



链塔智库

—— Block Data ——

# 2018区块链+电商 行业报告



2018年11月9日

# 蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界

每天精挑细选3份最值得关注的学习资料

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

**(不需要转发哦.....)**



扫一扫  
回复“入群”

# 目录

# CONTENTS

---

## 1. 电商行业概述

- 1.1 相关概念
- 1.2 全球电商发展现状
- 1.3 国内电商发展现状
- 1.4 发展趋势
- 1.5 电商行业面临的痛点

## 2. 区块链+电商发展概况

- 2.1 区块链如何应用于电商行业
- 2.2 区块链+电商发展现状
- 2.3 区块链+电商发展模式

## 3. 典型区块链+电商案例

- 3.1 阿里巴巴
- 3.2 京东—智臻链
- 3.3 乐天
- 3.4 苏宁易购
- 3.5 寺库SECOO
- 3.6 NeoPlace
- 3.7 Provenance
- 3.8 社交电商链

## 4. 面临的挑战及发展趋势

- 4.1 区块链+电商面临的挑战
  - 4.2 区块链+电商发展趋势
-

# 前言

## PREFACE

---

电商行业是典型的万亿美元蓝海市场。

近年来，电商市场保持着快速增长的势头，2017年全球电商市场交易额达2.3万亿美元，中国以29.16万亿元位居全球首位。

电商市场长期以来面临着几大痛点。对于消费者来说：失信问题严重，商品质量参差不齐，消费信息泄露。对于平台来说：市场基本稳定，新兴平台难以加入等。

区块链是否能对现有的电商行业提供解决方案？

链塔Blockdata区块链数据平台共收录了将近50个区块链+电商项目，链塔分析师团队经过分析发现。现有的区块链+电商项目主要分为两大类：传统电商平台应用区块链技术发展现有业务和新兴区块链电商平台采用区块链技术冲击传统电商市场。具体看来，传统电商平台主要采用区块链技术对价值较高、安全需求高的产品进行溯源，区块链电商主要是发行通证，以去中心化的方式经营平台。

链塔分析师团队分析认为，传统电商应用区块链技术进行业务拓展将是接下来一段时间的发展主流。去中心化电商还存在技术和监管方面的风险。

未来，区块链应与人工智能等技术协同发力，助力电商行业在安全、跨境支付等方面发展。

---

# 1. 电商行业概述

## 1.1 相关概念

一般而言，电商具有狭义和广义的概念区别。

狭义的电商指的是类似于亚马逊、阿里巴巴等依托互联网进行电子交易的平台，广义的电商是指利用网络实现所有商务活动业务流程的电子化，泛指企业使用各种电子工具从事商务活动。

