

中国零售电商行业现状深度研究与未来投资预测报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国零售电商行业现状深度研究与未来投资预测报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202207/603982.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1.网络购物用户规模持续增加，网上零售额保持增长

零售电商指通过网络渠道进行商品交易活动，包括实物商品交易及虚拟商品交易。近年来，互联网快速发展下我国网络购物用户规模持续增加，网上零售额随之增加。数据显示，截至2021年，我国网络购物用户规模达8.42亿人，占网民整体的81.6%。

数据来源：观研天下数据中心整理

2021年我国网上零售额达130884亿元，较上年同比增长11.3%，其中实物商品网上零售额首次突破10万亿元。2022年1-5月疫情影响下我国网上零售整体承压，但随着复工复产有序推进，多地防疫政策优化调整以及促消费措施陆续出台，网上零售回暖释放潜力，零售额达49604万亿元，较上年同比增长2.9%。

促消费措施

层面

时间

政策

部门

主要内容

国家

2022.05.31

《关于减征部分乘用车车辆购置税777的公告》

财政部、税务总局

对购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车,减半征收车辆购置税。

2022.04.25

《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》

国务院办公厅

加大助企纾困力度,做好基本消费品保供稳价; 推进实物消费提质升级,促进健康养老托育等服务消费,拓展文化和旅游消费,发展绿色消费,充分挖掘县乡消费潜力; 推进消费平台健康持续发展,加快健全消费品流通体系,增加就业收入提高消费能力,合理增加公共消费; 破除限制消费障碍壁垒,健全消费标准体系,加强消费领域执法监管,全面加强消费者权益保护; 加强财税支持,优化金融服务,强化用地用房保障,压实各方责任。

2022.05.31

《关于印发扎实稳住经济-揽子政策措施的通知》

国务院办公厅

促消费方面,主要涉及稳定和扩大民间投资,促进平台经济规范健康发展,稳定增加汽车、家电等大宗消费。

地方

2022.06.02

《北京市统筹疫情防控和稳定经济增长的实施方案》

北京市政府

从六个方面进行了部署,其中包括加快恢复大宗消费和新型消费、积极培育数字新消费促进餐饮和文化体育娱乐消费回暖、开展文化消费促进行动等内容。

2022.05.29

《上海市加快经济恢复和重振行动方案》

上海市政府

促消费方面,主要围绕促进汽车消费、家电以旧换新、大仓基地建设、优化“购物节”方案、支持文旅旅游产业恢复等方面。

2022.05.23

《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》

深圳市发改委、深圳市商务局深圳市工信局、深圳市交通局、深圳市文化广电旅游体育局、深圳市卫健委

包含鼓励汽车消费、扩大消费电子市场规模、推动家电消费、做好常态化疫情防控工作、扩大信创产品市场规模、促进户外文体旅游消费、扩大大宗商品消费、安全有序恢复专业展会、加大“有奖发票”活动力度共计9大方面30条细则。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

2.零售电商以综合电商为主,直播电商、社区团购等迎来快速发展

零售电商分为综合电商、社交电商、社区团购、直播电商、生鲜电商、二手电商等。据数据,2021年综合电商GMV占比超过80%,占据零售电商主要市场。随着资本市场的关注度提

高，直播电商、社区团购等零售电商迎来快速发展，2021年GMV占比分列二、三位。

数据来源：观研天下数据中心整理

2021年我国零售电商投融资情况	类别	投融资数量(起)	投融资数量增速(%)	投融资数量占全行业的比重(%)	投融资金额(亿元)	投融资金额增速(%)	投融资金额占全行业的比重(%)						
社交电商	14	-22.23	7.8	39.1	421.33%	5.5	直播电商	14	-33.34	7.5	3.3	13.79	0.5
社区团购	10	-37.5	5.6	285.9	63.55	40.5	生鲜电商	8	-42.86	4.5	80.5	-11.54	11.4
汽车电商	8	-27.28	4.5	48.6	6.11	6.9	二手电商	10	25	5.6	58.1	330.37	8.2
电商服务商	50	38.38	27.9	46.5	32.47	6.6							

