

2022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

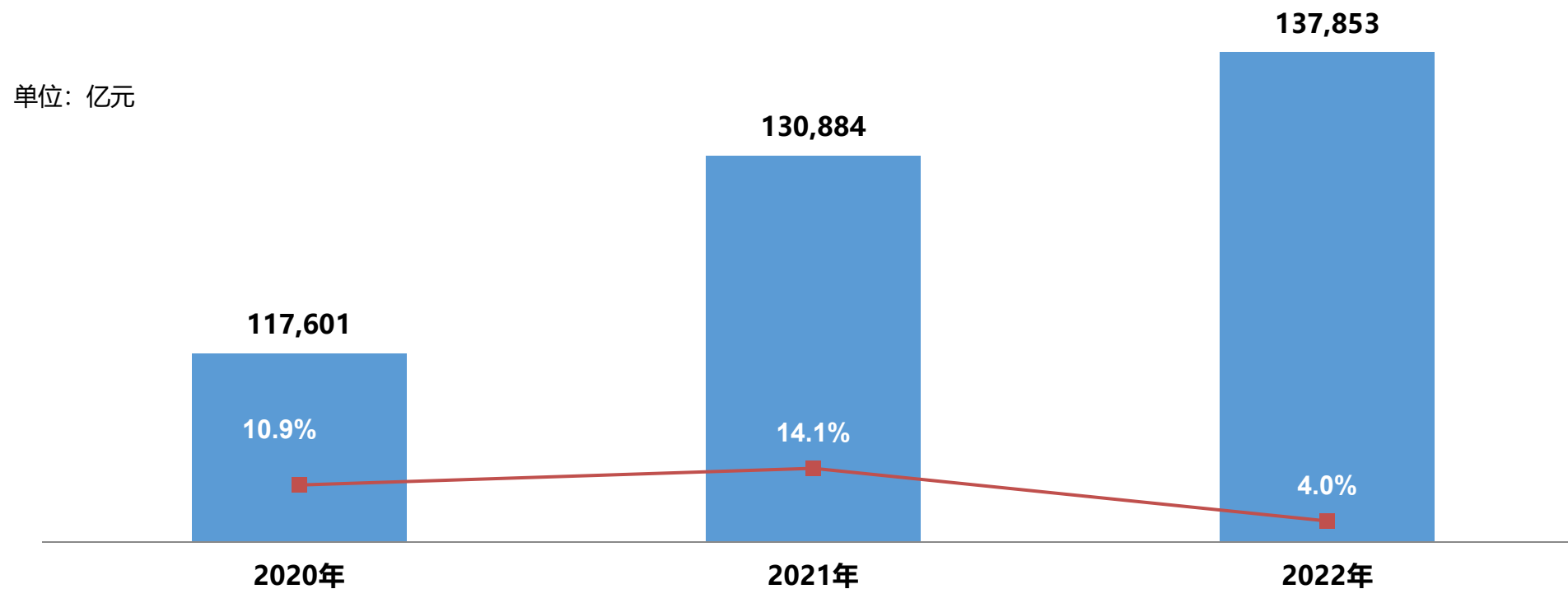


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售市场保持增长态势

➤ 全国网上零售额**13.79万亿元**，同比增长**4%**，克服疫情影响保持增长态势。



数据来源：国家统计局

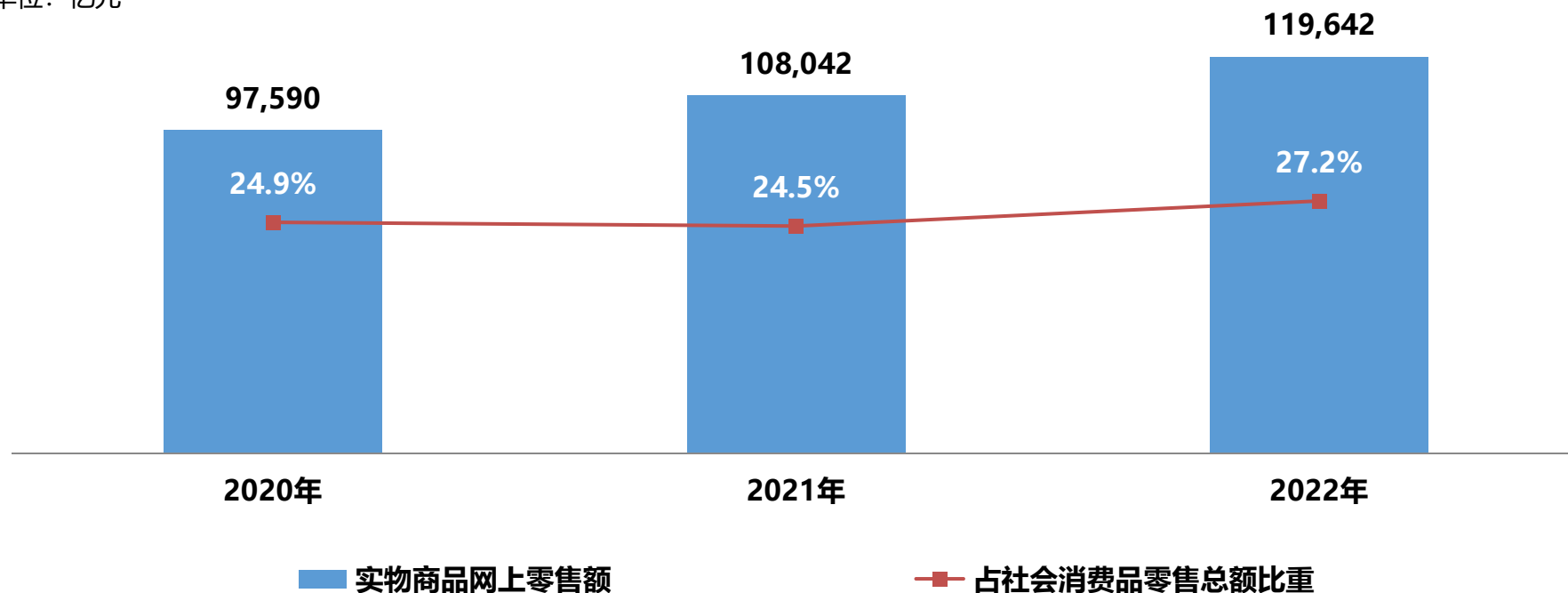
■ 网上零售额

■ 同比增速

实物商品网上零售额占比提升