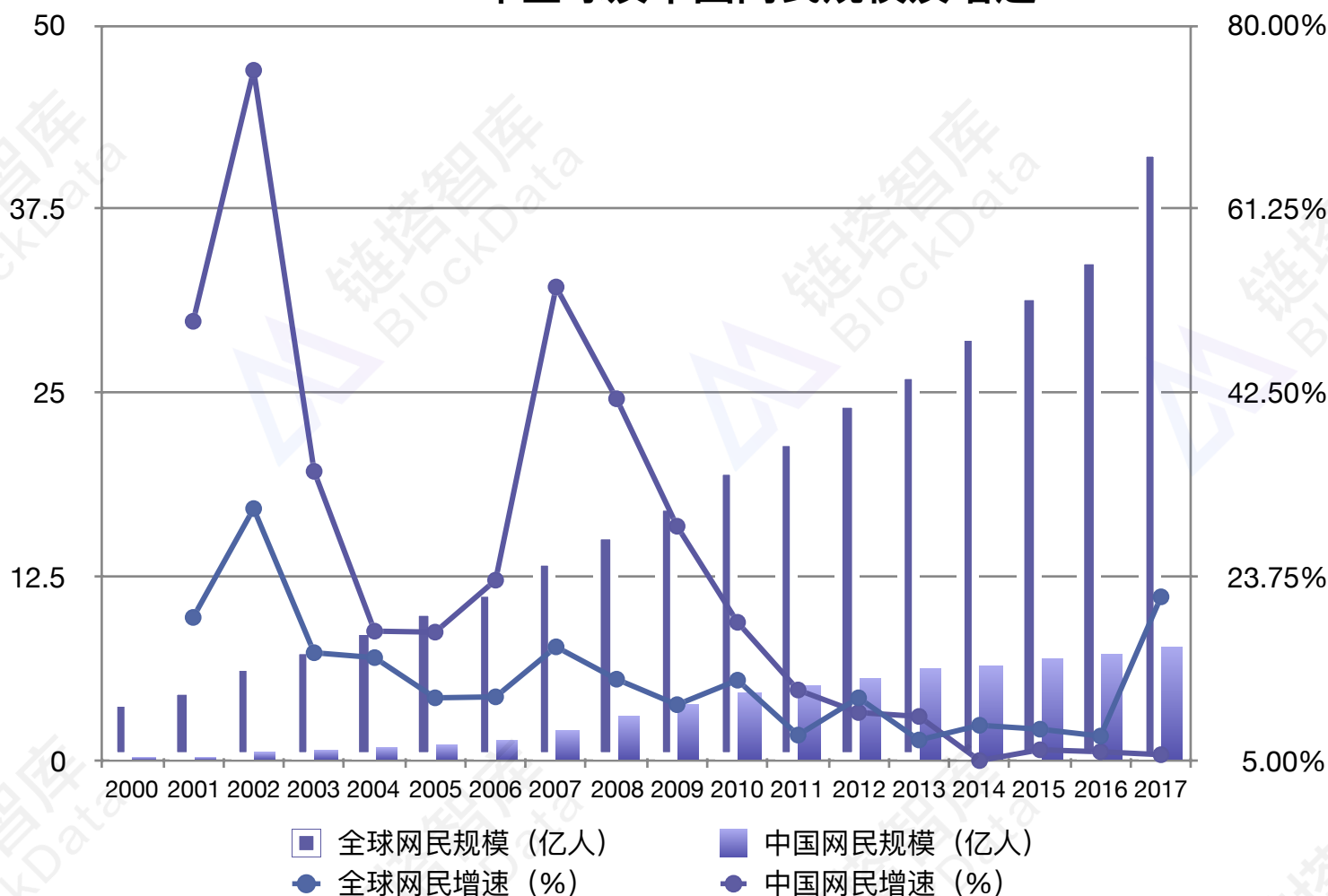
本报告主要针对狭义的电商平台进行探讨研究。

## 1.2 全球电商发展现状

互联网人口红利逐渐消失，增长较为疲软

全球互联网用户呈弱增长趋势，互联网人口红利逐渐消失。

2000-2017年全球及中国网民规模及增速



数据来源：链塔数据平台

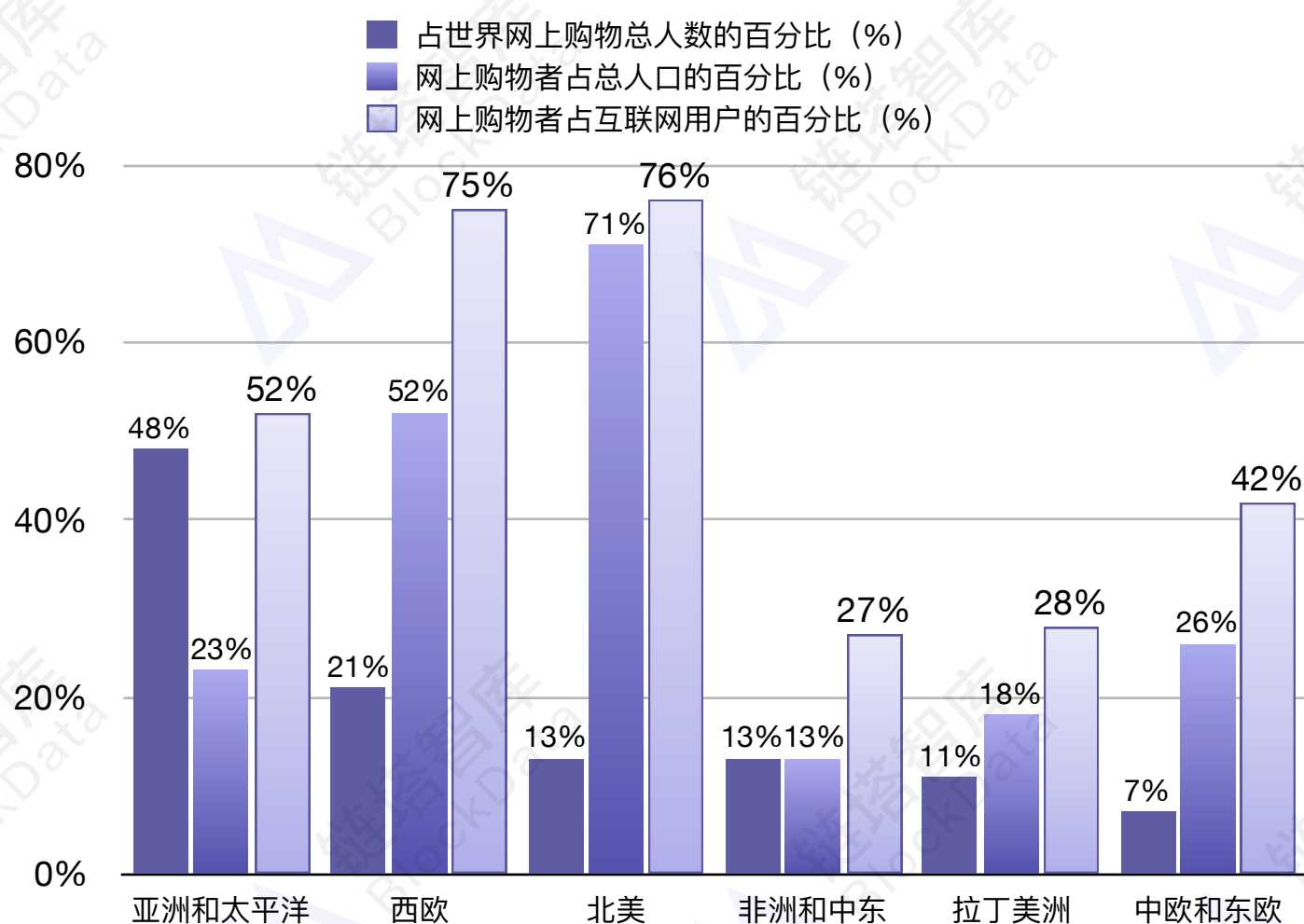
www.blockdata.club



## 网购人数迅速增长，占全球互联网用户一半以上

2018年，预计有16亿人在网上购物一次，占全球互联网用户的50%以上，其中亚太地区占比最大，接近50%。

按地区分列的2013年和2018年全球网购人数百分比



数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 网购零售增长迅速

2017年全球网络零售交易额达2.30万亿美元，较2016年增长24.8%。

2016-2021年预计网购销售额

年份	总零售额 (万亿美元)	总零售额 增速 (%)	网络零售 额 (万亿 美元)	网络零售 额增速 (%)	网络零售 占比 (%)
2016年	21.39	5.2%	1.85	25.6%	8.6%
2017年	22.64	5.8%	2.30	24.8%	10.2%
2018年	23.95	5.8%	2.84	23.4%	11.9%
2019年	25.27	5.5%	3.45	21.5%	13.7%
2020年	26.61	5.3%	4.14	19.8%	15.5%
2021年	27.92	4.9%	4.88	18.0%	17.5%

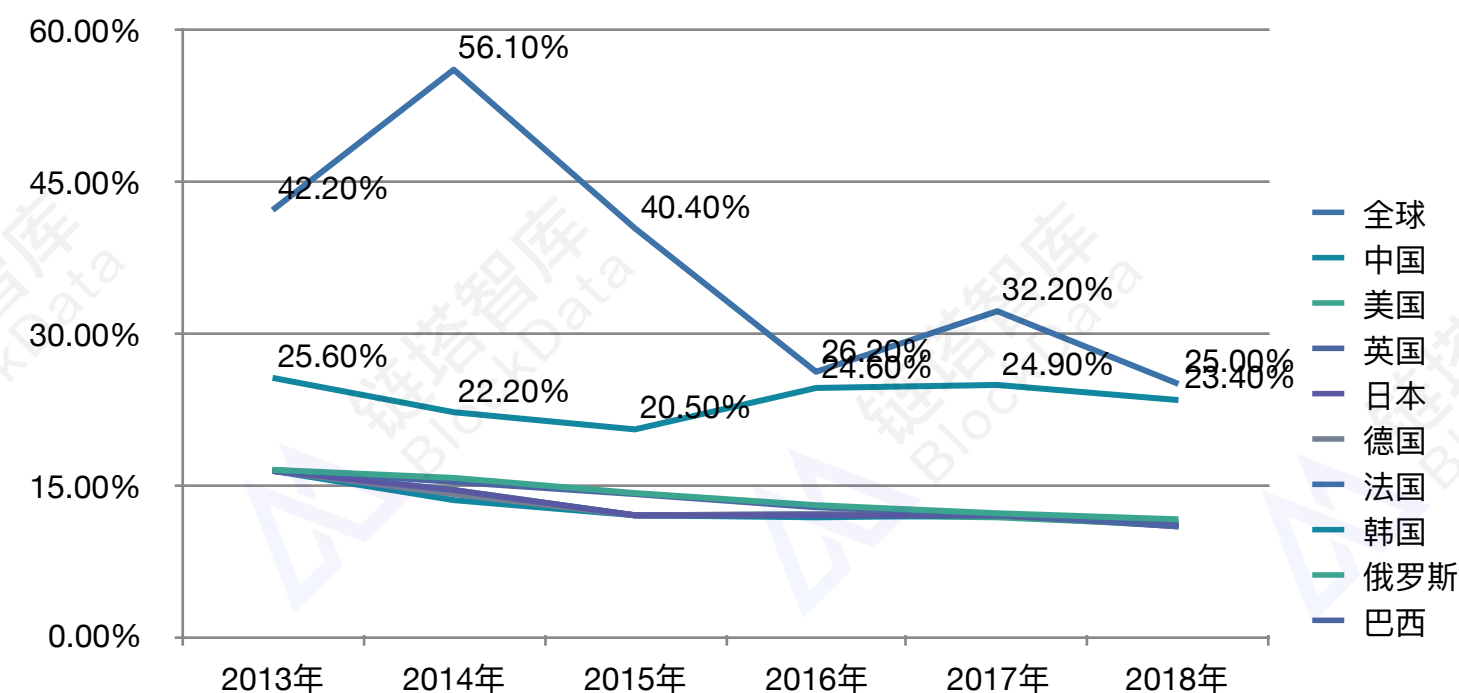
数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 发达经济体仍占据零售电商行业主导地位

