**6.9%**。其中，实物商品店铺数**1066.7万家**，占比**49.6%**。



数据来源：商务大数据，监测平台包括24家电商平台、2家在线餐饮平台和2家在线文娱平台。

上市企业市值稳健增长，电商企业营收增速明显

- 截至2021年6月底，14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**12.95万亿元**，较一季度末下降3.3个百分点。其中，小米集团、美团点评、途牛网、神州租车、拼多多、趣店、京东等多家企业市值较去年同期增长较快。
- 目前已发布2021年一季度财报的11家网络零售和生活服务电商上市企业，2021年一季度实现营业收入总计**7497.5亿元**，同比增长**42.3%**。其中，拼多多、美团、唯品会、小米集团营收增长超过**50%**。



数据来源：企业财报公开数据整理

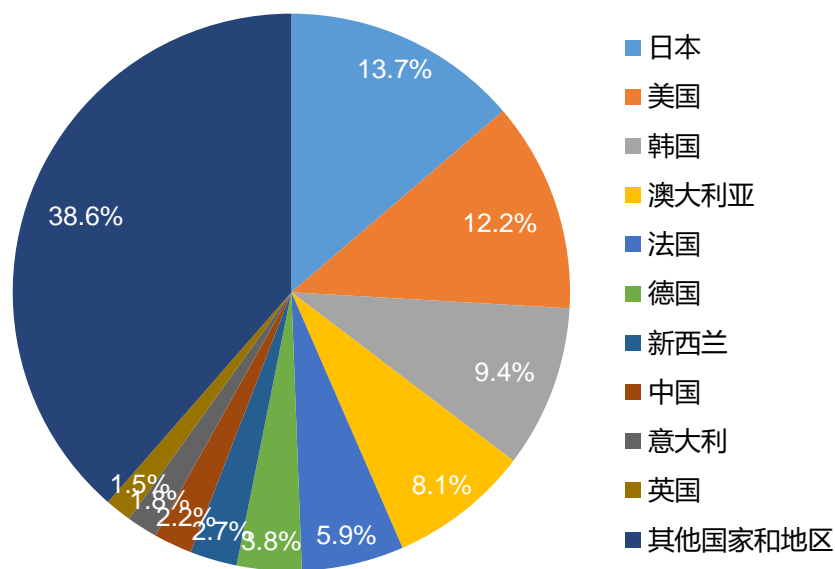
14家上市网络零售和生活服务企业分别为阿里巴巴、腾讯控股、小米集团、京东、美团点评、拼多多、携程网、苏宁易购、唯品会、神州租车、趣店、途牛网、寺库控股、宝宝树集团。

