

粤赢2020



广东省电商产业发展分析报告

粤赢2020



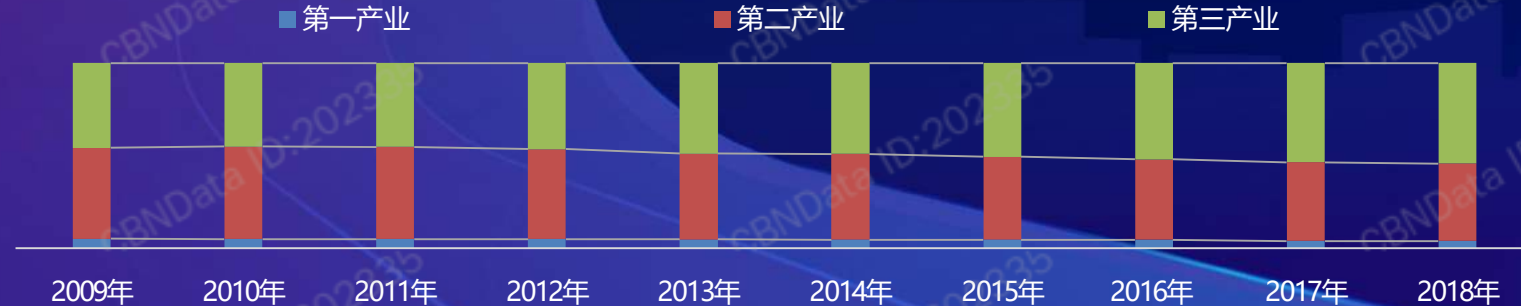
一、广东省电商产业发展概况

广东省经济持续稳定增长，第三产业占比不断提升

2009-2018年广东省地区生产总值
及人均地区生产总值

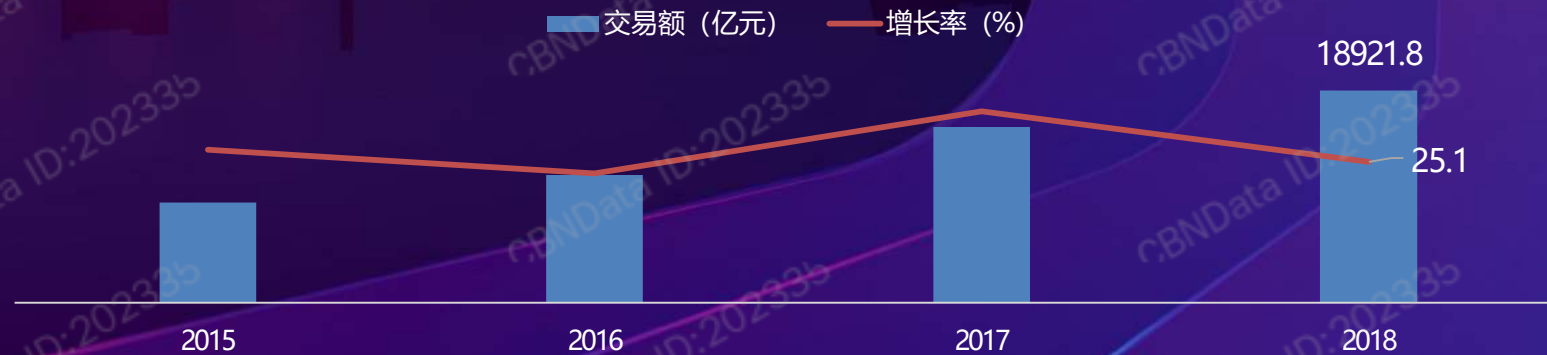


2009-2018年广东省三次产业增加值占比

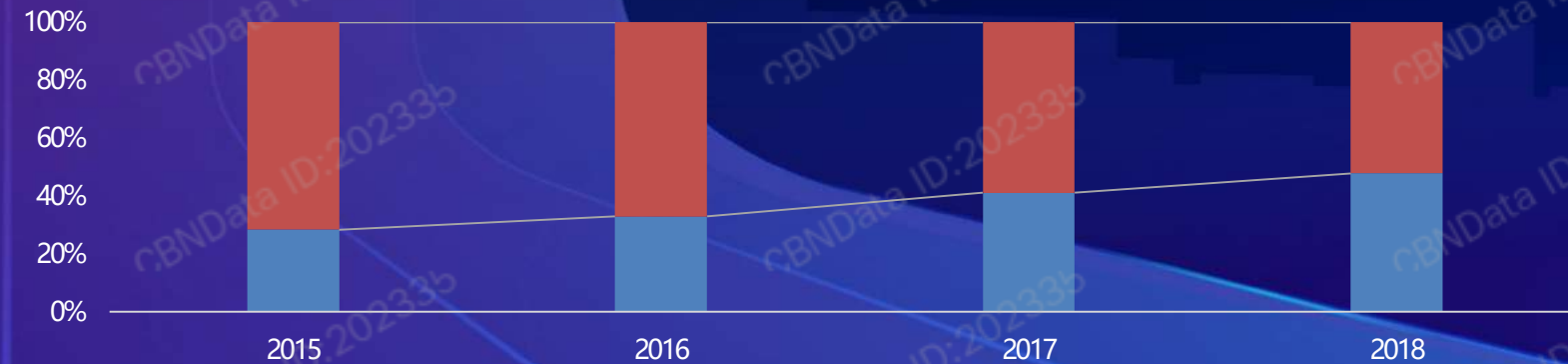


广东省电商交易近年来保持高速增长，网络零售交易总额已接近社会零售总额的一半

2015-2018年 广东省网络零售交易额增长走势



2015-2018年 广东省网络零售交易额在社会消费品零售总额占比



在国内网络零售销售中，广东省始终保持全国第一的位置

2018年全国各地区网络零售交易额占比TOP3



2015	2016	2017	2018
广东	广东	广东	广东
浙江	浙江	浙江	浙江
北京	北京	江苏	江苏
上海	上海	北京	上海
江苏	江苏	上海	北京
福建	福建	福建	福建
山东	山东	山东	山东
四川	四川	四川	四川
湖北	湖北	河南	湖北
陕西	河南	湖北	河北

全国各地区网络零售交易额排名
2015-2018

多方面政策执行，推动广东电商全面发展

全面开展电商扶贫行动，推动农村电商高速发展

- 2018年8月，广东省人民政府发布《广东省农村电商精准扶贫工作方案（2018 - 2020年）》
- 2018年，省级财政共安排1.05亿元支持农村电商发展

物流、金融、信用体系等多项服务协同发展，提升电商服务整体能力

- 物流**：出台政策文件，加快建设快递处理服务园区，提升快递服务末端处理能力。
- 金融**：支持开展电子商务融资服务、支持符合条件的电子商务企业融资及上市
- 诚信服务**：将电子商务信用体系纳入省商务信用体系建设整体模块。



多项政策扶持，推动跨境电商创新发展

- 出台了《广东省人民政府办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的实施意见》等一系列支持跨境电商发展的文件，大力培育跨境电子商务支撑服务平台（企业），促进跨境电子商务产业链和支撑服务体系融合发展。

