

2022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

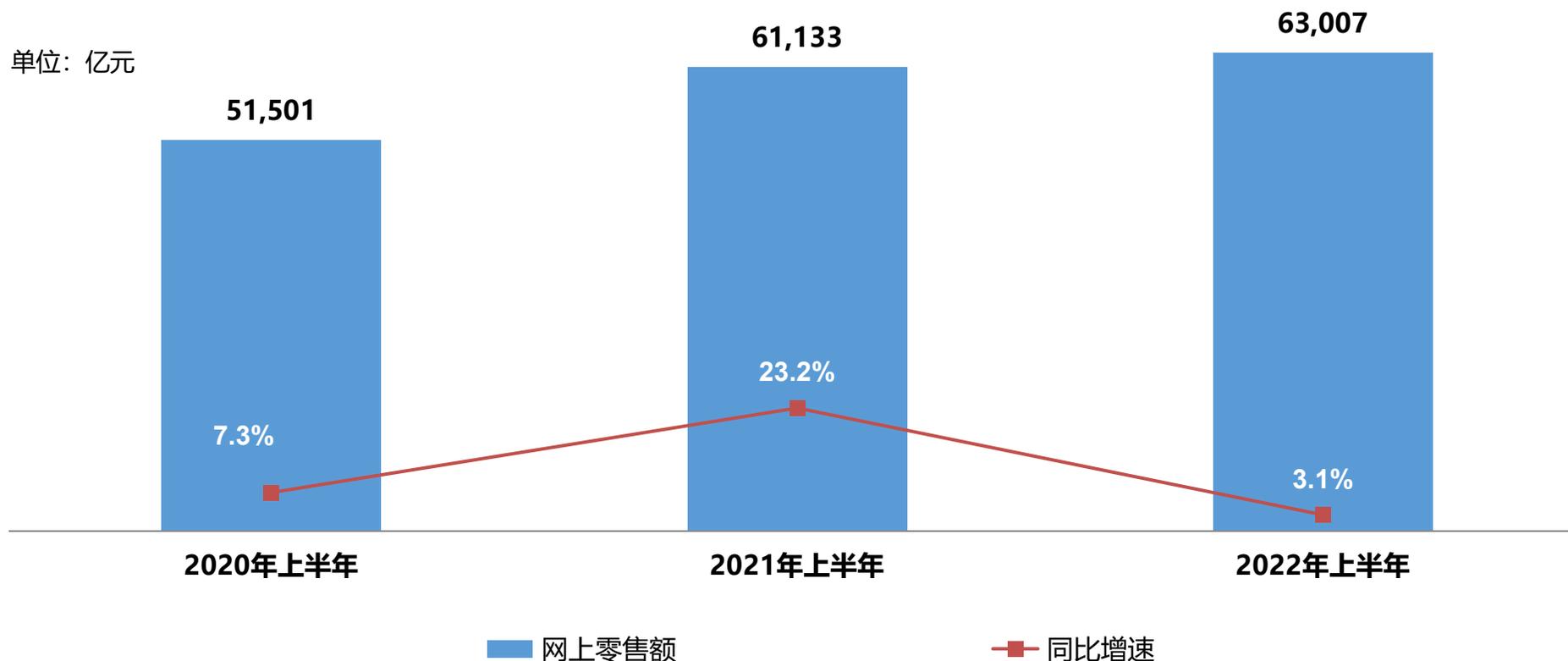


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售市场保持增长态势

➤ 2022年上半年，网络零售市场保持增长态势。随着疫情防控形势向好以及促消费政策发力显效，网络零售市场企稳回升，助力消费市场持续复苏。国家统计局数据显示，上半年网上零售额达**6.3万亿元**，同比增长**3.1%**。