全球TOP10国家网络零售市场增长率榜单中，除中国外，其余九席均为发达国家。

2013-2018全球TOP10国家网络零售市场增长率



数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 主流电商企业主要分布在美国和中国

全球大约有超过一百万个公司从事电子商务，目前全球知名的电商企业中，美国和中国企业的企业最多。

### 主流电商名单



数据来源：链塔数据平台

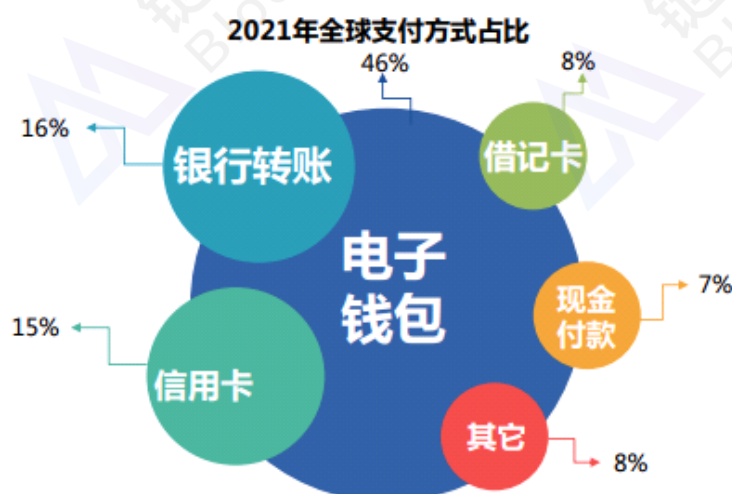
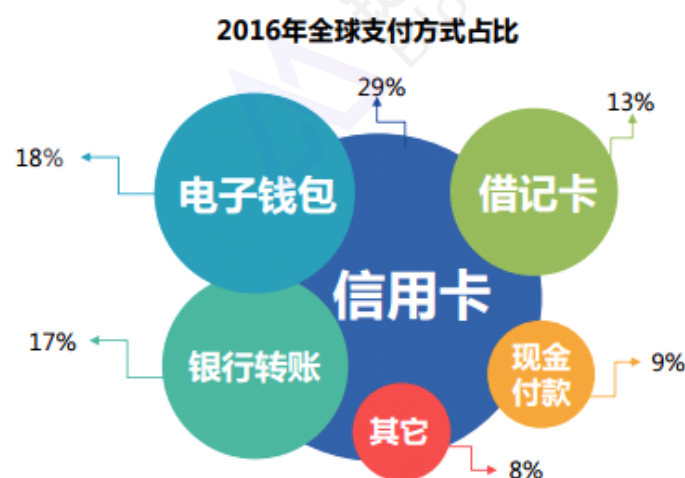
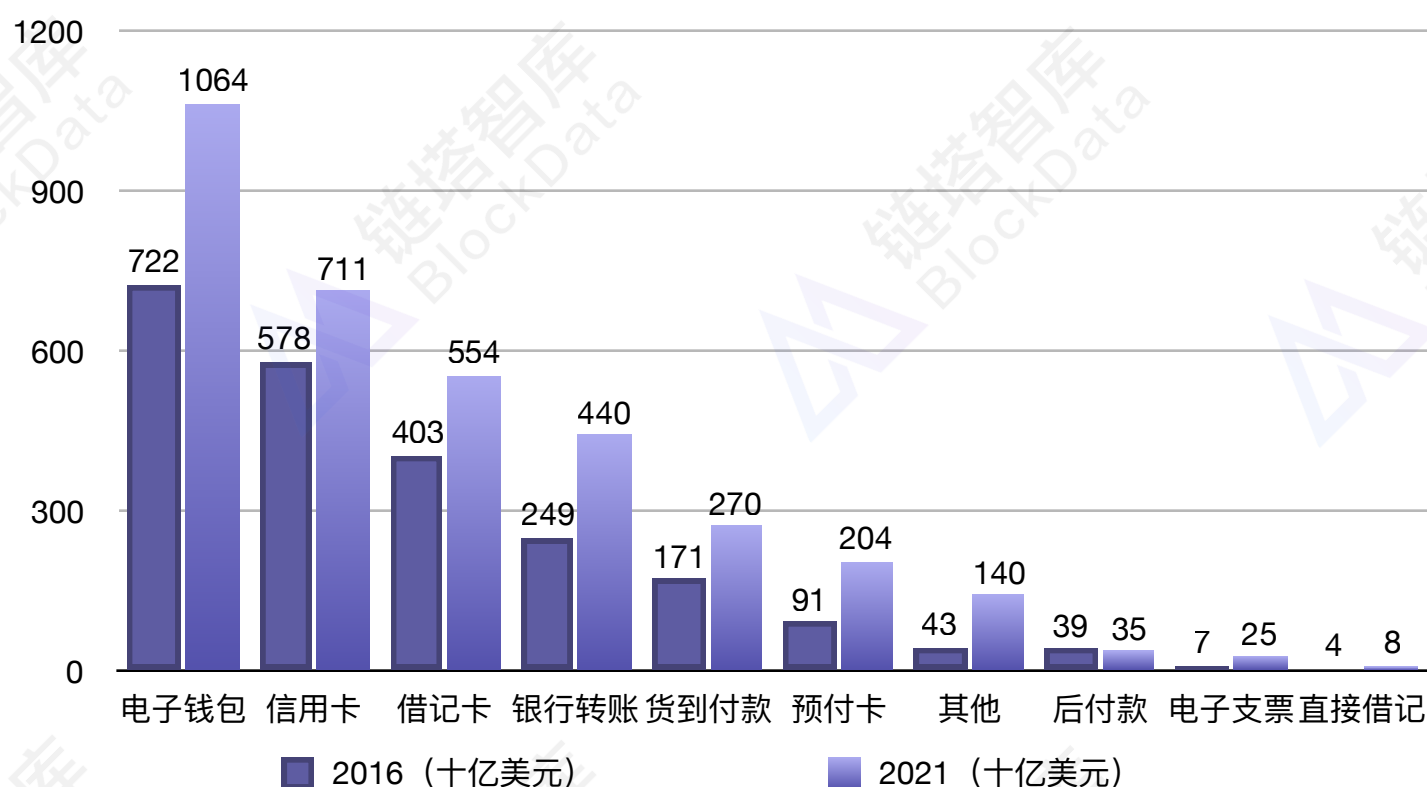
www.blockdata.club



## 支付形式更加多元化

2016年全球B2C电商支付规模为2.37万亿美元，其中电子钱包方式支付占比最大为30.4%，同时其他支付方式发展较为迅速。预计在2021年，电子钱包和其他支付将有所发展。