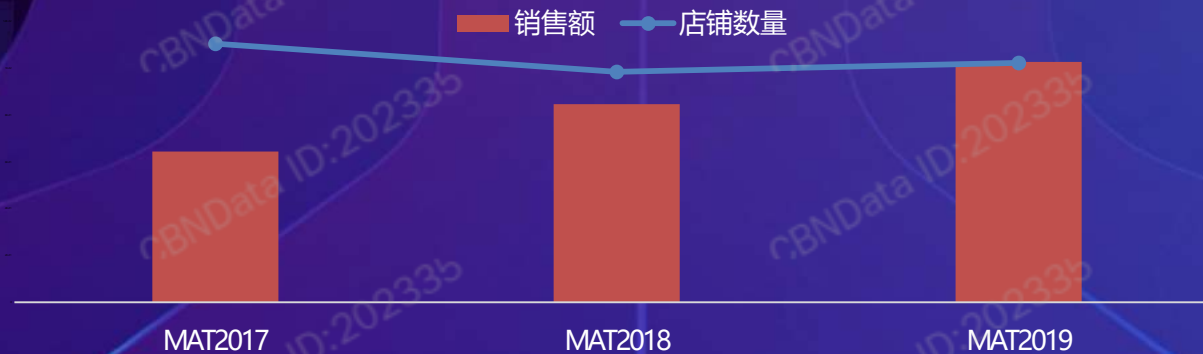
与工业、商贸流通业进行融合，推动电商服务创新

- 成立广东工业电商产业联盟
- 建设B2B电子商务平台，推动商贸流通业与电子商务互动创新

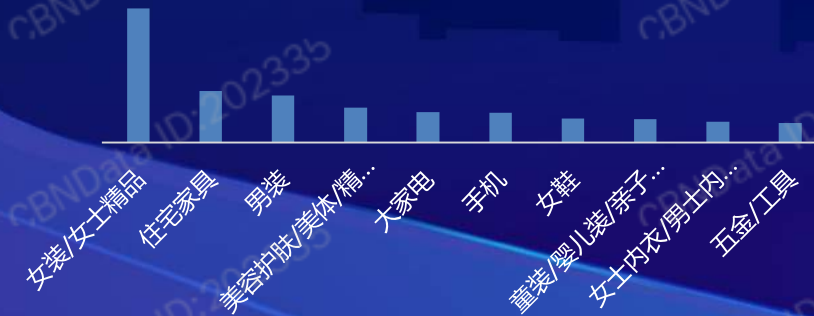
在零售电商平台，广东省的交易额同样保持着高速增长，并一直位于全国首位。虽然近年来在线上店铺数量上有所减少，但是销售额仍持续增长，反映出零售电商整体向着高质量、规模化的方向发展。

零售电商保持高速增长，发展趋势良好

MAT2017-2019年广东省内淘系店铺数量及销售额



MAT2019广东省电商销售额TOP10品类



珠三角城市群是广东零售电商的重要城市，广深两市贡献半数销售额

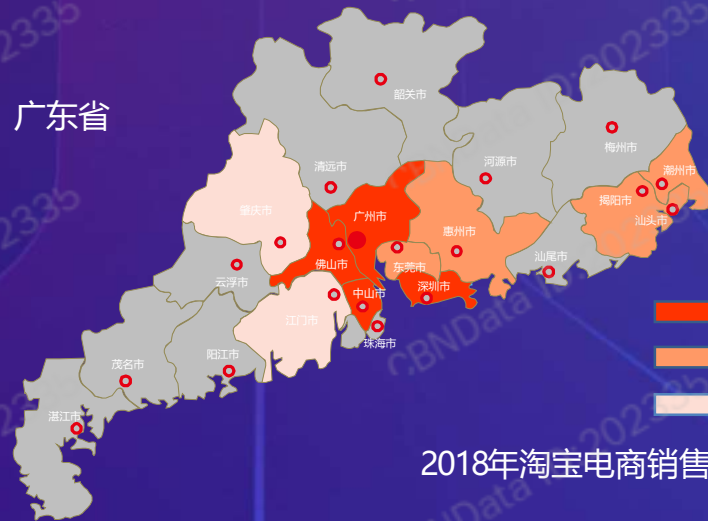
广州市和深圳市为广东省内销售额和店铺数量最多的两个市，两市的销售额和店铺数量之和已占到全省的一半以上。紧随其后的佛山、东莞、中山等城市也坐拥各自的产业带，具有各自的品类销售特色。相对而言，粤东西北众多城市的电商销售规模较小，但增速不低，具有一定的发展潜力。

MAT2019年广东省各市商家数量、销售规模及销售增速



电子商务区域发展不平衡，区域竞争力有待提升

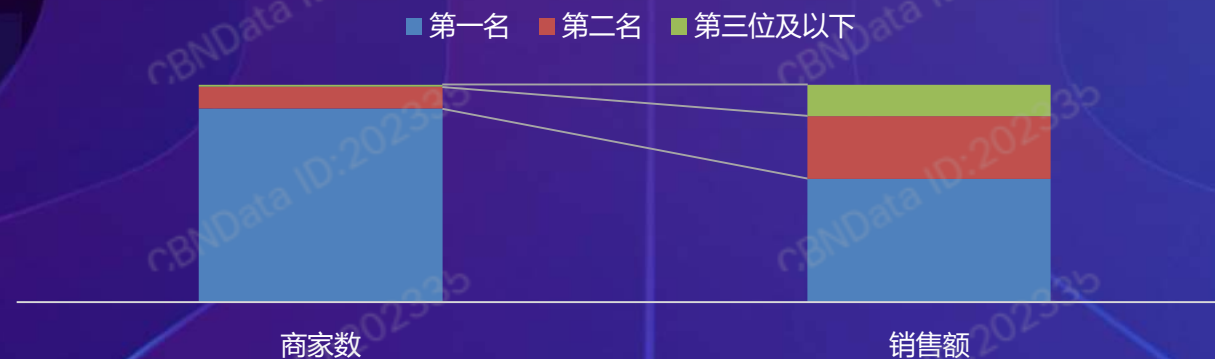
电子商务区域发展不平衡是目前广东省电商发展的一大问题，粤东西北电子商务发展基础比较薄弱，与珠三角地区差距较大。而同样是电商强省的浙江省，电子商务在各地域发展相对均衡。要提升省市总体的电商能力，推动县域电商的发展尤为重要。