- 实物商品网上零售额**11.96万亿元**，同比增长**6.2%**，占社会消费品零售总额的比重为**27.2%**，较上年提升**2.7个百分点**，拉动消费作用进一步显现。

单位：亿元

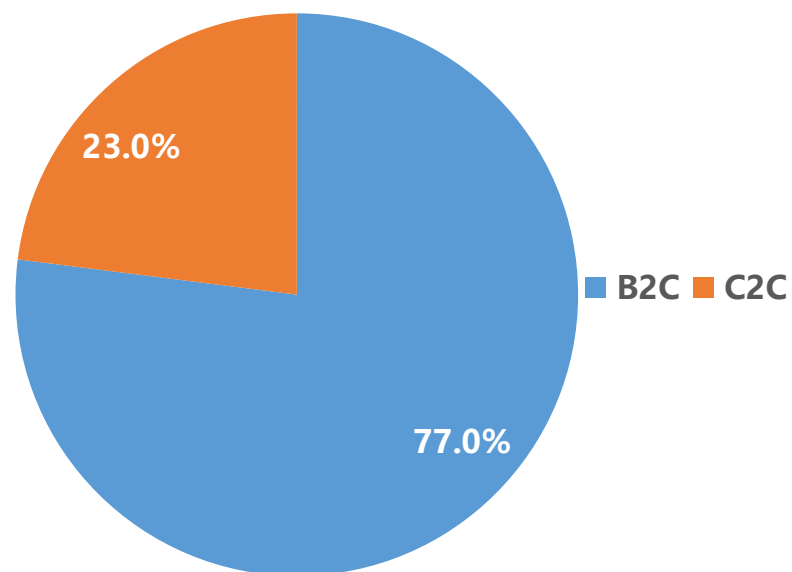


数据来源：国家统计局

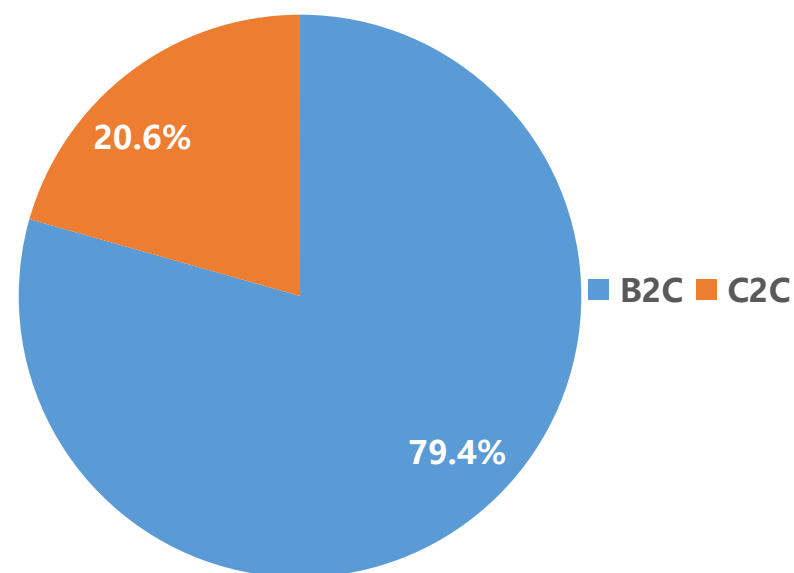
B2C网络零售占比增大

- B2C网络零售额同比增长**5.6%**，占网络零售额比重为**79.4%**；C2C网络零售额同比下降**0.6%**，占网络零售额比重为**20.6%**。