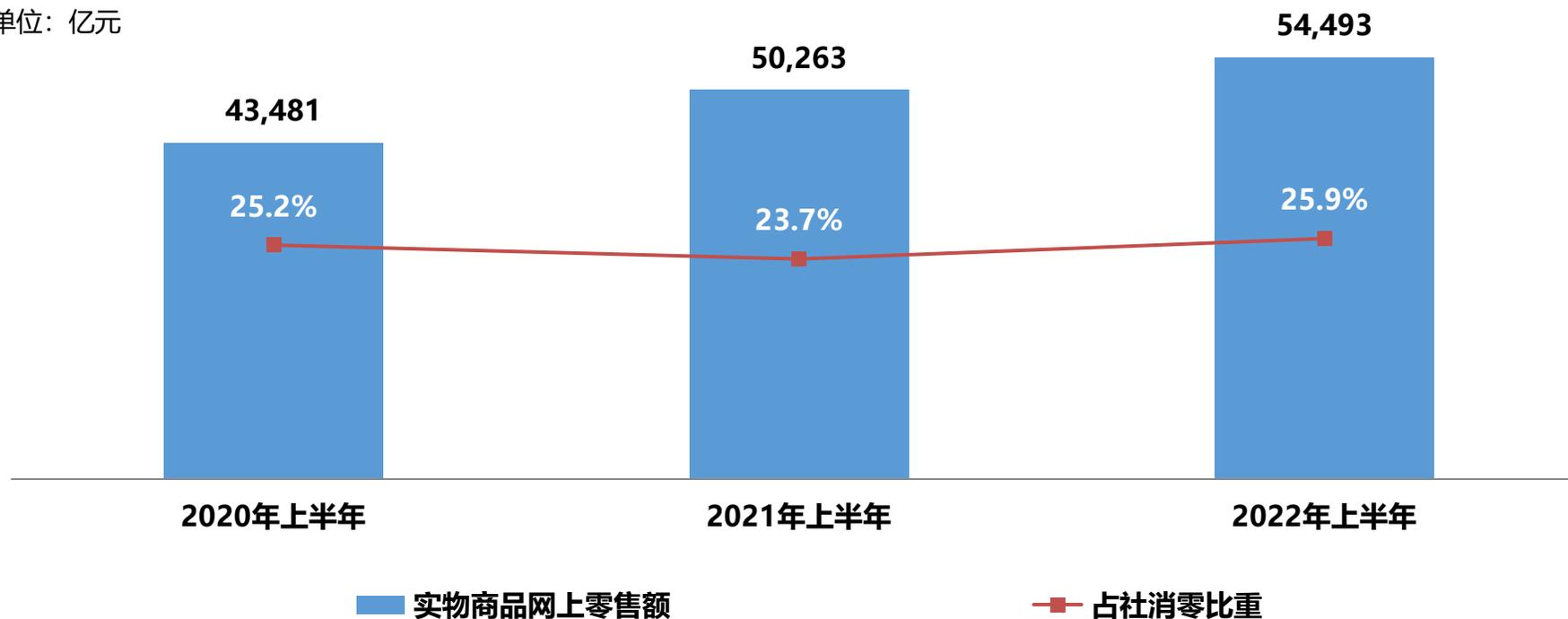


数据来源：国家统计局

实物商品网上零售占社会消费品零售比重增大

- 国家统计局数据显示，上半年实物商品网上零售额**5.4万亿元**，同比增长**5.6%**，占社会消费品零售总额的比重为**25.9%**，较上年同期提升**2.2个百分点**。