提升中小商家运营能力，增强广东电商整体实力

中小商家众多是广东省电商经济的一大特点，也得益于商家数量众多，广东省在众多类目的销售额占据榜首；但同时也在不少类目中，广东省的商家规模并没有转化为绝对的销售优势。推进广东省的电商发展，有必要提升各类行业中的中小商家的综合实力。

MAT2019广东省在淘宝各类目存在销售的商家数量和销售额排名分布



存在差距的类目举例：
 宠物/宠物食品及用品
 五金/工具
 文具电教/文化用品/商务用品
 零食/坚果/特产
 奶粉/辅食/营养品/零食
 茶
 酒类

传统产业集群互联网数字化转型尚处起步阶段，今后还将进一步提升电商服务竞争力

目前广东省正逐步推动工业物联网的建设，利用技术创新交易场景，但目前还在试点阶段，没有全面发展。

工业互联网平台是通过工业互联网网络采集海量工业数据，并提供数据存储、管理、呈现、分析、建模及应用开发环境，汇聚制造企业及第三方开发者，开发出覆盖产品全生命周期的业务及创新型应用，以提升资源配置效率，推动制造业的高质量发展。工业互联网对我国制造业的转型升级、推动电商与产业融合具有重要意义。伴随着工业互联网的发展，广东省的电商服务能力还将进一步升级。

工业互联网、
数字化转型模
式图

来源：艾瑞咨询：
《2019年中国工业
互联网平台研究报
告》



相关事件：

2018年，广东省政府颁布了《广东省支持企业“上云上平台”加快工业互联网的若干扶持政策（2018-2020年）》

2019年10月，广东省工业和信息化厅日前发布了《广东省产业集群工业互联网数字化转型试点工作方案(试行)》，该《方案》提出，到2022年，实现培育30个产业集群工业互联网数字化转型试点，形成20个特定领域(区域)工业互联网平台，带动20000家企业“上云上平台”。

针对性地推动培训内容改革，完善人才体系建设

广东省电商发展前景广阔，但是最重要的还是要聚集和培养更多人才，才能推动上述的发展。众多培训机构需要针对性地推动培训内容改革，逐渐形成完善的电商人才培养体系，以培养更多高素质的电商人才，为广东省电商健康持续发展打下坚实基础和保障。