2021年B2C/C2C网络零售额占比



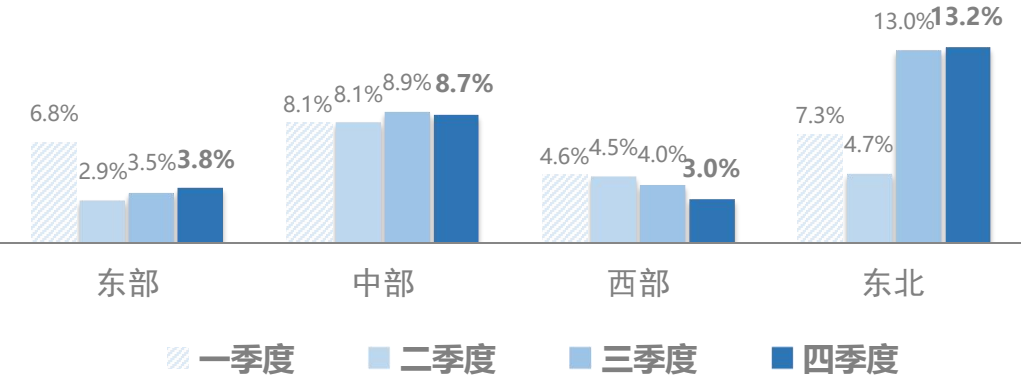
2022年B2C/C2C网络零售额占比



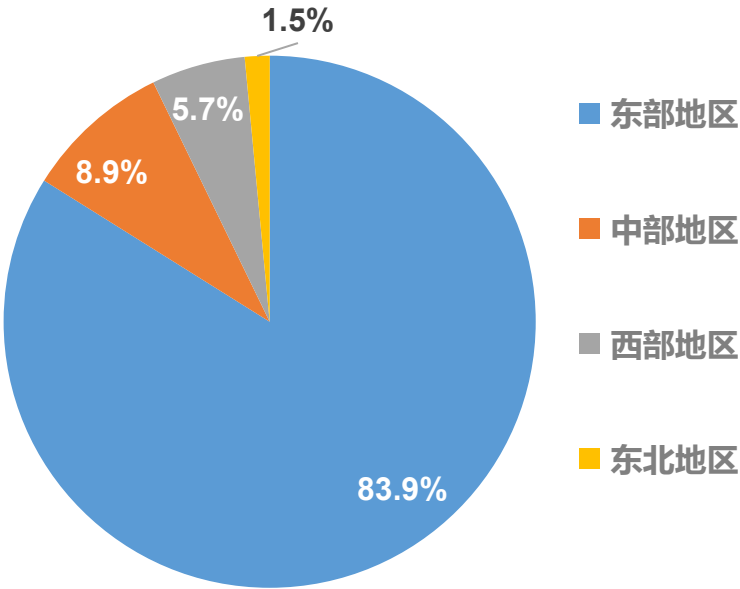
东北和中部地区网络零售额增速领先

➤ 分地区看，东、中、西和东北地区网络零售额同比增速分别为**3.8%**、**8.7%**、**3.0%**和**13.2%**，占全国比重分别为**83.9%**、**8.9%**、**5.7%**和**1.5%**。