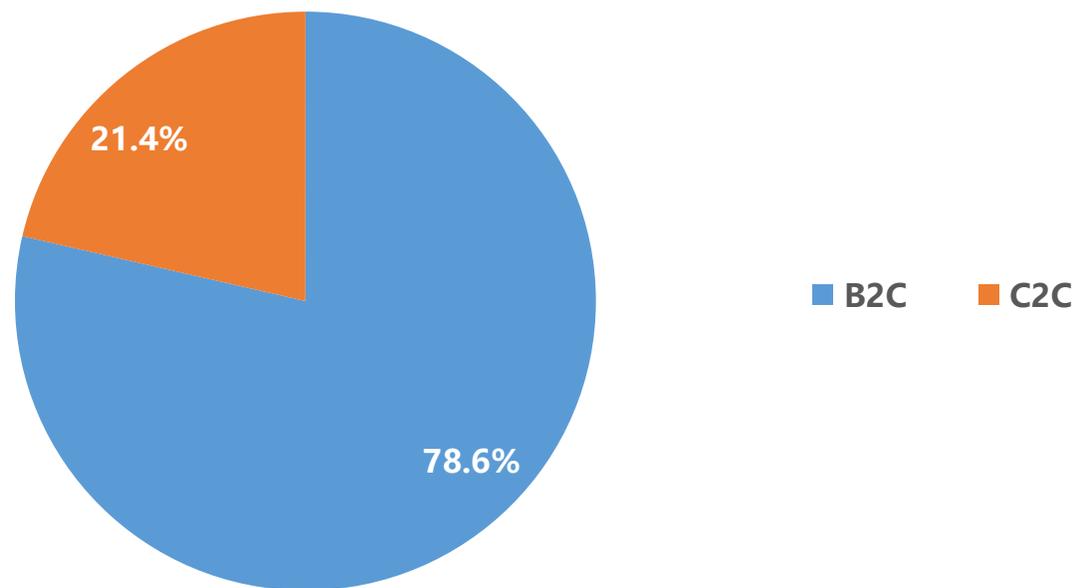
单位：亿元



数据来源：国家统计局

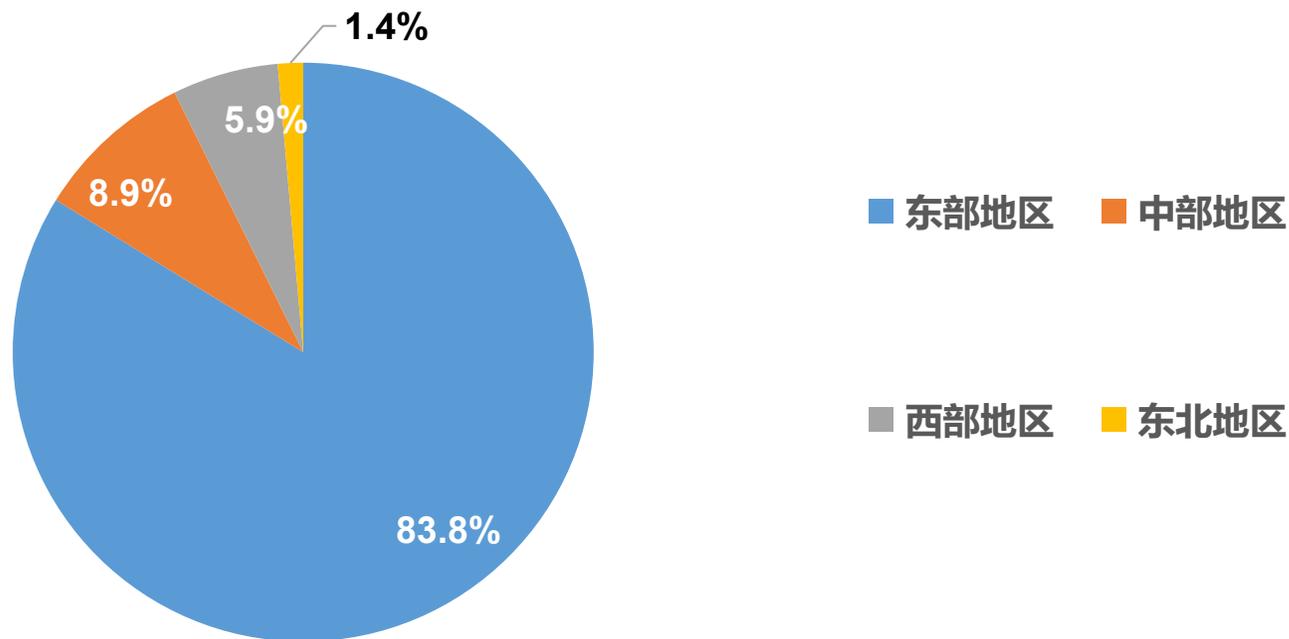
B2C网络零售规模增速较快

- 分结构看，2022年上半年B2C网络零售额占比为**78.6%**，同比增速**4.8%**；C2C占比**21.4%**，同比下降**1.3%**。



中部和东北地区网络零售额增速领先

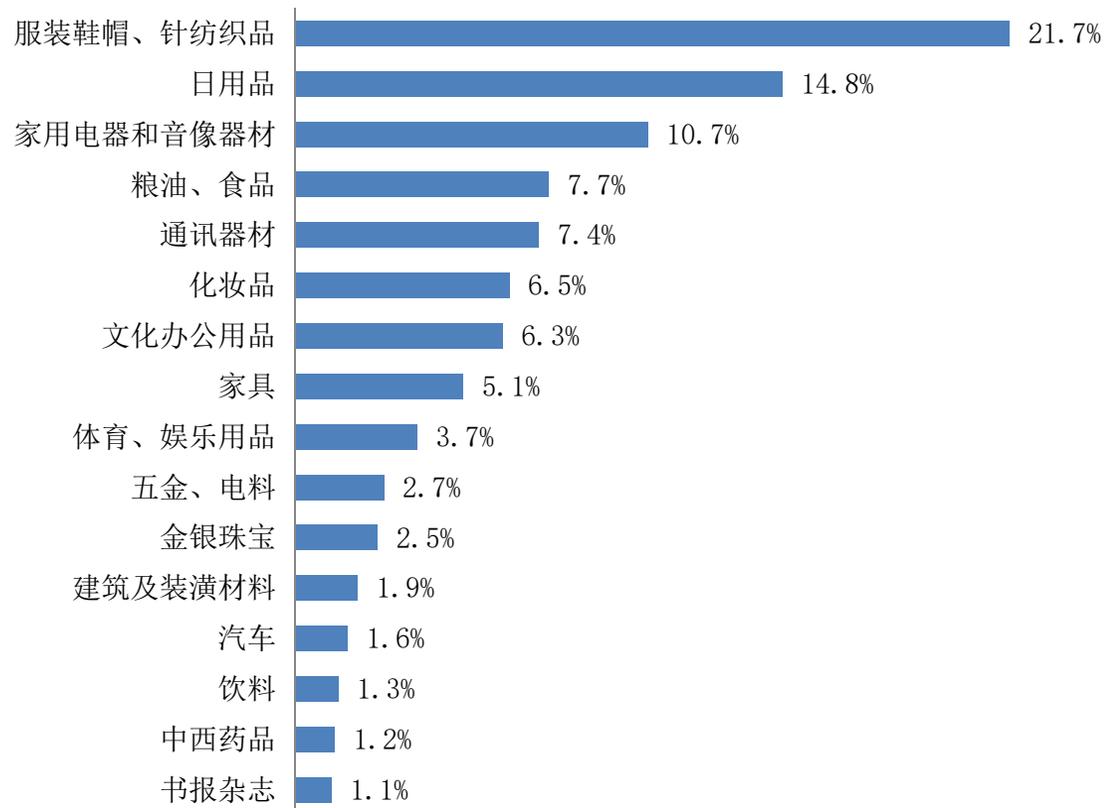
- 分地区看，2022年上半年，东、中、西和东北地区网络零售额占全国比重分别为**83.8%**、**8.9%**、**5.9%**和**1.4%**，同比增速分别为**2.9%**、**8.1%**、**4.5%**和**4.7%**。其中，中部和东北地区同比增速更为领先。