数据来源：观研天下数据中心整理

3.我国零售电商呈现梯队化竞争格局，淘系、京东、拼多多市场份额排名前三

目前国内零售电子商务行业的上市公司主要有阿里巴巴、拼多多、京东、唯品会、苏宁易购、国美零售、优信、蘑菇街等。从市值来看，阿里巴巴市值万亿，独占行业第一梯队；拼多多、京东市值千亿，占领第二梯队；第三梯队的零售电商市值均在百亿及以下。从市场份额来看，阿里巴巴淘系占据零售电商大半市场，其次是京东和拼多多，市场份额分别为20%、15%。

数据来源：观研天下数据中心整理

4.常态化监管下零售电商行业有望长远健康发展

作为数字经济新业态的典型代表，我国政府十分关注零售电商行业的发展。在常态化监管下，零售电商行业有望长远健康发展。

零售电商行业相关政策

时间

政策/会议/部门

主要内容

总结

2021.02.07

《关于平台经济领域的反垄断指南》

禁止经营者达成、实施垄断协议；禁止具有市场支配地位的经营者从事滥用市场支配地位行

为；禁止经营者实施具有或者可能具有排除、限制竞争效果的集中。

强监管、反垄断、防止资本无序扩张，对于不正当竞争、网贷和数据安全等作出严格规定

2021.06.10

《数据安全法》通

利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。

2021.08.17

司法部

禁止网络不正当竞争行为规定，经营者不得实施或者帮助实施网络不正当竞争行为，扰乱市场竞争秩序，影响市场公平交易，直接或间接损害其他经营者或者消费者的合法权益。

2022.01.04

《网络安全审查办法》

办法规定掌握超过100万用户个人信息的网络平台运营者赴国外上市，必须向网络安全审查办公室申报网络安全审查。

2022.03.16

国务院金融稳定发展委员会

关于平台经济治理，有关部门要按照市场化、法治化、国际化的方针完善既定方案，坚持稳中求进，通过规范、透明、可预期的监管，稳妥推进并尽快完成大型平台公司整改工作。会议强调，有关部门要切实承担起自身职责，积极出台对市场有利的政策，慎重出台收缩性政策。

促进平台经济发展成为政策重点引导方向，常态化监管，积极出台对市场有利政策，传递出积极信号

2022.04.29

中共中央政治局召开会议

中共中央总书记习近平讲话，提出要促进平台经济健康发展，完成平台经济专项整改，实施常态化监管，出台支持平台经济规范健康发展的具体措施。

2022.05.17

全国政协

全国政协召开数字经济专题协商会，提出不断做强做优做大数字经济，支持平台经济持续健康发展。

资料来源：观研天下整理（zlj）

》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国零售电商行业发展概述

第一节 零售电商行业发展情况概述

一、零售电商行业相关定义

二、零售电商特点分析

三、零售电商行业基本情况介绍

四、零售电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、零售电商行业需求主体分析

第二节 中国零售电商行业生命周期分析

一、零售电商行业生命周期理论概述

二、零售电商行业所属的生命周期分析

第三节零售电商行业经济指标分析

一、零售电商行业的赢利性分析

二、零售电商行业的经济周期分析

三、零售电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球零售电商行业市场发展现状分析

第一节全球零售电商行业发展历程回顾

第二节全球零售电商行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲零售电商行业地区市场分析

一、亚洲零售电商行业市场现状分析

二、亚洲零售电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲零售电商行业市场前景分析

第四节北美零售电商行业地区市场分析

一、北美零售电商行业市场现状分析

二、北美零售电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美零售电商行业市场前景分析

第五节欧洲零售电商行业地区市场分析

一、欧洲零售电商行业市场现状分析

二、欧洲零售电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲零售电商行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界零售电商行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球零售电商行业市场规模预测