2022年分地区网络零售额累计同比增速



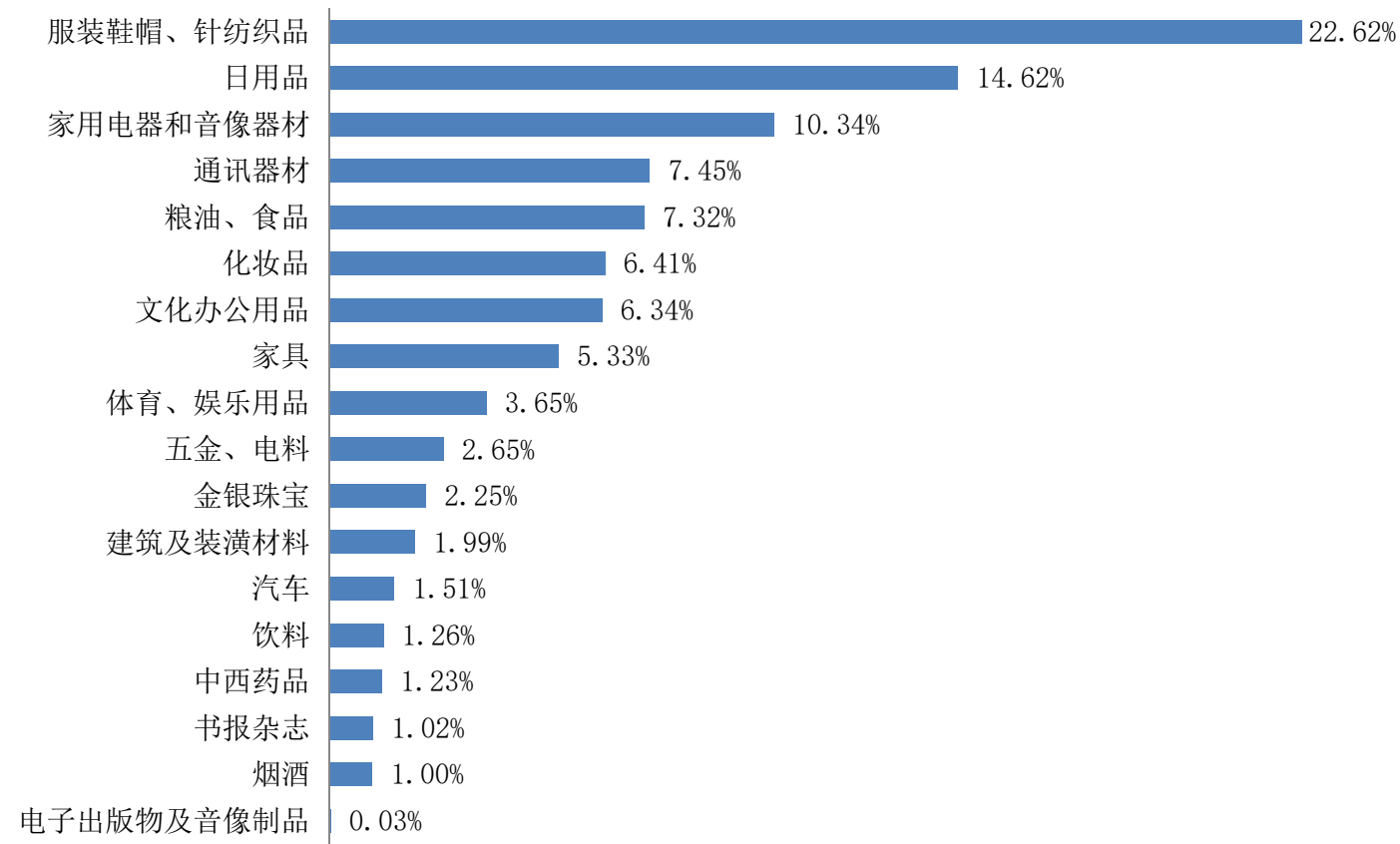
2022年分地区网络零售额占比



部分商品品类销售实现两位数增长

- 实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长**16.1%**、**3.5%**和**5.7%**。
- **从增速看**，18类监测商品中8类商品销售额增速超两位数。其中，中西药品、金银珠宝和烟酒网络零售额同比增速较快，分别达到**43.6%**、**27.3%**和**19.1%**。
- **从规模看**，服装鞋帽针纺织品、日用品、家用电器和音像器材的网络零售额排名靠前，分别占实物商品网络零售额的**22.6%**、**14.6%**和**10.3%**。