基本生活类和升级类商品消费增长较快

- 国家统计局数据显示，上半年实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长**15.7%**、**2.4%**和**5.1%**。
- 商务大数据监测显示，**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前三位，分别占实物商品网络零售额的**21.7%**、**14.8%**和**10.7%**。**从增速看**，中西药品、金银珠宝、建筑及装潢材料、粮油食品同比增速较快，分别达**40.9%**、**39.0%**、**24.6%**和**21.9%**。
- **基本生活类和升级类商品消费较快增长**。在实物商品网络零售额中，与居民生活密切相关的生活必需品和防疫用品热销，金银珠宝及体育娱乐用品等升级类商品零售额保持较快增长。

2022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

在线餐饮逐步回暖，在线旅游和文娱有所回落



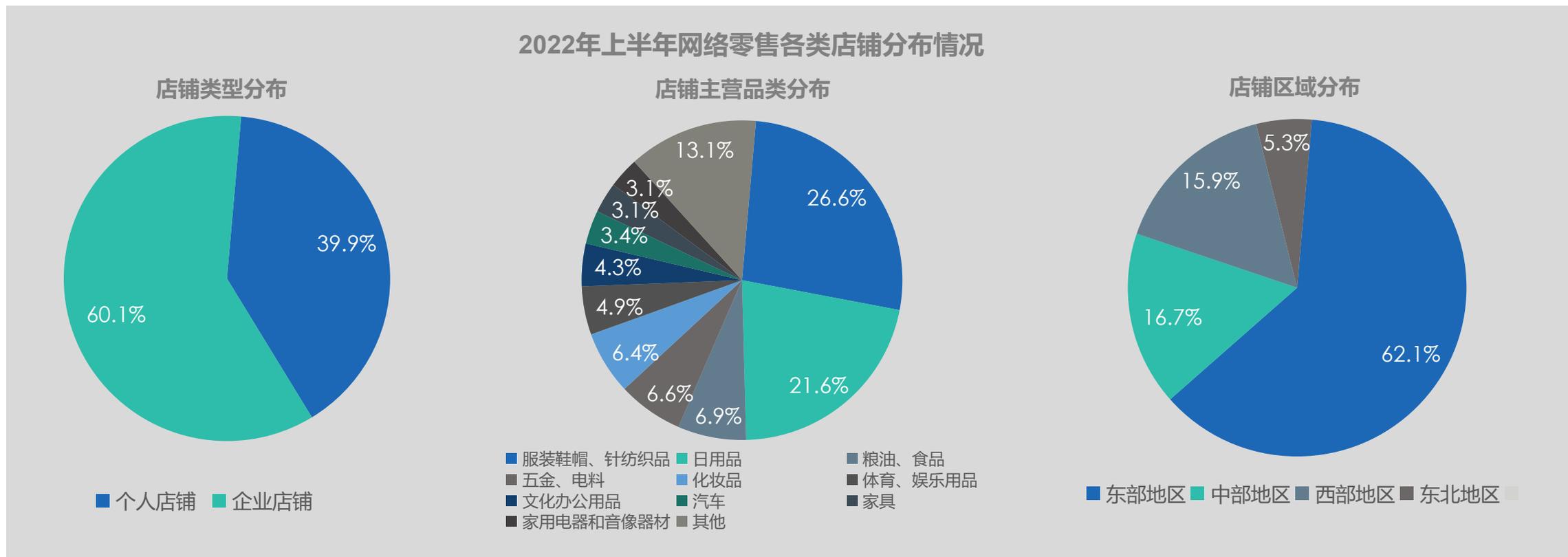
在线餐饮市场逐步回暖。各地促消费活动丰富多样，助力在线餐饮市场逐步回暖。商务大数据重点监测的在线餐饮平台上半年销售额同比增长**2.6%**。其中，到店用餐占比**15.0%**，同比增长**14.2%**；外卖销售占比**85%**，同比增长**0.8%**。