第三章 中国零售电商行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对零售电商行业的影响分析

第三节中国零售电商行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对零售电商行业的影响分析

第五节中国零售电商行业产业社会环境分析

第四章 中国零售电商行业运行情况

第一节中国零售电商行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国零售电商行业市场规模分析

一、影响中国零售电商行业市场规模的因素

二、中国零售电商行业市场规模

三、中国零售电商行业市场规模解析

第三节中国零售电商行业供应情况分析

一、中国零售电商行业供应规模

二、中国零售电商行业供应特点

第四节中国零售电商行业需求情况分析

一、中国零售电商行业需求规模

二、中国零售电商行业需求特点

第五节中国零售电商行业供需平衡分析

第五章 中国零售电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国零售电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、零售电商行业产业链图解

第二节中国零售电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对零售电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对零售电商行业的影响分析

第三节我国零售电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国零售电商行业市场竞争分析

第一节中国零售电商行业竞争现状分析

一、中国零售电商行业竞争格局分析

二、中国零售电商行业主要品牌分析

第二节中国零售电商行业集中度分析

一、中国零售电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国零售电商行业市场集中度分析

第三节中国零售电商行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国零售电商行业模型分析

第一节中国零售电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国零售电商行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国零售电商行业SWOT分析结论

第三节中国零售电商行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国零售电商行业需求特点与动态分析

第一节中国零售电商行业市场动态情况

第二节中国零售电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节零售电商行业成本结构分析

第四节零售电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国零售电商行业价格现状分析

第六节中国零售电商行业平均价格走势预测

一、中国零售电商行业平均价格趋势分析

二、中国零售电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国零售电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国零售电商行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国零售电商行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国零售电商行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国零售电商行业区域市场现状分析

第一节 中国零售电商行业区域市场规模分析

一、影响零售电商行业区域市场分布的因素

二、中国零售电商行业区域市场分布

第二节 中国华东地区零售电商行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区零售电商行业市场分析

(1) 华东地区零售电商行业市场规模

(2) 华南地区零售电商行业市场现状

(3) 华东地区零售电商行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区零售电商行业市场分析

(1) 华中地区零售电商行业市场规模

(2) 华中地区零售电商行业市场现状

(3) 华中地区零售电商行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区零售电商行业市场分析

(1) 华南地区零售电商行业市场规模

(2) 华南地区零售电商行业市场现状

(3) 华南地区零售电商行业市场规模预测

第五节 华北地区零售电商行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区零售电商行业市场分析

(1) 华北地区零售电商行业市场规模

(2) 华北地区零售电商行业市场现状

(3) 华北地区零售电商行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区零售电商行业市场分析

- (1) 东北地区零售电商行业市场规模
- (2) 东北地区零售电商行业市场现状
- (3) 东北地区零售电商行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区零售电商行业市场分析

- (1) 西南地区零售电商行业市场规模
- (2) 西南地区零售电商行业市场现状
- (3) 西南地区零售电商行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区零售电商行业市场分析

- (1) 西北地区零售电商行业市场规模
- (2) 西北地区零售电商行业市场现状
- (3) 西北地区零售电商行业市场规模预测

第十一章 零售电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国零售电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国零售电商行业未来发展前景分析

一、零售电商行业国内投资环境分析

二、中国零售电商行业市场机会分析

三、中国零售电商行业投资增速预测

第二节 中国零售电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国零售电商行业规模发展预测

一、中国零售电商行业市场规模预测

二、中国零售电商行业市场规模增速预测

三、中国零售电商行业产值规模预测

四、中国零售电商行业产值增速预测

五、中国零售电商行业供需情况预测

第四节中国零售电商行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国零售电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国零售电商行业进入壁垒分析

- 一、零售电商行业资金壁垒分析
- 二、零售电商行业技术壁垒分析
- 三、零售电商行业人才壁垒分析
- 四、零售电商行业品牌壁垒分析
- 五、零售电商行业其他壁垒分析

第二节零售电商行业风险分析

- 一、零售电商行业宏观环境风险
- 二、零售电商行业技术风险
- 三、零售电商行业竞争风险
- 四、零售电商行业其他风险

第三节中国零售电商行业存在的问题

第四节中国零售电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国零售电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国零售电商行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国零售电商行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节零售电商行业营销策略分析

- 一、零售电商行业产品策略
- 二、零售电商行业定价策略
- 三、零售电商行业渠道策略
- 四、零售电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202207/603982.html>