2022年网络零售分品类交易额占比

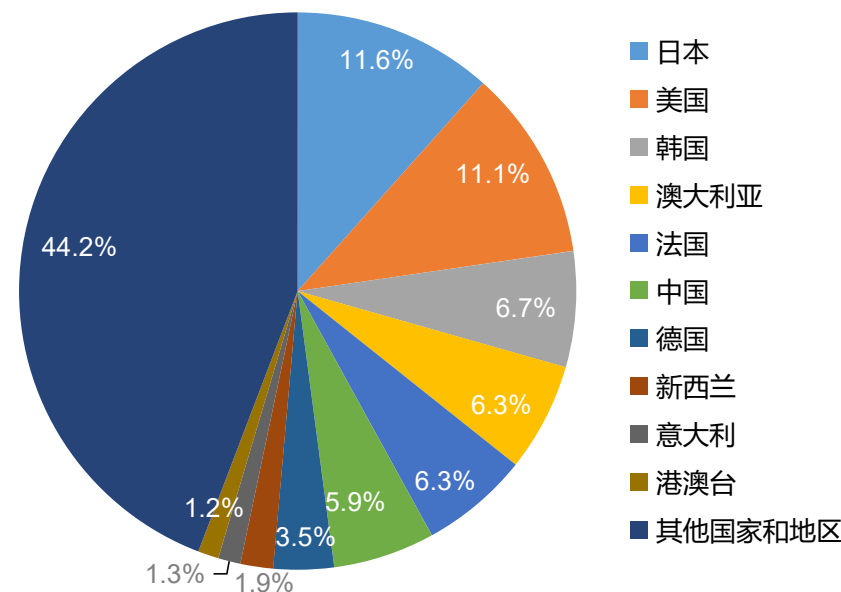


数据来源：商务大数据

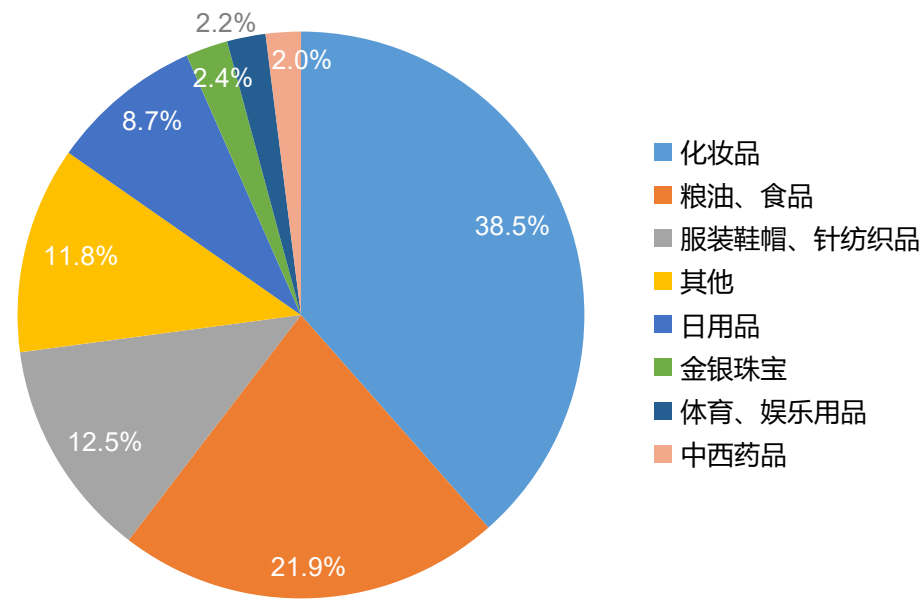
跨境电商发展迅速

- 海关总署数据显示，全年跨境电商进出口额（含B2B）**2.11万亿元**，同比增长**9.8%**。其中，出口**1.55万亿元**，同比增长**11.7%**；进口**0.56万亿元**，同比增长**4.9%**。
- 商务大数据监测显示，**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**29.3%**；**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**72.9%**。

2022年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2022年跨境网络零售进口商品交易额占比

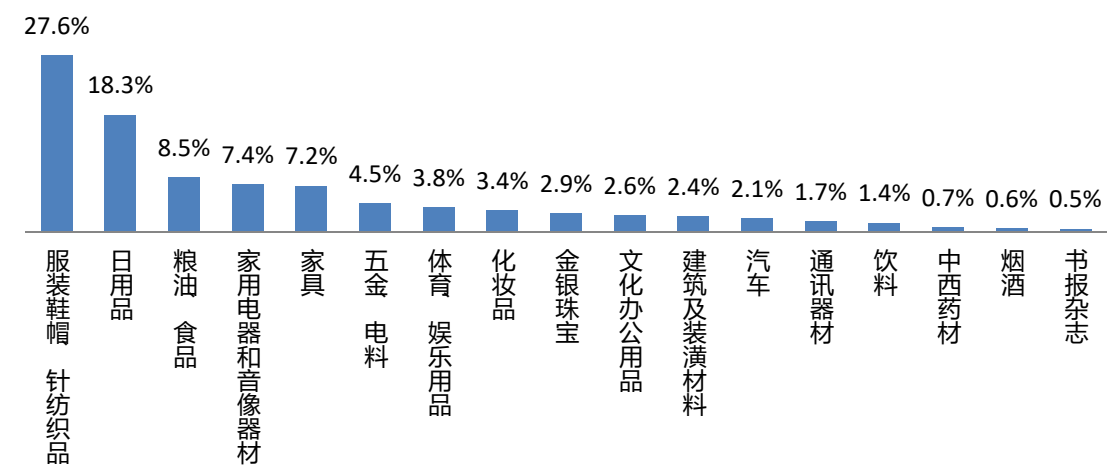


数据来源：商务大数据

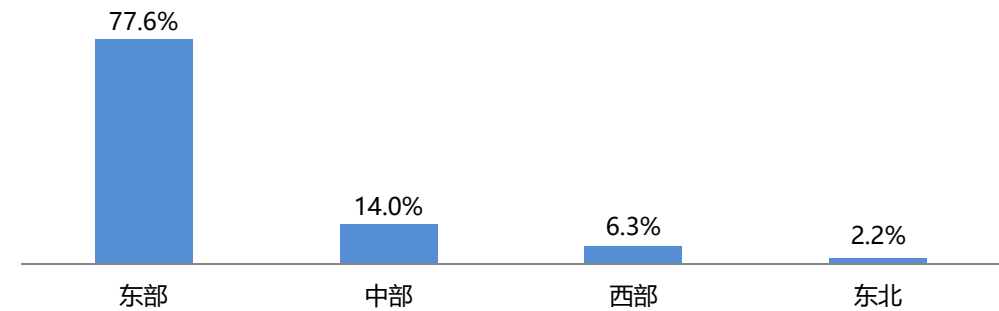
农村电商稳步增长

- 全国农村网络零售额**2.17万亿元**，同比增长**3.6%**。其中，农村实物商品网络零售额**1.99万亿元**，同比增长**4.9%**。
- **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**27.6%**、**18.3%**和**8.5%**。
- **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**77.6%**、**14.0%**、**6.3%**和**2.2%**，同比分别增长**1.8%**、**12.0%**、**5.7%**和**15.3%**。