在线旅游和在线文娱受疫情影响较明显。商务大数据显示，上半年，重点监测的在线旅游平台销售额同比下降**67.0%**，其中线上销售的旅游产品、景点门票同比分别下降**78.6%**和**55.6%**。商务大数据重点监测的在线文娱活动场次数为**4248.4**万场，同比下降**21.3%**。

网络零售平台店铺数量同比下降

➤ 截至2022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**2411.9万家**。其中，实物商品店铺数**1281.6万家**，占比**53.1%**。

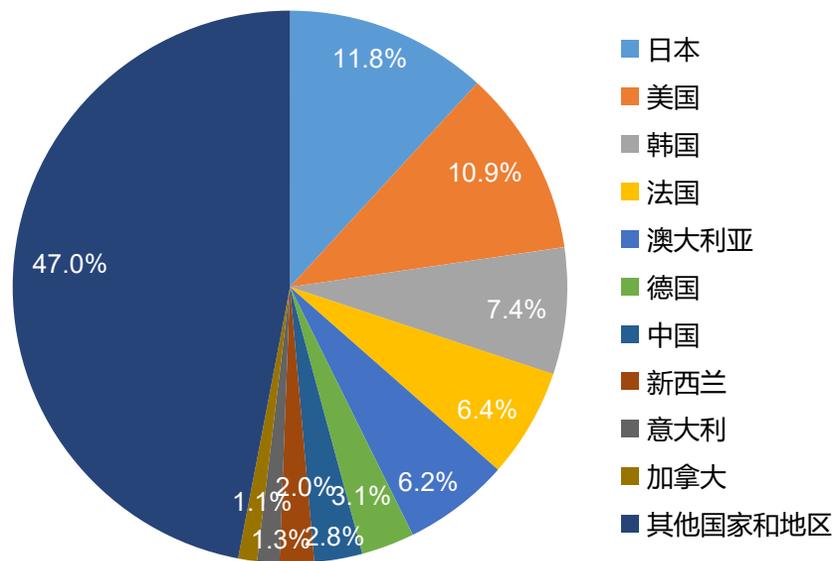


数据来源：商务大数据，监测平台包括29家电商平台、2家在线餐饮平台和2家在线文娱平台。

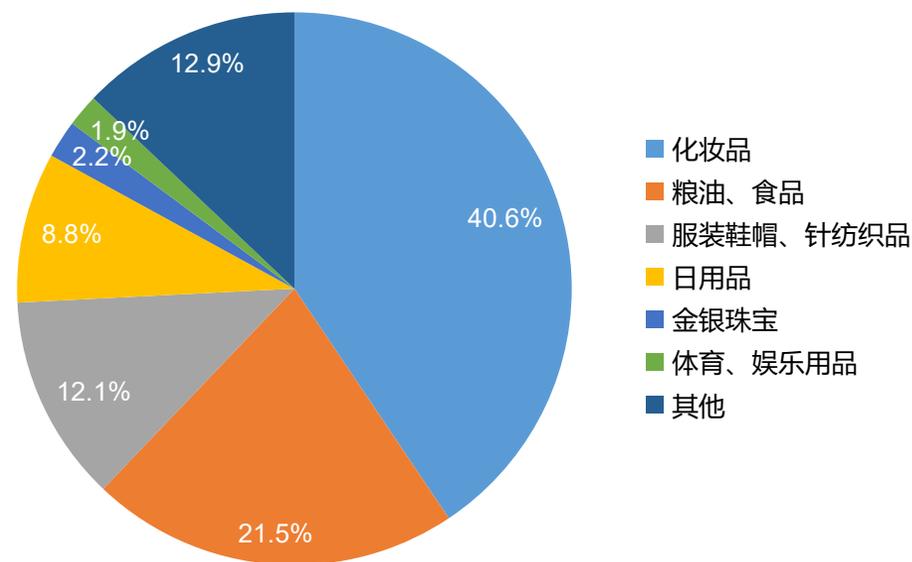
跨境电商总体平稳运行

➤ 商务大数据对重点跨境电商零售进口平台监测显示，**从原产地看**，原产自日本、美国和韩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**30.5%**；**从进口品类看**，化妆品、粮油食品和服装鞋帽针织纺织品进口额位居前三位，占整体跨境网络零售进口额的**74.2%**。

2022年上半年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2022年上半年跨境网络零售进口商品交易额占比