### 2016年与2020年支付方式对比



数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

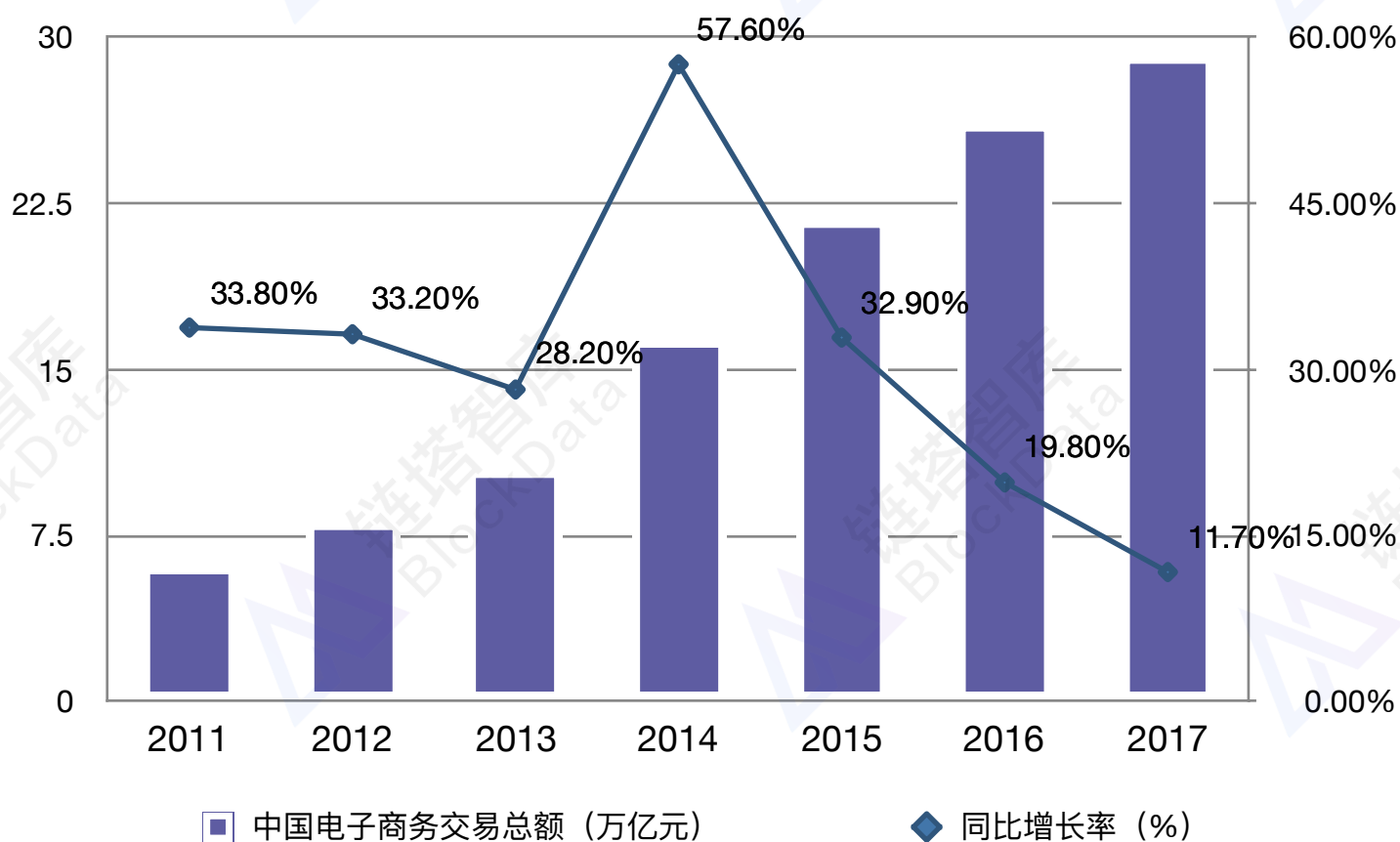
## 1.3 国内电子商务发展现状

### 2017年电子商务交易额达29.16万亿元

近年来，我国电子商务发展较为迅速，逐渐成为了全球电子商务的领跑者。

据商务部电商司发布的《中国电子商务报告（2017）》数据显示，2017年全国电子商务交易额达到了29.16万亿元，同比增长11.7%。

2011-2017我国电子商务交易总额及增长率



数据来源：链塔数据平台

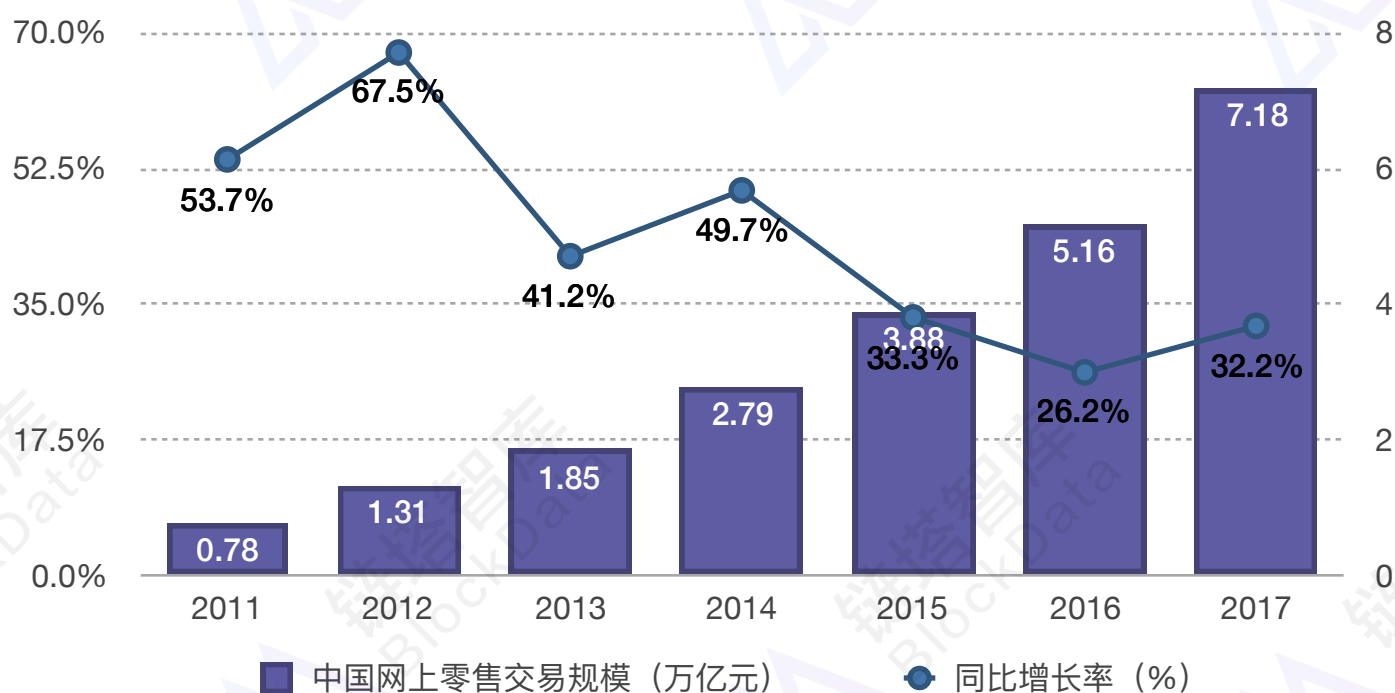
www.blockdata.club

## 1.3 国内电子商务发展现状

### 2017年网上零售额达7.18万亿元

国家统计局数据显示，2017年我国网上零售额达7.18万亿元，同比增长32.2%。另据中国互联网络信息中心数据，截止2017年12月，我国网络购物用户规模达5.33亿，同比增长14.3%，占网民总数的69.1%。

2011-2017我国网上零售交易总额及增长率



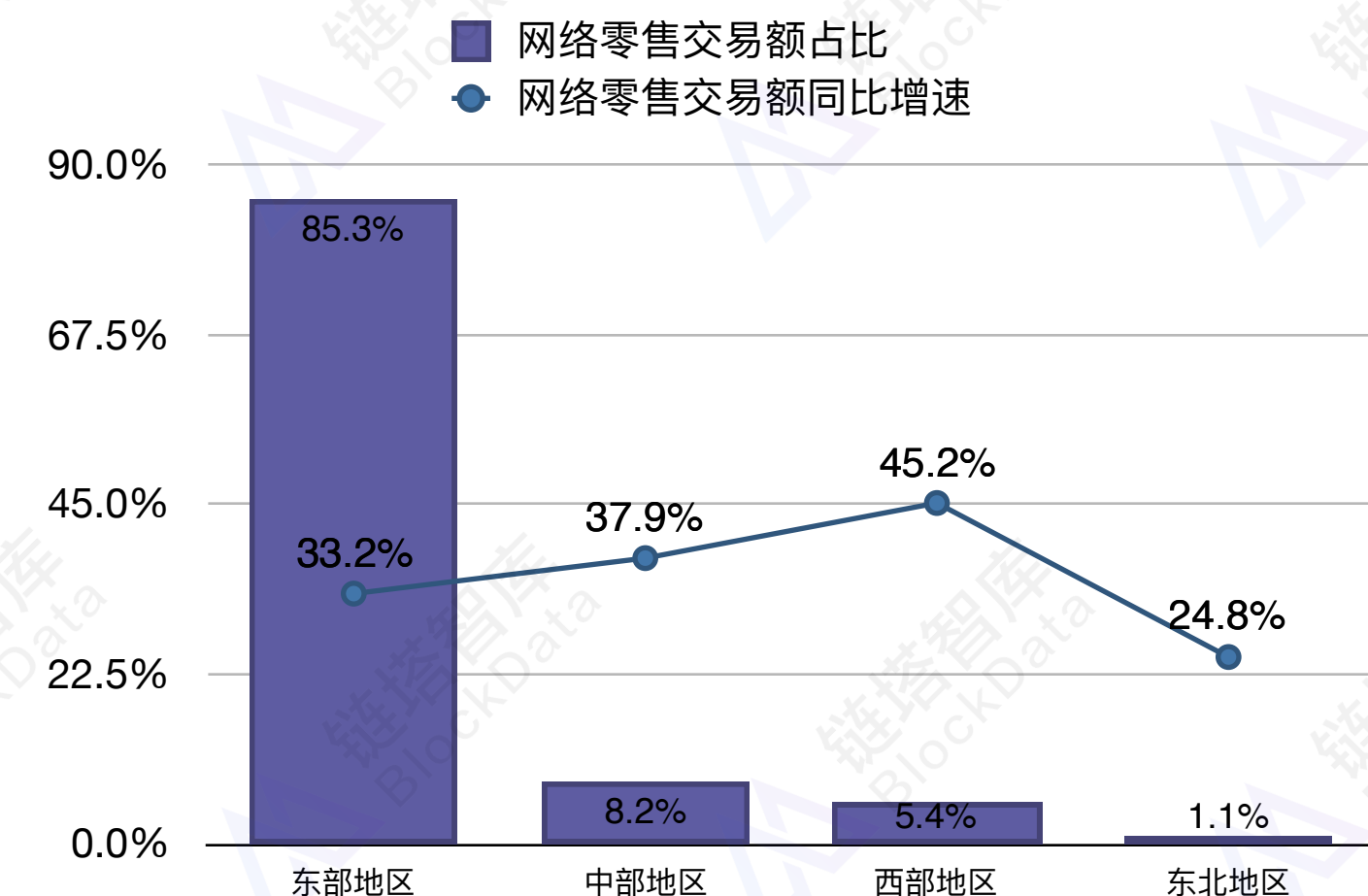
数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 东西部差距较大

我国经济地域发展的不平衡也体现在电子商务领域上，据商务部数据显示，东部省市的交易规模占比达到了85.3%，其中广东、浙江、上海、北京、江苏五省份占到了全国的74.5%。