2022年农村网络零售分品类交易额占比



2022年农村网络零售分地区交易额占比

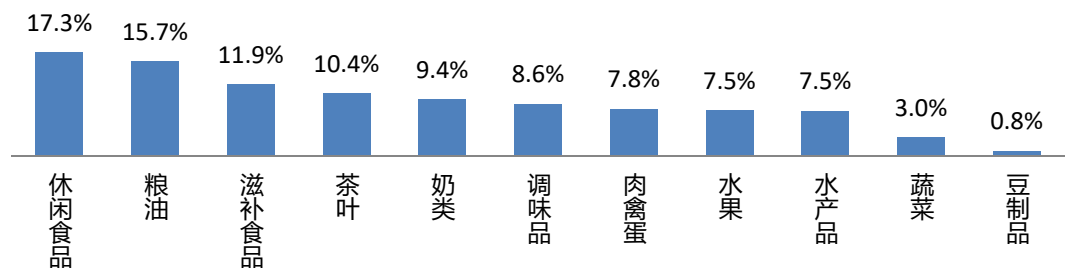


数据来源：商务大数据

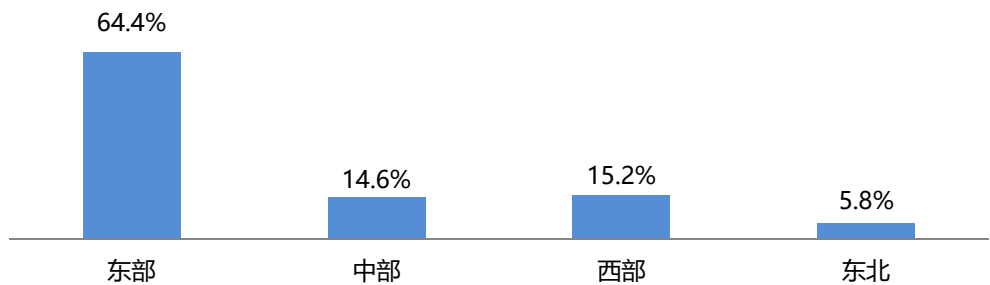
农产品网络零售快速增长

- 全国农产品网络零售额**5313.8亿元**，同比增长**9.2%**，增速较2021年提升**6.4**个百分点。
- **分品类看**，休闲食品、粮油、滋补食品网络零售额位居前三，占比分别为**17.3%**、**15.7%**和**11.9%**。其中，滋补食品、奶类、粮油同比分别增长**28.8%**、**23.6%**和**15%**。
- **分地区看**，东、中、西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%**、**14.6%**、**15.2%**和**5.8%**，同比分别增长**8.3%**、**5.1%**、**17.0%**和**11.2%**。

2022年农产品网络零售分品类交易额占比



2022年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、网络零售助力消费复苏

➤ 2022年，随着疫情防控措施进一步优化，扩内需促消费系列政策逐步见效，网络零售发展韧性持续显现。



一是部分商品品类销售较快增长。2022年，18类监测商品中，8类商品实现两位数以上增长。其中，**金银珠宝和烟酒**销售额同比分别增长**27.3%和19.1%**。



二是网络促销激发消费潜力。商务部主办“**2022中国电子商务大会**”，指引电子商务创新发展方向。商务部牵头指导举办“**全国网上年货节**”“**双品网购节**”等活动，指导各电商平台对“**618**”“**双11**”等促消费活动加大投入力度，激发线上消费潜力。