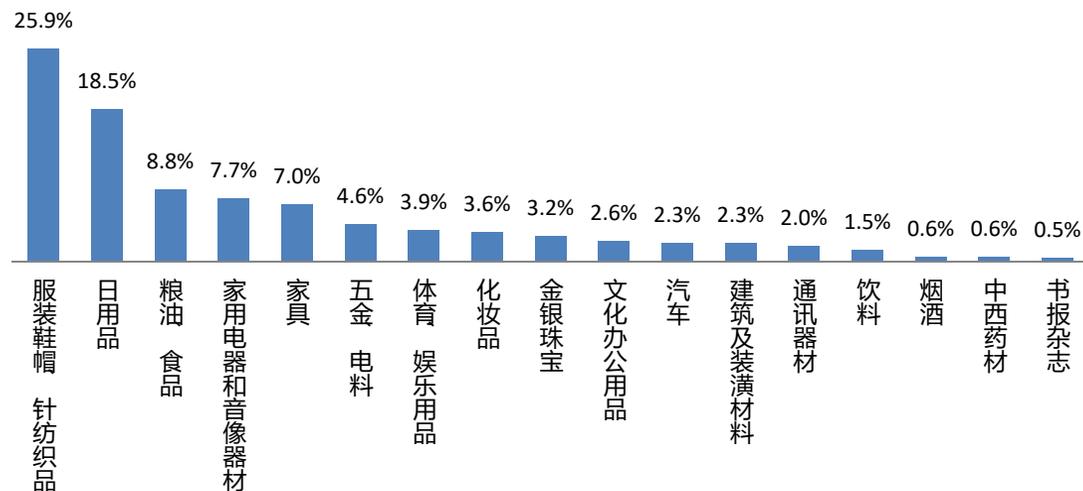


数据来源：商务大数据

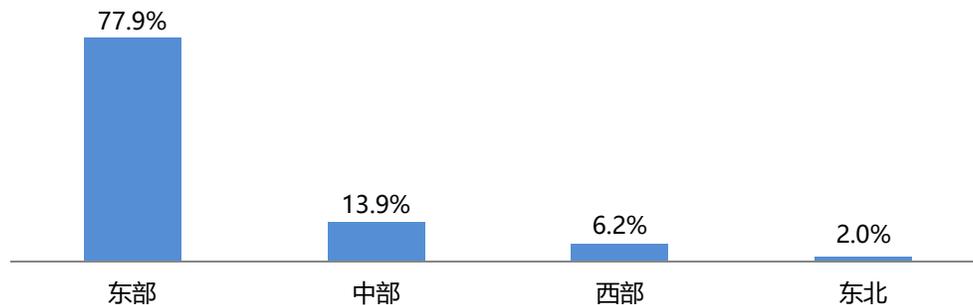
农村电商规模稳步提升

- 2022年上半年，全国农村网络零售额**9759.3亿元**，同比增长**2.5%**。其中，农村实物商品网络零售额**8904.4亿元**，同比增长**3.6%**。
- 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**25.9%**、**18.5%**和**8.8%**；中西药品和建筑装潢材料零售额同比增速超过**40%**。
- 分地区看，东部、中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**77.9%**、**13.9%**和**2.0%**，同比分别增长**1.2%**、**11.8%**和**8.0%**；西部地区农村网络零售额占全国比重为**6.2%**，同比下降**1.7%**。

2022年上半年农村网络零售分品类交易额占比



2022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

一、网络零售发展韧性强劲，线上消费助力市场恢复

➤ 上半年，网络零售保持平稳增长态势，展现强劲的发展韧性，线上消费持续助力消费市场恢复。



一是网络零售成为稳定消费市场重要力量。上半年全国网上零售额同比增长**3.1%**，高于社会消费品零售总额增速。其中，**实物商品网上零售额同比增长5.6%**，**占社会消费品零售总额的比重达25.9%**，较上年同期提升**2.2个百分点**，成为稳定消费市场重要力量。



二是基本生活类和升级类商品较快增长。各大电商平台和商家积极发挥稳经济、保民生作用，加强对**生活必需品和防疫用品**等生活必需品的保障供应。上半年，中西药品、粮油食品同比分别增长**40.9%**和**21.9%**。此外，**精致露营和冰雪运动需求快速增长**，**绿色家电消费潜力释放**。



三是一系列促消费政策有效实施，释放线上消费潜力。商务部连续**第二年**举办“全国网上年货节”，连续**第四年**举办“双品网购节”，叠加五一小长假及“**618**”电商平台促消费活动等，带动消费市场回暖。其中，年货节、双品节的网络销售额在当月全国网络零售总额占比达50%左右，对网络零售带动作用明显。



二、业态模式创新保持活力，步入高质量发展新阶段



● 直播电商进一步规范发展，品牌直播兴起

- 疫情冲击和政策加强监管背景下，直播电商步入规范发展期。上半年，商务大数据重点监测电商平台的累计直播场次数超**6000万场**，累计观看人次超**5170亿人次**，直播商品数超**4750万个**。消费者观看直播更加注重直播内容和服务，知识带货、品牌直播成为新趋势。