2017年全国网络零售交易额占比及同比增速



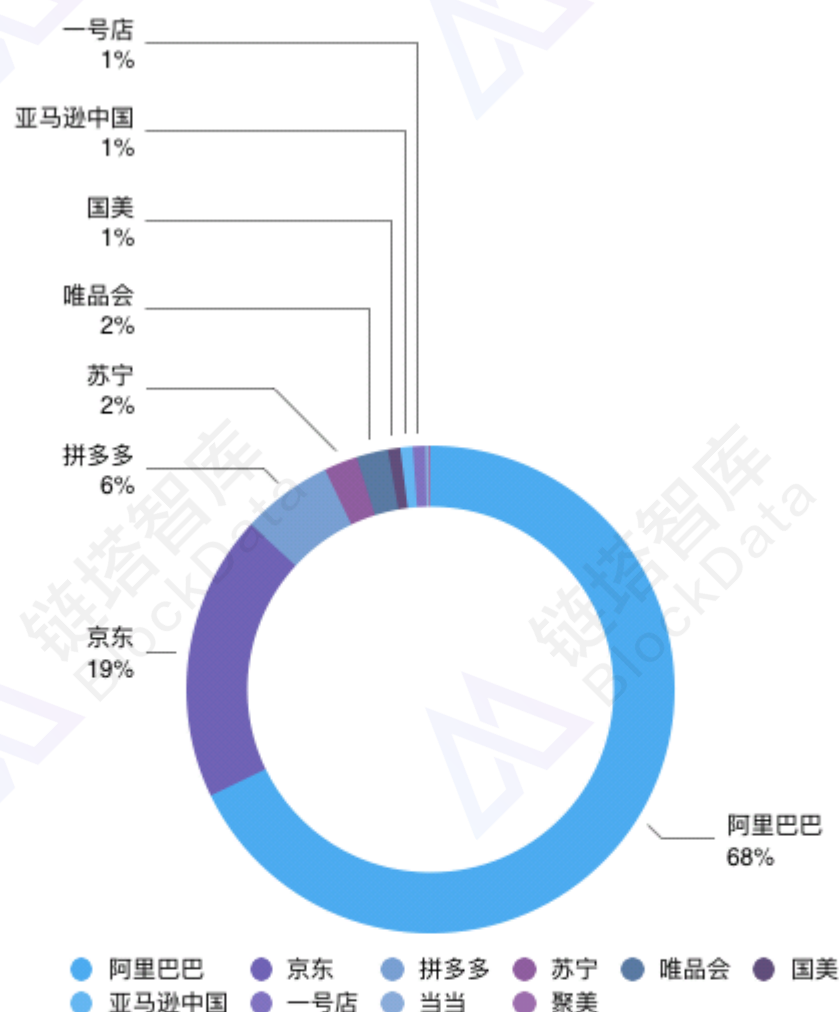
数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 阿里巴巴市场份额第一

市场份额方面，阿里巴巴持续领先，占据市场份额58.2%。值得注意的是，各大电商巨头不仅在线上持续发力，同时更加注重线下的布局，希望达成线上线下联动的效应。例如，阿里巴巴加大去盒马生鲜的投入、收购饿了么，意在打通整个零售交易链。京东旗下的京东便利店也覆盖了全国大部分区域，苏宁易购在线下主场中继续加快细分场景的互联网门店布局。

2018年中国网络零售B2C市场交易份额占比



数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club



## 1.4 发展趋势

### 移动电商成主流电商模式，但增长疲软

随着移动互联网的普及，全球移动电商得到了较大的增长。2017年全球移动网络零售额达到了1.37万亿美元，占网络零售交易额的比重达60%，预计到2021年将进一步增至70%以上。但是，随着移动互联网的用户接近上限，其增长将趋于疲软。

### 跨境电商迅速发展

随着人们生活水平的提高，以及消费升级的需求，跨境电商正处于行业高速发展期，并逐渐成为外贸发展重要的驱动力之一。但跨境电商仍然面临着贸易摩擦、监管、物流、交易信用等挑战。

### 大数据等新技术加入有望成为新的增长点

大数据、人工智能等技术在近年来取得了较大的发展，电子商务正是这些技术应用范围最为广泛的领域之一。新技术的加入能够提升整个电商购物流程的便捷度、舒适度，有望成为新的增长点。

## 长尾效应推动下，个性化趋势明显

互联网技术的普及带来交易成本的降低以及长尾需求的崛起，零售业逐渐形成从热卖商品向个性化商品的转移，电商行业为了满足更多的个性化需求，需要提供相匹配的个性化服务。

## 社交电商成为新趋势

2016年开始，随着网红经济的兴起，微博、微信、小红书等社交平台成为新的流量入口，部分电商平台推出团购等功能，例如今年上市的拼多多。

## 全渠道运营，线上线下联动

相关数据显示，消费者乐于通过多种路径完成购物行为。电商巨头们也正在朝这一方面前进，阿里布局“无人”便利店、京东推出京东便利店等，都算是线下新零售的探索，线上线下的全渠道融合，有利于资源的全面共享。目前在线上线下的融合当中，正在探索行业规则 and 标准，这也是巨头们下一个竞争的战场。

## 1.5 电商行业面临的痛点

### 消费者

#### 失信问题严重，商品质量参差不齐

有数据显示，线上线下的同类商品质量存在不一致的现象，线上产品质量问题较为突出。其次，线上产品退换货存在一定的沟通、运输成本。最后，线上促销活动增多，玩法复杂，消费者陷入“促销陷阱”，促销商品难以退换货。

#### 刷单频繁，消费者难以辨别真假

目前，电商平台刷单已经是公开的秘密。消费者难以判断交易量的真假、评论的真假。

#### 信息泄露严重，消费者隐私难以受到保护

相信不少消费者都有这样的经历，一旦你在某平台购买了一款产品，你会受到同类或者互补产品的推销信息，消费者的购物行为完全被暴露。

## 平台

### 寡头效应凸显，主流电商占据97%以上的市场

据相关数据显示，2017年B2C网络零售市场中，主流电商占据97%以上的市场。主攻下沉市场的拼多多可能算是一个特例，从巨头手中抢占了5.2%的市场份额，但未来这样的黑马出现的几率将愈加的小。大平台几无进入机会，细分场景需要树立品牌，且容易遭受围攻。

### 《电子商务法》出台，强监管时代来临

8月《电子商务法》正式发布，并将于2019年1月开始实施，电商法规定网店要登记纳税、跨境电商需要缴纳两次税等，这些规定的出台也就意味着行业的强监管时代来临。

### 平台征信存在壁垒

目前各大电商平台都催了自己的征信板块，但并不通用。例如，阿里巴巴推出的芝麻信用，阿里巴巴竞争对手并不会采用。这无形当中是增加了成本，也易形成信用孤岛。

## 2.区块链+电商发展概况

### 2.1 区块链如何应用于电商行业

区块链作为一种新兴技术，其独有的去中心化、不可篡改、可追溯的特性与电商存在一定的契合度。例如，去中心化机制有利于减少交易环节降低交易成本，不可篡改的特性可以看消费者看到最真实的交易、评价，通过智能合约机制可以提升交易效率，减少人工成本等。

可以看出，区块链对电商业务的影响是多维度、多环节的，我们从以下几个方面具体来看。

#### 平台：优化与消费者关系，解决信任问题



减少中间环节，可采用共识机制解决交易纠纷问题，有利于改善平台与消费者对立的关系。

#### 新进入平台：降低获客成本



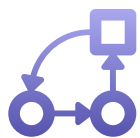
新进入的平台可以通过通证降低早期的运营及运营建设成本，并有利于建设良好的生态。

#### 商家：透明化经营，有利于树立品牌



由于采用区块链技术，所有交易记录、评价都是真实的，有利于商家树立品牌。





### 用户:获得交易数据所属权

用户能够获得自己的数据，可以自行决定交易数据的使用，有利于保护其个人隐私。



### 广告主: 实现精准营销

广告投放者可以实现精准投放，防止广告流量造假等。



### 支付: 更快到账，更安全

基于区块链技术可以实现较低的手续费，更快到账，且更加安全。



### 物流: 防伪溯源，利于维权

基于区块链技术能够实现对商品整个环节的防伪溯源，保障商品的真实，有利于维权。

## 2.2 区块链+电商发展现状

整体看来，大部分项目于2017年底，2018年初出现，对于区块链技术的应用处于探索尝试阶段，绝大部分只是将区块链技术应用用于商品溯源上，而在支付、底层设计上均未涉及区块链。

据链塔数据平台显示，目前将区块链应用于电商行业的共有将近50家项目，中国项目约有30个，占比为60%。这些区块链+电商的主体主要分为传统电商和新兴区块链电商。其中传统电商中，大部分是电商巨头采用区块链技术完善自己已有的产品线，另一部分是垂直小电商，利用区块链技术增强品牌感。

典型“区块链+电商”项目列表

项目名称	发行时间	地区	所属类型	通证情况
阿里巴巴	2017年3月	中国	传统电商巨头	/
京东	2017年底	中国	传统电商巨头	/
乐天	2019年	日本	传统电商巨头	/
苏宁易购	2018年7月	中国	主流电商平台	/
寺库SECOO	2018年6月	中国	奢侈品电商	/
NeoPlace	2017年年底	新加坡	新兴区块链电商	NPT
Provenance	2016年7月	英国	新兴区块链电商	/
社交电商链	2018年2月	/	新兴区块链电商	SEC