11家公布财报数据的企业分别为阿里巴巴、京东、苏宁易购、唯品会、腾讯控股、神州租车、携程网、途牛网、小米集团、拼多多、美团。

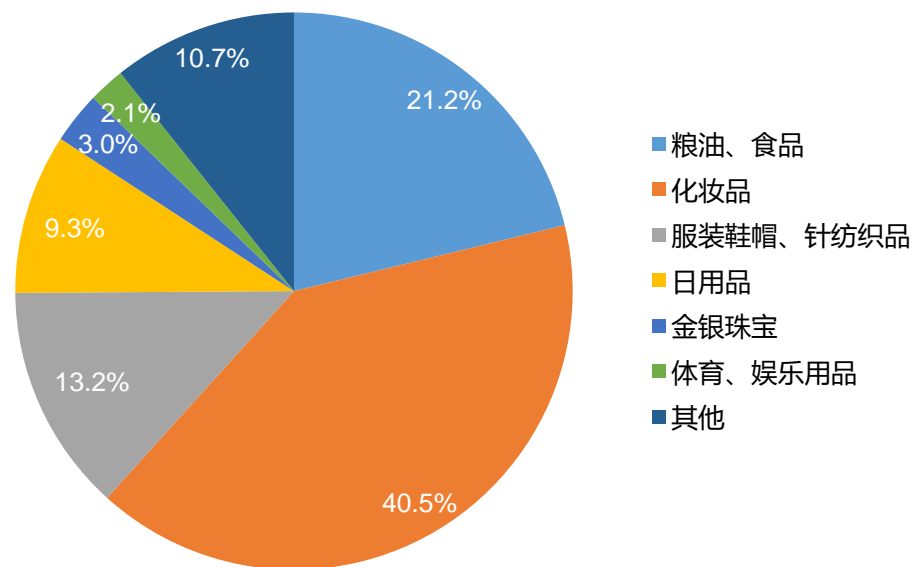
跨境电商稳健增长，进出口均保持旺盛势头

➤ 2021年上半年，我国跨境电商进出口继续保持良好发展势头。海关数据显示，跨境电商进出口**8867亿元**，同比增长**28.6%**。其中，出口**6036亿元**，增长**44.1%**；进口**2831亿元**，增长**4.6%**。

2021年上半年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2021年上半年跨境网络零售进口商品交易额占比

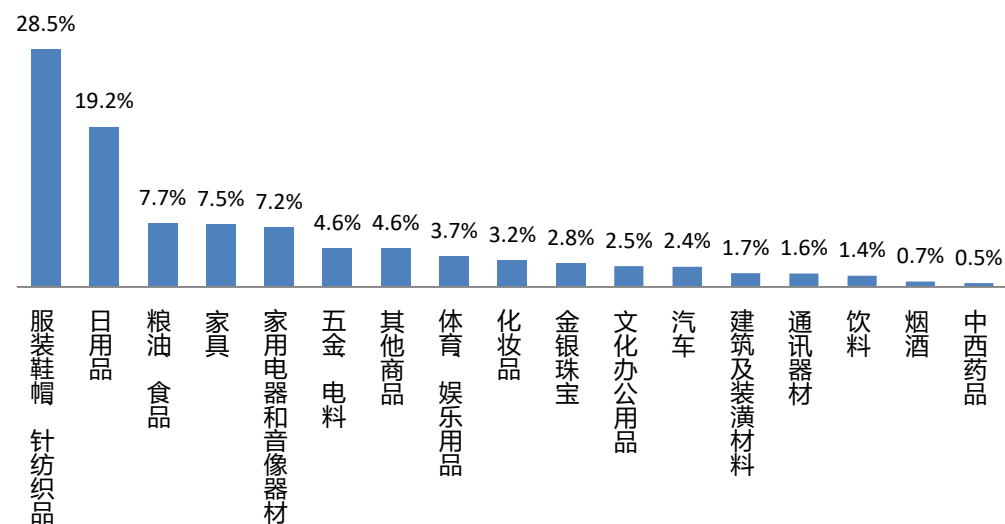


图表数据来源：商务大数据

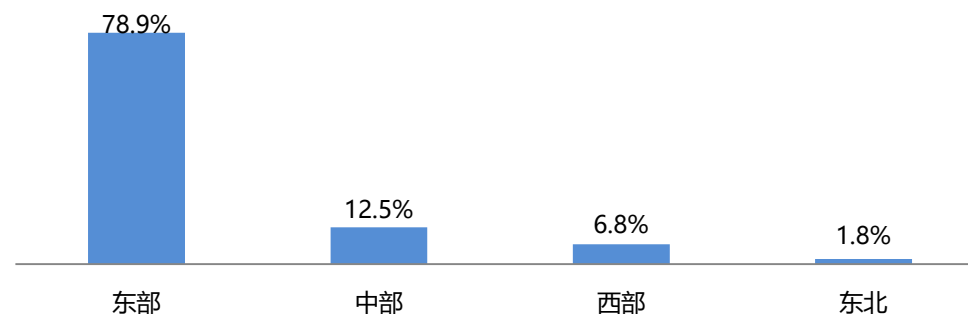
农村电商规模持续扩大，有效助力乡村振兴

- 2021年上半年，全国农村网络零售额**9549.3亿元**，同比增长**21.6%**。其中，农村实物商品网络零售额**8663.1亿元**，同比增长**21%**。
- 分品类看，服装鞋帽、日用品和粮油食品销售额位居前三，占比分别为**28.5%**、**19.2%**和**7.7%**；中西药品、电子出版物、通讯器材、烟酒、五金电料零售额同比增速均超过**30%**。
- 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**78.9%**、**12.5%**、**6.8%**和**1.8%**，同比增速分别为**21.6%**、**20.5%**、**25.2%**和**15.8%**。