二、“数商兴农”助力乡村振兴



- ✓ **各电商平台**积极开展形式多样的**帮扶行动**，深入田间地头帮助农户销售特色农产品，切实履行社会责任。



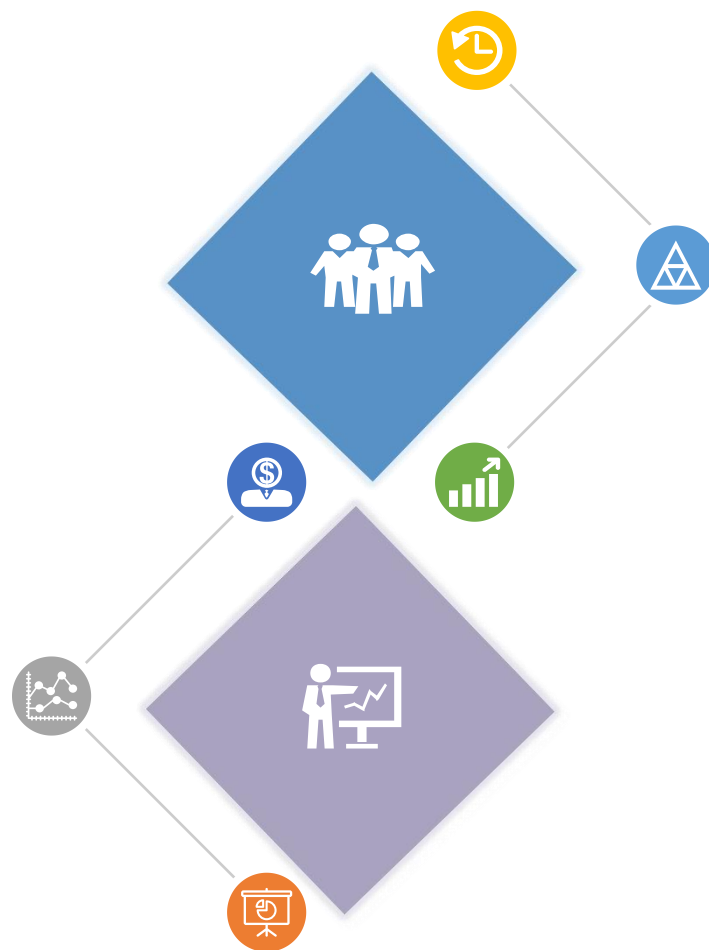
- ✓ **商务部**持续开展“**三品一标**”认证帮扶，引入公益资金支持，累计培训农产品企业**2418**家，确定资助**667**家。指导各地方和电商企业举办“**数商兴农**”专场，带动地理标志产品和各地农特产品销售。指导中国电商乡村振兴联盟开展助农帮扶，帮助对接销售农产品累计超**400**亿元。



- ✓ **阿里巴巴**：丰收节上线1000余个县域60多万款特色农产品，双11期间发起“农货多一件”倡议。
- ✓ **京东**：打造首届“京东农特产购物节”，通过线下活动、线上直播等形式助力乡村振兴成果展示。
- ✓ **抖音电商**：丰收季活动重点扶持约2万农货商家，助力超10万款农特产品出村进城。
- ✓ **拼多多**：多多丰收馆全面覆盖全国主要农产区，辐射30万商家、超50万款农副产品。

三、电子商务国际合作成果丰硕

- 与**白俄罗斯、新加坡、巴基斯坦、泰国、老挝**等国签署**双边电子商务合作备忘录**，已与五大洲**29个**国家建立双边电子商务合作机制。
- 与中亚五国建立“**中国—中亚五国电子商务合作对话机制**”。
- 与阿拉伯国家建立“**中国—阿拉伯国家电子商务合作对话机制**”。
- 与**意大利、俄罗斯、越南**等伙伴国召开双边电子商务合作工作组会议，加强“丝路电商”机制建设。
- 推动通过《**金砖国家数字经济伙伴框架**》，开启金砖国家数字经济合作新进程。



- 与伙伴国共同组织“**丝路电商**”云上大讲堂上合组织专场、中亚五国专场和金砖专场等，共同提升数字素养。
- 举办“**非洲好物网购节**”“**买在金砖**”“**上合组织国家特色商品电商直播活动**”“**丝路电商高峰论坛、数字经济对话会**”等各类活动，促进产业对接。
- 与**厄瓜多尔、海合会、白俄罗斯、秘鲁**等国家开展**自贸协定电子商务章节谈判**，推动《**区域全面经济伙伴关系协定**》（**RCEP**）电子商务条款落地实施。

四、电子商务服务支撑体系更加完善



- 商务部配合有关部门加紧研究完善**反垄断和网络安全审查等领域**法规制度。
- 加强**人才培养**，在新版国家职业大典中增设**电子商务从业人员**类别。
- 推进**电子商务企业诚信档案建设**，营造诚实守信的市场环境。
- 增选**国家电子商务示范基地**14家，总数达**155**家。
- 完善**电子商务公共服务平台**内容功能，为中小微电商企业赋能。