数据来源：链塔数据平台

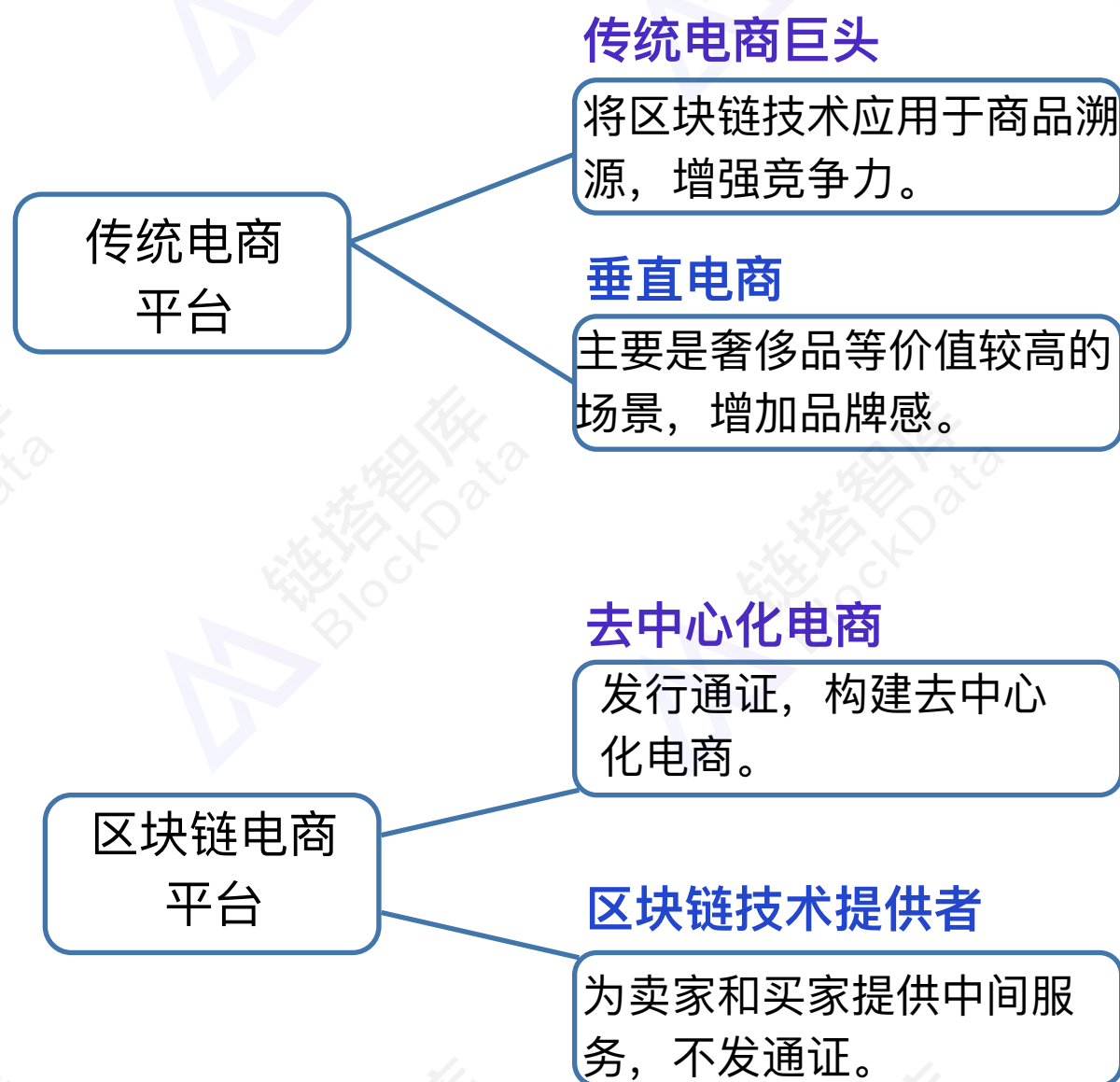
www.blockdata.club

## 2.3 区块链+电商发展模式

整体看来，传统电商平台和区块链电商平台应用区块链技术的方式存在较大的不同。

传统电商平台采用区块链技术主要是对商品进行溯源，属于技术上的尝试；区块链电商平台主要分为两种，一种是去中心化的电商平台，发行通证构建生态，另一种是为卖家和买家提供区块链服务，并不发行通证。

### 两种类型区别



## 3.典型区块链+电商案例

### 3.1 阿里巴巴



发行时间：2017年3月

地区：中国

**项目简介：**阿里巴巴是中国最大的电商平台，阿里集团下拥有众多的电商网站，包括：淘宝、天猫、阿里巴巴、阿里妈妈。阿里巴巴早在2016年就进军区块链领域，但在2017年才开始在电商行业进行区块链布局。

**阿里巴巴电商平台主要指标：**

<b>活跃用户数</b> 4.88亿	<b>卖家费用</b> 5-8%的佣金
<b>月费</b> 可以获得免费会员资格， 但还有其他会员级别。	<b>月浏览量</b> 1.267亿

数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

## 技术布局：

2017.03

阿里巴巴宣布和普华永道展开合作，将区块链技术应用用于跨境食品供应链中，在此次的合作中，主要由唯链提供技术支持。

2017.11

天猫国际实施的“全球原产地溯源计划”，由蚂蚁金服提供技术支持，该计划覆盖全球63个国家和地区，3700个品类，14500个海外品牌。

2018.11

2018年双十一期间，天猫将区块链溯源技术应用用于钻石、进口奶粉、美妆、保健品、五常大米、茅台等1.5亿件商品。

数据来源：链塔数据平台

[www.blockdata.club](http://www.blockdata.club)

## 链塔点评：

阿里在电商方面区块链应用主要集中在商品溯源上，这也是区块链最容易落地的场景之一，能够解决一定程度的解决电商行业假货泛滥。但区块链技术只能保证传输过程中的不可篡改性，但数据源的真假问题却不能解决。