数字化生产



供应链管理



商家运营



物流及服务



产业互联网建设



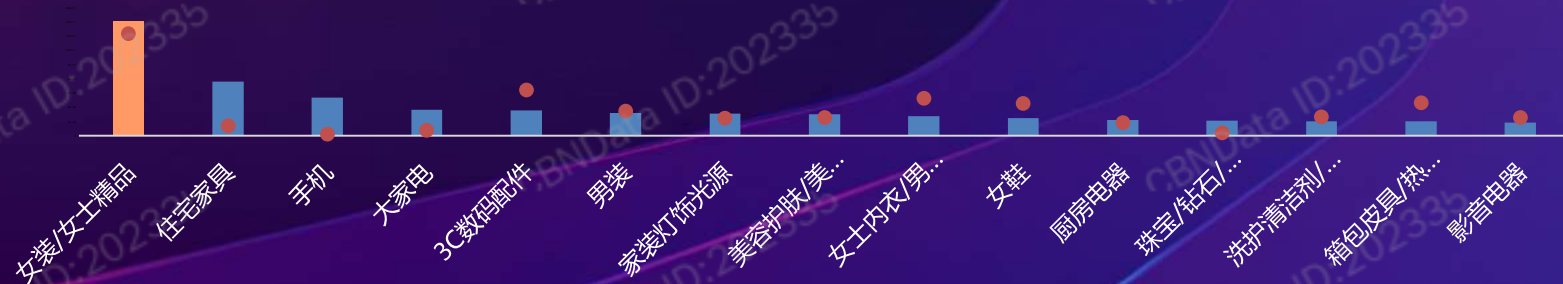
人才体系构建

二、广东省电商优势产业分析

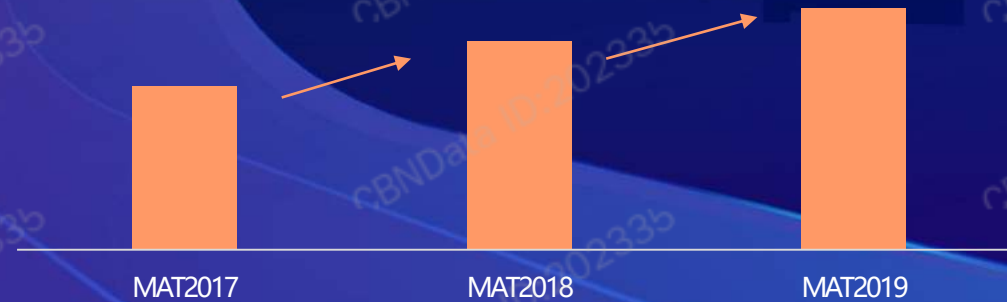
女装行业是广东省最为重要的行业之一，销售额和商家数量都居首位

MAT2019广东省TOP15类目销售额及商家数量

■ 销售额 ■ 商家数量



MAT2017-MAT2019广东省女装类目销售额增长



中小商家多，头部品牌竞争力低，广东省女装行业仍有优化空间

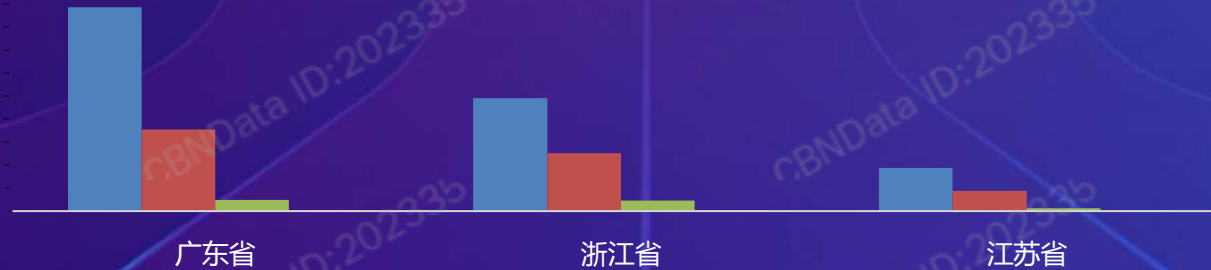
MAT2019女装类目销售头部省份销售额与商家数量

■ 销售额 ▲ 商家数



MAT2019女装类目头部省份分层级商家数量占比

■ 十万级 ■ 百万级 ■ 千万级 ■ 亿级



广东省与浙江省省内前100名女装店铺销售额



新进入商家数量减少，商家集中在广州

商家参与淘宝电商的时间在2014-2016年达到了一个高峰，而如今新的商家正在减少。