● 国潮热正渗透各行各业，促进新消费

- 民族文化自信及消费市场提质升级背景下，老牌国货和新国货成为主力军。国产品牌更加注重提升产品品质和品牌核心竞争力。上半年，国产品牌线上市场占有率达**68.8%**，网络零售额前**10名**的品牌中有**9个**是国产品牌。



● 反向定制模式激发消费潜力

- 供应链上游，洞察消费者需求，实现不同品牌定位的产品精准开发；
- 供应链下游，通过覆盖全网电商平台和全国绝大部分区域的全渠道赋能，实现多元渠道的精准营销，满足消费需求。

三、农村电商加速建设，“数商兴农”助力农产品上行



县域商业体系建设提速

- 我国县域常住人口约**7.4亿人**，乡镇和村两级消费市场占全国总体消费市场的**38%**。
- 商务部同财政部、国家乡村振兴局共同组织实施县域商业建设行动，支持各地加快补齐农村商业设施短板，扩大农村电子商务覆盖面。上半年，全国建设改造县级物流配送中心**69个**、村级便民商店**6.5万个**。



推进电商与快递物流协同发展

- 深入推进**电子商务与快递物流配送协同发展**，加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系。
- 从2014年起，实施电子商务进农村综合示范，建设县级电子商务公共服务中心和物流配送中心**2400个**，村级电商服务站点**14.8万个**，带动**618万**贫困农民增收。



各地推动电商与产业融合发展

- **江西**：到2025年将打造10个以上**电商特色突出**、产业链供应链服务功能强大、**线上线下融合发展**的产业集群等。
- **广西**：启动“**美好广西助跑计划**”扩大网络交易主体规模，提升电商整体水平。
- **河北肃宁**：提出“**电商兴县**”战略，电商和产业、主播和产品在线上线下深度融合。

四、跨境电商创新发展，精耕细作迈向高质量发展

“丝路电商”国际合作不断深化

- 截至目前，已与**23个**重点国家签署电子商务合作备忘录并建立双边电子商务合作机制。
- 持续丰富“丝路电商”合作层次，**深化合作内涵**，进一步**挖掘合作潜力**，将比较优势转化为国际竞争力。



跨境电商综试区发挥示范引领作用

- 2月，鄂尔多斯等**27个**城市和地区获批设立跨境电商综合试验区。
- 国务院已分**6批**在全国设立**132个**跨境电商综试区，覆盖全国30个省区市，各地扎实推进跨境电商综试区建设，发挥好综试区的示范引领作用。



海外仓模式加快发展 布局优化

- 1月，国务院办公厅印发《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》提出，进一步鼓励外贸新业态发展，鼓励金融机构以市场运作方式加大对各类企业建设和使用**海外仓**的支持，促进海外仓高质量发展。
- 我国海外仓面积已经超过**1600万平方米**，业务范围辐射全球，其中**90%**分布在北美、欧洲和亚洲市场。外贸综合服务企业超过**2000家**。



跨境电商发展支持政策进一步完善

- 商务部正会同各地各部门**持续优化发展环境**，推进跨境电商不断**提高质量效益和服务水平**。
- 聚焦行业痛点，解决跨境电商发展的共性问题，如**出口退换货、海外仓退税、知识产权保护**等。



五、市场监管持续加强，推动合规建设和数据安全



市场监管持续加强

- 《“十四五”市场监管现代化规划》指出加强平台经济等领域反垄断和反不正当竞争执法，防止资本无序扩张。



推动平台经济规范健康发展

- 《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》聚焦平台经济领域中面临的突出问题，明确规则，划清底线，对加强平台经济监管、完善平台经济治理体系有重要意义。