### 3.2 京东-智臻链



发行时间：2017年底

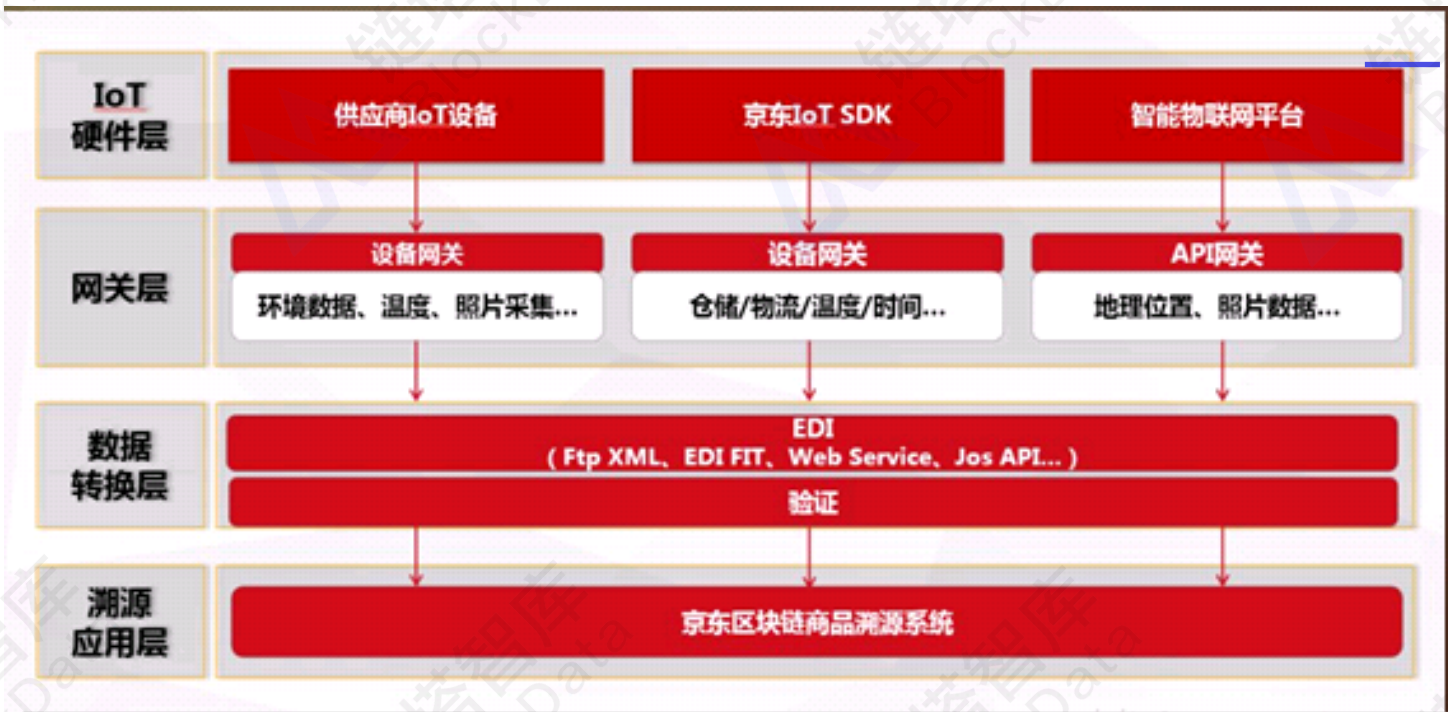
地区：中国

项目简介：京东是中国第二大的电商平台，其于2018年3月发布了区块链白皮书，并推出了区块链平台用于跟踪海外肉类供应商的牛肉产品进口情况。

京东平台主要指标：

卖家费用	2-10%的佣金
月费	无月费，但需1000美元的年费。
月浏览量	6.75亿

京东采用IoT设备自动采集数据，架构如下：



数据来源：京东白皮书

www.blockdata.club

## 项目进展：

自2018年3月京东推出区块链溯源平台以来，京东区块链溯源在跨境商品、高端白酒、母婴奶粉、二手商品、保健品取得了一定的进展，目前有超12亿条溯源上链数据。

## 链塔点评：

京东在区块链方面的起步稍晚，但进展较快。在电商领域，京东主要将区块链技术结合物联网技术应用于商品交易的全流程，具有较大的可取性。

## 3.3 乐天



发行时间：2019

地区：日本

项目简介：乐天是日本最大的电商购物平台。2018年2月，乐天CEO在 MWC 2018上表示，将推出自主研发的加密货币乐天币（Rakuten Coin），该币将在2019年推出。

据了解，乐天币将在乐天旗下所有公司应用，该币还会被应用于跨境交付中，用户可以将其兑换成美元、欧元、卢布，以减少交易费用及汇兑损失。

## 链塔点评：

早在2016年，乐天就收购了一家比特币支付平台公司，并成立了自己的区块链实验室。因此，乐天宣布推出自己的加密货币毫不意外，乐天币一旦推出，将在乐天生态中运行，有利于整个电商生态构建。但仍然面临着监管等政策风险。

### 3.4 苏宁易购

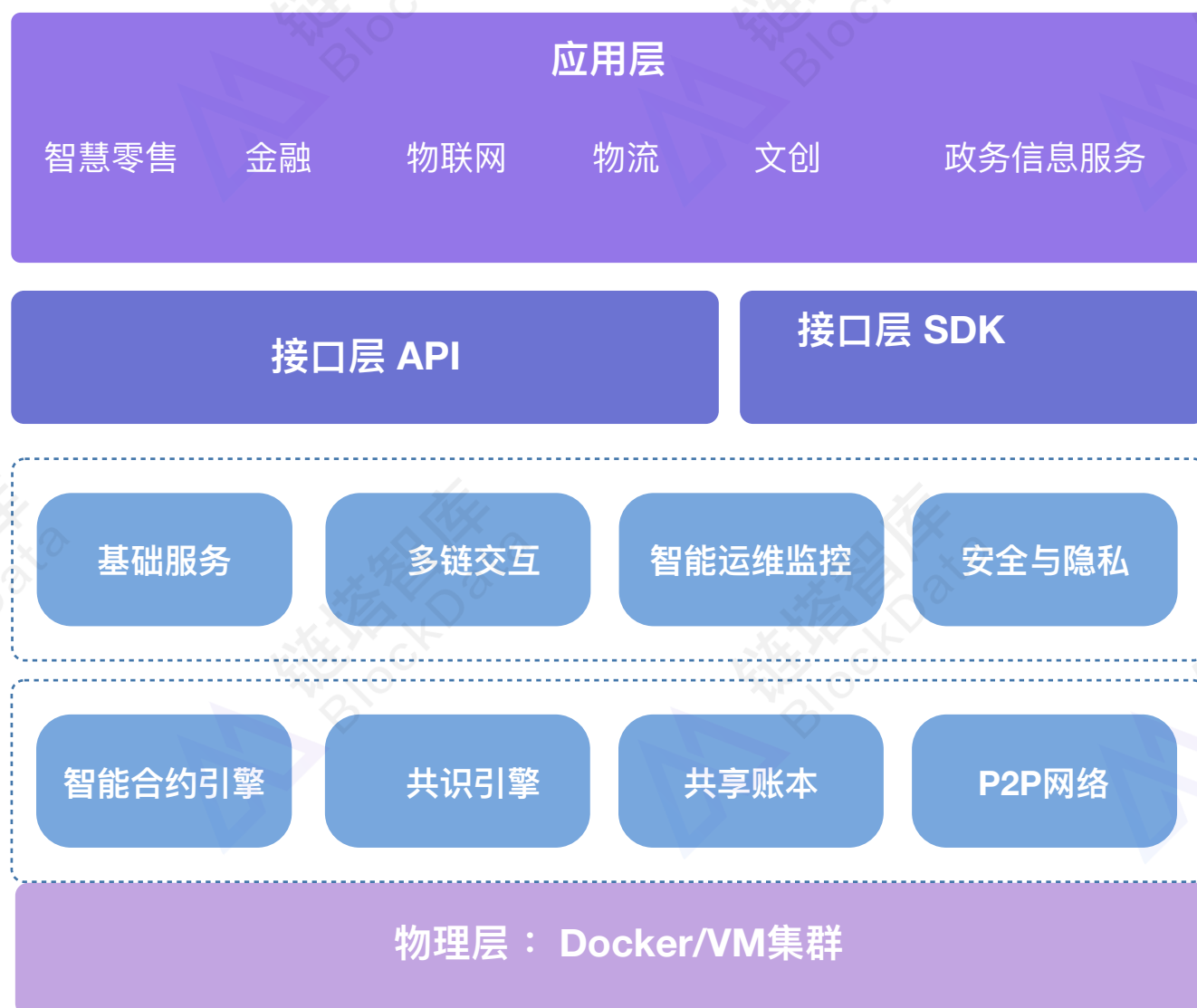


发行时间：2018年7月

地区：中国

项目简介：苏宁易购是我国主流B2C电商之一，主要覆盖传统电商、3C电器、日用百货等。

苏宁区块链平台技术框架：



链塔智库研究绘制

www.blockdata.club

## 苏宁在电商领域的区块链应用如下：

- 1.利用区块链技术将用户的购物行为（用户自愿的情况下）形成用户画像。
- 2.利用智能合约技术，将消费者、零售商、供应商等都加入区块链网络，零售商可获得可交易的消费者数据进而进行精准销售。
- 3.根据用户消费数据，定制化制定采购方案。
- 4.商品全程溯源，并将溯源信息开放给政府机构。

## 链塔点评：

苏宁在区块链方面步伐较慢。

苏宁在今年7月推出了白皮书，白皮书写的非常详实，涉及了现有业务的方方面面，其次对于区块链在电商方面的考虑非常充分，能够充分调动消费者、零售商、供应商等参与积极性。

项目进展方面，苏宁较为落后。8月，苏宁推出了一款简易版“网易星球”，此后并未大动作。今年的双十一，也只是宣布将采用区块链黑名单共享平台（基于区块链技术的征信平台）进行风控保障而已，在商品溯源、物流方面并未进展。

### 3.5 寺库SECOO



**发行时间：**2018年6月

**项目简介：**寺库是专注于奢侈品领域的垂直电商，已在美国上市。2018年6月，寺库推出了奢侈品联盟链，采用区块链技术实现全程溯源。

**寺库采用区块链鉴定流程：**



链塔智库研究绘制

[www.blockdata.club](http://www.blockdata.club)