03

中国网络零售市场发展趋势

一、市场规模持续扩大

+ 网络零售助力消费复苏

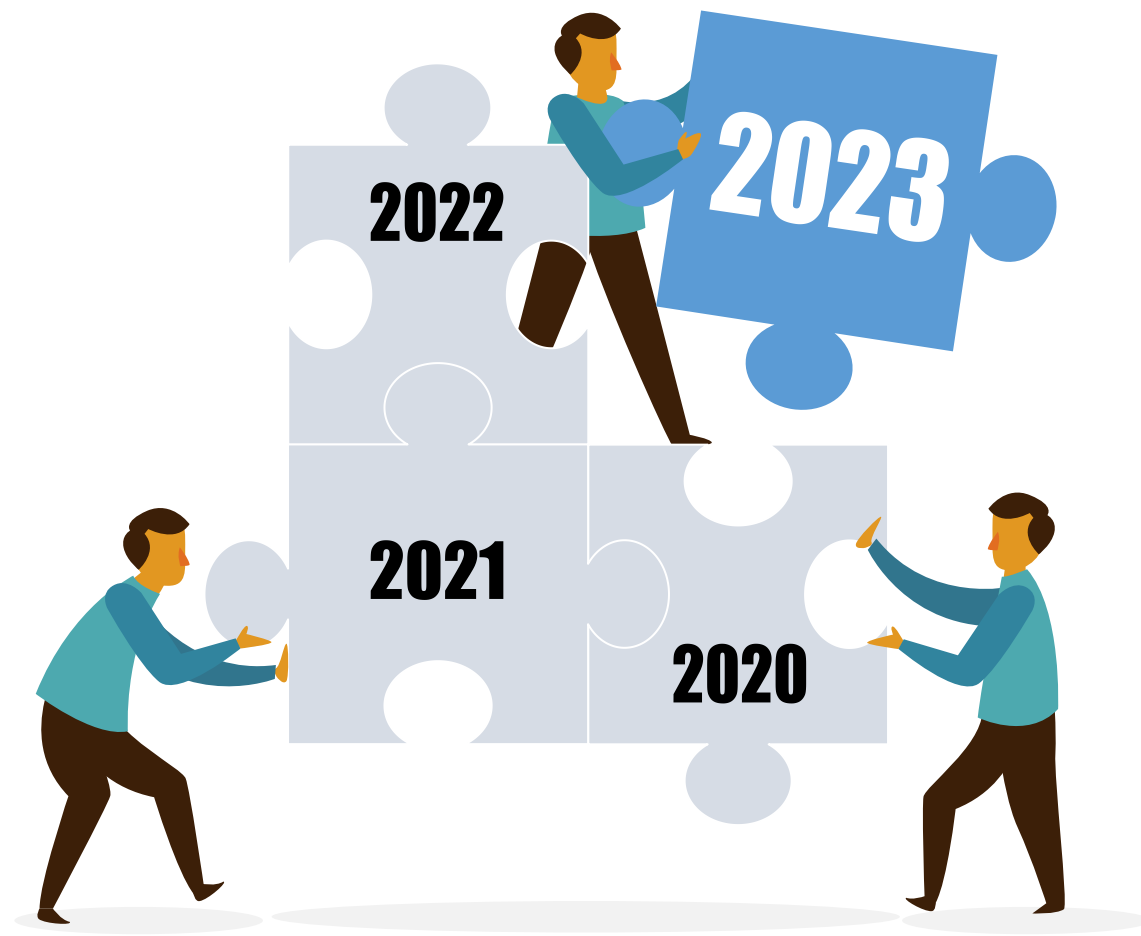
- 随着线上消费需求进一步恢复和增长，网络零售将加快推动消费复苏。

+ 网络零售为经济注入新动能

- 预计2023年网络零售市场规模将进一步扩大，业态模式迭代创新。

+ 新技术驱动网络零售增长

- 5G、人工智能、云计算、大数据等新技术将持续赋能，为网络零售行业注入增长动力。



二、新兴业态多元发展

农村电商

- ✓ 基础设施建设稳步推进，直播带货等新模式与农村电商加速融合，为乡村振兴注入新动能。

跨境电商

- ✓ 跨境电商将向精细化、数字化发展，生态链持续优化升级，国际合作将加速推进。



在线服务

- ✓ 在线服务类消费将有序恢复。其中，在线餐饮、在线旅游将迎来复苏。

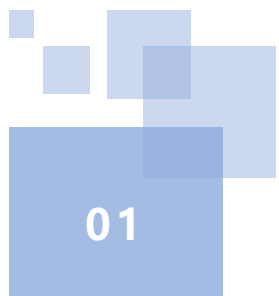
直播电商

- ✓ 直播电商将进入精细化、规范化运营新阶段。

即时零售

- ✓ 即时零售渗透的行业和品类将持续扩大，覆盖更多应用场景。

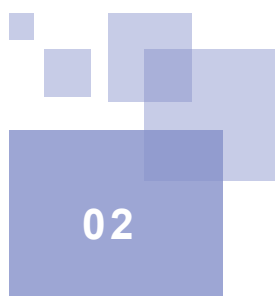
三、产业环境不断优化



01

政策环境持续优化完善

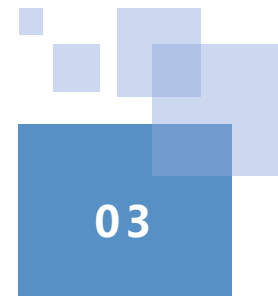
法规政策不断完善，市场监管服务持续优化，平台治理水平提高，市场主体活力将持续释放，平台经济将规范健康发展。



02

消费升级趋势未变

居民消费更加理性，品质化、多元化需求持续增加，消费结构进一步优化升级。



03

企业数字化进程加快

数字经济与实体经济深度融合，加快企业向智能化、数字化、绿色化方向发展。



谢谢!