构建安全治理体系

- 商务部继续会同有关部门加强电子商务重点领域和关键环节的数据安全、标准规范等建设，更好支撑电子商务高质量发展。



03

中国网络零售市场发展趋势

一、线上消费企稳回升，助力稳住经济大盘

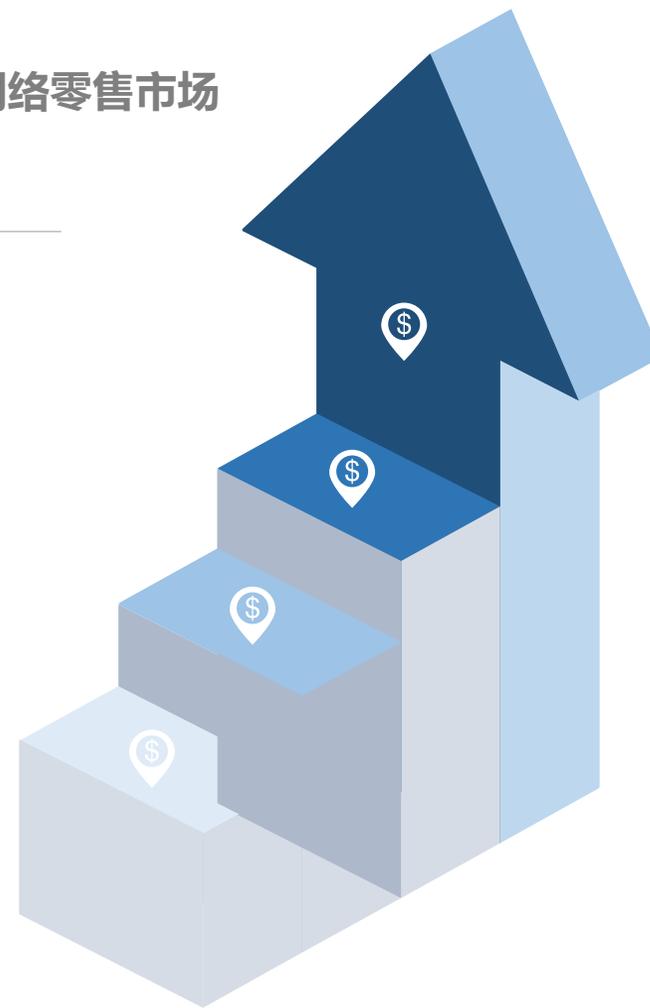
- 高效统筹疫情防控和经济社会发展，加快释放稳经济政策效应，网络零售市场企稳回升，助力稳住经济大盘。

+ 网络零售成为消费市场回暖助推器

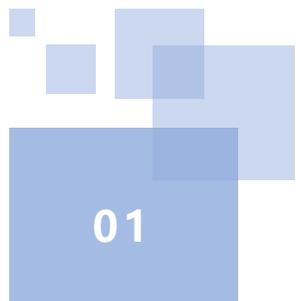
- 电子商务在促消费、扩内需等方面作用不断显现，推动消费提质增效，不断壮大消费市场规模，成为经济复苏的主要驱动力和消费市场回暖助推器。
- 随着线上线下深层次融合和促消费政策效应逐步释放，网络零售占社会消费品零售比重有望进一步提高。

+ 网络零售继续展现强劲的发展韧性

- 随着各地科学精准做好常态化疫情防控，预计消费者在线购物习惯将继续，成为网络零售发展驱动力。
- 电商平台已成为疫情保供重要力量并获得消费者信任，将继续为促进消费和扩大内需注入更多动力。



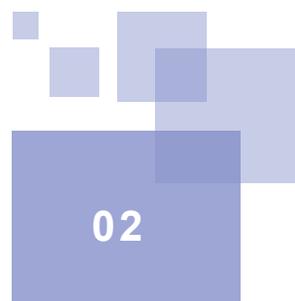
二、市场环境不断优化，新兴业态重塑格局



01

市场环境日益完善

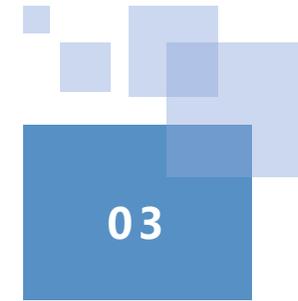
商务部会同有关部门连续出台行业政策，开展专项监管治理，加快电商基础设施建设，布局配套金融服务等。多措并举拉动下，网络零售市场资源配置和载体资源不断完善。



02

新兴业态步入高质量发展

农产品电商、跨境电商独立站等业态步入高质量发展阶段，供应链基础、商品品质和品牌化趋势增强。



03

直播电商行业重塑格局

直播电商行业从流量驱动转为产品驱动，进入以品牌自播、知识主播、技术赋能和定制化直播等为特点的发展新阶段。

三、个性需求引领市场转型，构建消费新格局

1

线上线下深度融合

- 新零售业态不断发展，线上便捷性和个性化推荐优势逐步放大，线下渠道智能化水平持续提升，线上线下渠道趋向深度融合。**即时零售、无接触消费和直播带货**等新消费场景加快布局并保持发展势头。

2

个性消费需求凸显

- 健康经济、宅经济、种草经济和绿色经济**等新经济发展迅速。
- 消费者个性化需求倒逼供应端转型，定制化商品和服务市场潜力显现。通过产销促进和供需匹配实现消费资源配置优化。

3

新兴技术赋能电商发展

- 新兴技术支持网络消费新场景不断落地和应用，赋能网络零售提级换挡，对促进消费高质量发展具有重要意义。

4

下沉市场加快发展

- 一二线城市电商市场趋于饱和，三四线城市和乡镇市场日益得到重视，吸取一二线城市电商发展经验并逐步完善基础设施，**下沉市场生活服务场景**有望为零售增长注入新动力。



谢谢!