**链塔点评：**

应用场景恰当，将区块链技术应用于奢侈品行业是十分适宜的，奢侈品价值较高，对于溯源的需求较高。

寺库对于奢侈品的鉴定全部采用自己的专家团队，其鉴定结果存在一定的失真性。目前寺库联盟链上的节点是由自己的门店构成，后期可以加入其他商家的门店。



## 3.6 NeoPlace

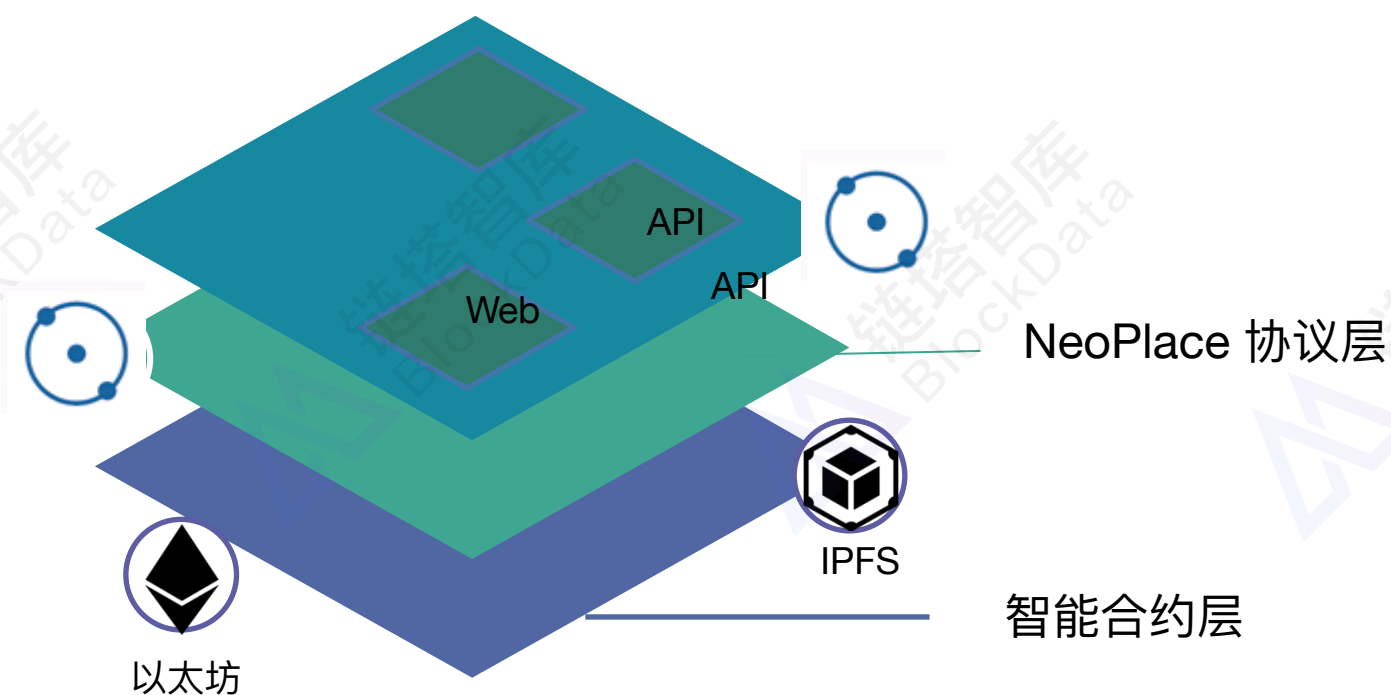


**发行时间：**2017年年底

**地区：**新加坡

**项目简介：**NeoPlace是新加坡的基于区块链技术的电商平台，在其生态系统里，卖家可以在Neoplace协议上建立自己的网店，卖家可以借助其他接口直接将现有销售平台上的产品直接导入到Neoplace平台上。每个卖家都可以使用内置加密钱包来出售产品。

### NEOPLACE框架



链塔智库研究绘制

[www.blockdata.club](http://www.blockdata.club)

## 与其他平台的费用对比

市场平台公司	费用百分比
Amazon	8%-25%
Ebay	8% - 15%
阿里巴巴	5%-8%
NeoPlace	2%(使用NPT代币支付只需1%)

数据来源：链塔数据平台

www.blockdata.club

### 项目进展：

目前Neoplace2.0版本已经上线，正处于代币发售阶段。从官网公布的项目路线图来看，其大致将于2019年才开始B2B进展，2019年Q4才开始商业推广。

### 链塔点评：

Neoplace的构想是真正意义上的去中心化电商平台，但区块链技术处于早期阶段，扩容、速度等性能完全不能满足电商这种高并发场景，构想过于理想化。

其次，去中心化的方式触动传统电商的利益，可能会遭受各利益方围攻。值得注意的是，现阶段Neoplace给商家提供新的露出平台。

最后，该项目处于非常早期阶段，官网披露的合作方中，并未有自带流量的大商家，而商家和用户是电商平台最核心的资源和用户。

## 3.7 Provenance

## PROVENANCE

**发行时间：**2016年7月

**地区：**英国

**项目简介：**Provenance是英国的一家区块链电商供应链服务平台，其提供的区块链供应链追踪工具可以跟踪产品配料、原材料和成品。

**商业框架如下：**

### 标记

Provenance发出算法指令，自动链接相关数据库，确认信息，并生成唯一的“身份证”。

### 生产环节

生产者佩戴智能设备，记录商品的各项生产信息。

### 最终用户

用户首先需要注册，并可以通过私钥访问个人资料。其次，用户可以在采用智能手机验证商品信息。

链塔智库研究绘制

www.blockdata.club

### 链塔点评：

目前，Provenance还处于早期阶段，去年刚刚获得了80万美元的种子轮投资，投资者包括EBay创始人的基金。

Provenance通过区块链技术进行商品溯源，有利于商家树立自己的品牌。官网尚未公布合作商家及用户量，发展还需进一步验证。

## 3.8 社交电商链



**发行时间：**2018年2月

**项目简介：**社交电商链是基于区块链技术的去中心化电商系统，其发行的SEC通证，可用于信用抵押、购买商品、支付开发费用等。

**项目优势如下：**

### 主动推荐机制

如果你要推荐商品给其他人，需要抵押一定的通证。这种方式能够增加对商品的信任。

### 双链并行设计

底层采用双链并行设计，有主链和副链之分，主链负责交易，副链负责维护。

### 跨链通信

可伸缩的区块链系统能够实现跨链通信。

### 团队富有经验

中国区团队在电商行业具有一定的经验，能够给予项目一定支持。

链塔智库研究绘制

[www.blockdata.club](http://www.blockdata.club)

### 链塔点评：

社交电商链最有特色的一点是主动推荐机制，这种方式能够让消费者相信推荐者的商品，能够引导生态积极发展。

目前，社交电商链的主网未上线还在测试当中，迟于官网披露的进展。

目前，合作伙伴有卖座网、舒克、阿芙。项目处于早期阶段，有待于观察。

## 4. 面临的挑战及发展趋势

### 4.1 区块链+电商面临的挑战

#### 去中心化电商难以对抗中心化电商

传统电商应用区块链技术将是接下来一段时间的发展主流。去中心电商的发展处于非常早期阶段，一方面受制于区块链技术的发展，高并发处理能力远低于中心化电商，另一方面去中心化电商将触动传统电商的利益，发展可能受到阻碍。

#### 去中心化电商面临着监管风险

去中心化电商一般会发行自己的通证，用于前期建设资金积累。目前全球范围内大部分国家对于通证的发行与交易处于消极的态度，因此去中心化电商面临着政策监管的风险。

#### 区块链技术在电商行业的运用具有局限性

区块链技术能够保证商品在传输过程中的不可篡改性，但源头信息的真实性还是无法保证，需要结合其他的技术等。其次，由于激励机制的存在，仍然可能存在恶意刷单的情况，消费者难以识别真实评论。



## 4. 面临的挑战及发展趋势

### 4.2 区块链+电商发展趋势

结合人工智能、物联网等技术共同发展电商行业

将新兴技术应用于电商行业是未来的发展趋势。区块链技术可以与人工智能、物联网等技术协同发力，在网络交易安全、溯源、个性化定制方面助力电商行业。

选择价值较高的商品进行溯源

现阶段，采用区块链技术的成本较高。适用于价值较高的商品，如钻石、奢侈品等。相关的垂直电商可以采用区块链技术进行溯源保真。

跨境电商成新趋势，区块链助力跨境支付

阿里收购东南亚电商Lazada、亚马逊收购Soup等，电商巨头纷纷进军海外市场，跨境电商成为行业热门。跨境电商面临着支付痛点，区块链技术在跨境支付中主要分为两大类，一类使用加密货币进行支付，二是采用区块链技术视为支付机构和商业银行的接口，用以解决信息不透明的问题。第一类存在监管风险，第二类将有较大的发展空间。目前，蚂蚁金服已开发出基于区块链的电子钱包跨境汇款服务。

# 全球首家区块链数据服务提供商

扫码关注公众号



扫码进入小程序



微信订阅号ID: liantazhiku



网址: [www.blockdata.club](http://www.blockdata.club)

## 鸣谢

大数据支持平台:

TalkingData

联合发布媒体 (排名不分先后):



媒体深度合作伙伴 (排名不分先后):





—— BlockData ——  
全球区块链数据服务提供商



扫码关注公众号 ID: liantazhiku

『链塔BlockData』，全景式扫描和追踪全球区块链公司/项目，提供深度数据服务，专注于区块链行业研究、分析、项目评级。全球最全的区块链项目库6000+（数据每周都在更新）。