2021年上半年农村网络零售分品类交易额占比



2021年上半年农村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

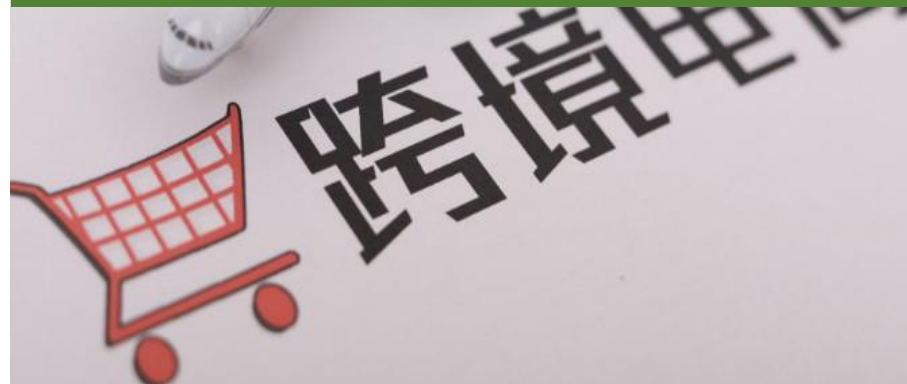
网络零售稳健增长，为“十四五”开局奠定坚实基础

- 网络零售在巩固新冠疫情防控成果和推动消费等诸多领域发挥了重要作用，为扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务，推动“十四五”良好开局奠定了坚实的发展基础：上半年网上零售额两年平均增长**15.0%**，高于社会消费品零售总额两年平均增速**10.6个百分点**，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达**23.7%**。

直播电商和社区团购新模式规范发展，在线服务强势复苏推动数字商业蓬勃向好。



跨境电商等新业态保持高速发展势头，农村电商的基础设施及服务发展基础不断夯实。



市场规范不断强化，新模式发展进一步规范

- 上半年，直播电商和社区团购作为新兴的电商模式，在保持快速增长的同时，在监管规制推动下进一步规范发展。

政府规范和行业自律加强

- 上半年，《网络交易监督管理办法》《网络直播营销管理办法（试行）》陆续发布，提出延长直播内容保存时间等防范措施，进一步明确直播营销平台主体的提醒、告知、处理等义务，不断压实平台主体责任。
- 上半年，政府不断加大社区电商价格监管和反不正当竞争工作力度，推动社区团购向高质量发展方向转变。社区团购企业逐步规范自身发展，通过签署承诺书等方式践行“九不得”规定，杜绝低价倾销、哄抬价格等违规行为，维护公平、健康市场环境。

服务升级和质量提升

- 上半年,直播电商呈现出集聚化、品牌化、专业化的发展趋势，全国各地以打造直播电商产业基地作为发展方向，形成行业集群效应和全国有影响力的直播产业基地。同时，直播电商通过采取柔性供应链、高标准品控等多种方式，有效提升质量和效率。
- 社区团购逐步从“补贴大战”向提升末端社区供应链能力转变，与生鲜电商、门店、前置仓融合逐步形成规模效应。

在线服务强劲复苏，商业数字化转型融合深入

➤ 上半年，在线服务市场受疫情防控利好，多个领域增长较快，商业数字化转型趋势愈加明显。

在线服务市场恢复活跃



- 餐饮外卖、在线旅游等市场加速反弹，“双品网购节”期间，在线餐饮销售额同比增长51.1%，其中，到店餐饮在线销售额同比增长2倍；在线旅游销售额同比增长3.3倍，私家团游、亲子游、红色游等高品质出游成发展趋势。

商业数字化转型加快



- 各类商业业态加速数字化转型，智慧零售、智慧供应链、数字商圈等领域形成了若干显著成效的应用场景，推动数字商业实现全用户、全地域的扩展。

即时零售电商发展迅猛



- 以即时配送体系为基础的高时效性到家消费业态取得快速发展，除医药、蔬果、粮油副食等“应急”商品外，3C数码、美妆、服饰等商品的1小时达零售服务也受到越来越多消费者青睐。

平台增强合规意识，多元化跨界探索新业务

平台强化公平竞争及合规意识

- 随着有关部门对互联网违法违规问题的查处力度不断增强，平台企业对存在的问题积极整改，不断强化自律，推动形成公平竞争的市场环境。
- 多家互联网及科技企业积极响应政府规范平台经济秩序号召，发布合规经营承诺书。同时在商务部电商诚信建设推动下，电商企业积极开展诚信承诺，并通过全国电子商务公共服务平台公示诚信档案信息。由商务部指导的“建档立信 诚赢发展”电子商务企业诚信档案创建主题活动，在2021年中国网络诚信大会正式启动。

平台业务多元化发展，跨界经营趋势明显

- 短视频、直播平台通过打造“兴趣电商”“信任电商”，在拓展实物商品市场的同时，积极进军外卖、在线旅游等领域，依靠主播与用户强信任关系激发消费活力。
- 大型电商平台强化对社区团购、即时零售电商的布局，经营品类由生鲜果蔬逐步扩展至日用百货、药品等，在便利居民生活的同时，进一步带动线下商超门店数字化转型。

农村电商新基建增强，夯实农村电商发展基础

- 在“十四五”开局之年，农村电商建设力度不断加大，上半年中共中央、国务院印发《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》，对农村电商物流、农产品供应链、金融服务等领域农村做出部署规范，推动农村电商“软”“硬”件基础不断夯实。



“最后一公里”成为建设重点，夯实发展“硬”基础

- 商务部电子商务进农村综合示范深入推进，新增148个示范县（第一批）。国家邮政总局“快递进村”工程深入开展，乡镇快递网点覆盖率达已达98%。同时，电商平台企业加大对农村网点、站点的数字化改造，共同推动农村地区快递服务水平，畅通农产品上行通路，挖掘“下沉市场”潜力。



增强农村电商运营能力，提升发展“软”实力

- 商务部积极推动“数商兴农”工作，培育农产品“三品一标”，持续资助可电商化的农产品“三品一标”认证，打造农产品电商优质品牌，发展订单农业，助力产业升级。电商平台纷纷加大对农村电商经营者的流量扶持、运营培训、供应链支撑等支持措施，有力推动农产品上行。

试点带动创新发展，跨境电商保持良好势头

- 上半年，面对更加复杂的内外部形势，跨境电商继续保持快速增长，已经成为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手。

综试区试点带动创新发展

- **跨境电商综试区达到105个。**自2018年11月开展跨境电商零售进口试点以来，跨境电商综试区已经经过5次扩围，数量达到105个，覆盖全国30个省、自治区和直辖市。各相关部门和地方积极探索，不断完善政策体系，在发展中规范，在规范中发展。
- 随着跨境电商零售进口试点进一步扩围至全国更多地区，将带动扩大优质商品进口，促进我国消费市场潜力加速释放。

经营模式创新激发活力

- **海外仓布局不断加快**，成为跨境电商发展的关键基石。截至上半年，外贸综合服务企业超1500家，海外仓数量超1900个。
- **独立站发展势头良好**，独立站作为企业自行建设、具有独立域名、用于开展电商业务的网站，逐步受到行业青睐。据海关总署测算，我国家独立站的数量已经达到了20万个左右。
- **“保税进口+零售加工”模式兴起**，该模式在杭州、海口等全国6大综保区打造“新产业带”项目，通过将原料在保税区工厂加工的方式实现面向消费者零售、定制化销售。
- **跨境电商第三方专业服务发展水平提升。**跨境电商综合服务平台发展迅猛，为跨境电商应用提供包括交易平台、通关、物流配送、仓储、融资等各类服务，提升跨境电商发展水平。

发展与规范并重，反垄断监管与数据保护加强

电商平台反垄断监管加强

- 2021年上半年，针对数字平台的反垄断监管持续加强。国务院反垄断委员会印发并实施《关于平台经济领域的反垄断指南》，对数字平台垄断协议、滥用市场支配地位、经营者集中、滥用行政权力排除限制竞争等提出明确规范要求，为监管提供方向指引。有关部门先后对个别电商平台“二选一”垄断行为做出行政处罚。



数据保护立法加速推进

- 2021年4月，《个人信息保护法（草案）》提请全国人大常委会二次审议；6月，《中华人民共和国数据安全法》发布，对数据安全保护义务和法律责任等做出明确规定，有助于进一步规范电子商务平台企业数据保护和数据利用。





谢谢!