绝大部分商家如今已经有了5到6年的从业经历。

在城市分布上，女装商家相对集中在广州市，几近达到了其余城市的总和，而在中国纺织服装产业基地的揭阳市也有较多的女装商家。

2003-2019年10月 广东省女装历年新增商家数量



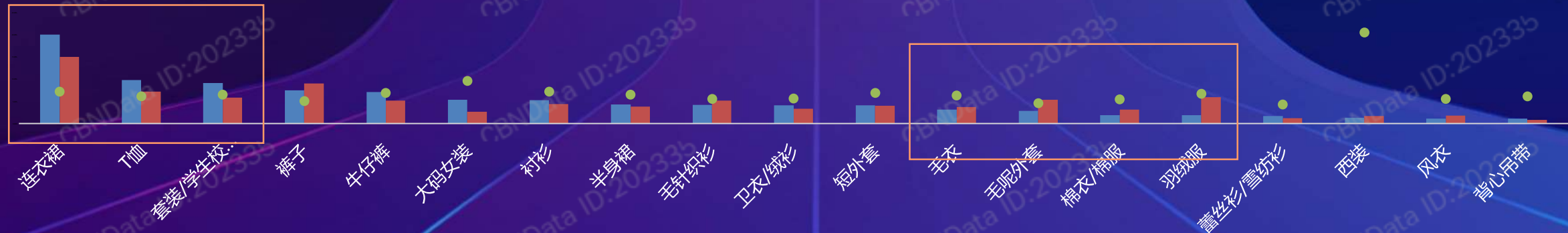
MAT2019 广东省各城市具有销售的女装商家数量



受地理位置影响，广东省女装商家以销售连衣裙、T恤等春夏季服装为主

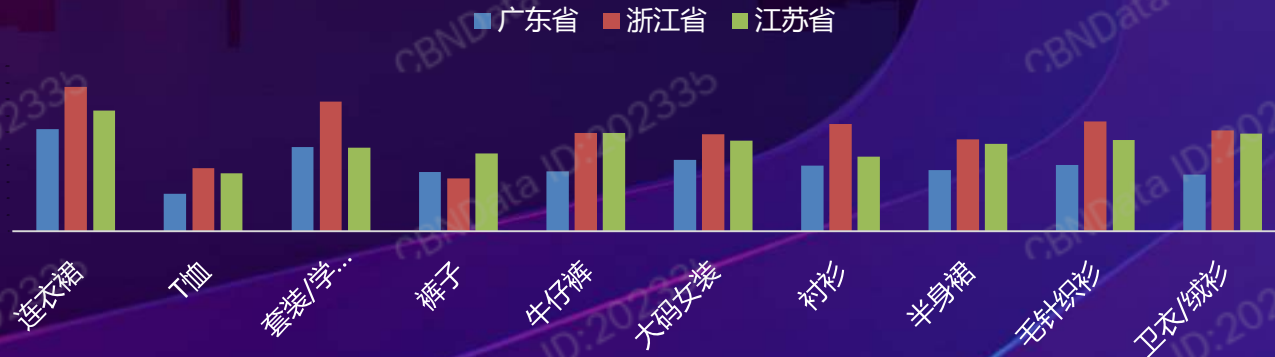
MAT2019广东省女装TOP20品类销售额占比

■ 广东省 ■ 大盘 ● 广东省同比增长率

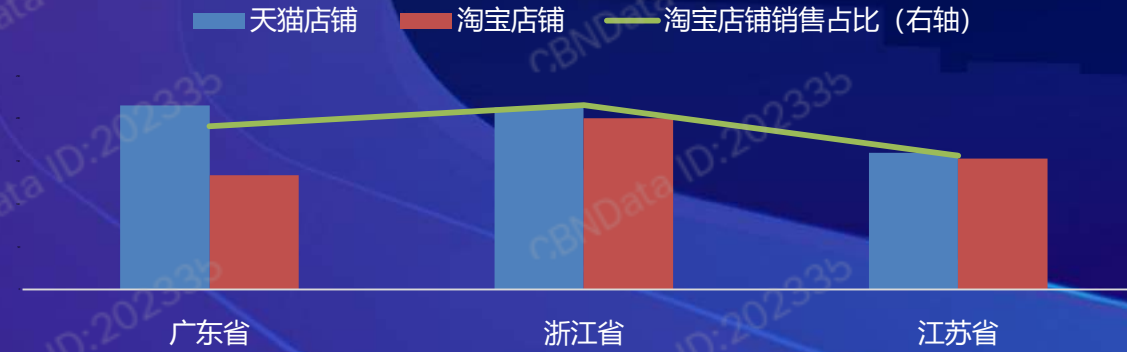


广东省女装件单价普遍较其他省份商家低，提升中小商家议价能力是一大课题

MAT2019女装主要省份TOP10二级类目销售件均价



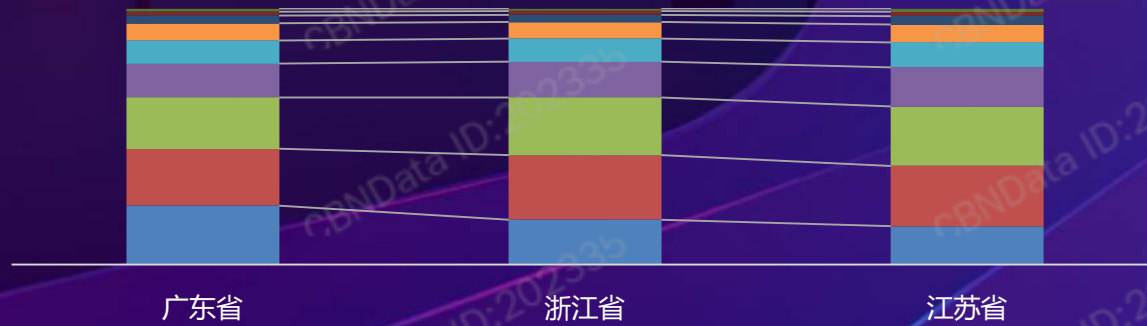
MAT2019女装主要省份分店铺类型销售件均价



广东省女装消费者相对年轻，相对偏向低线城市

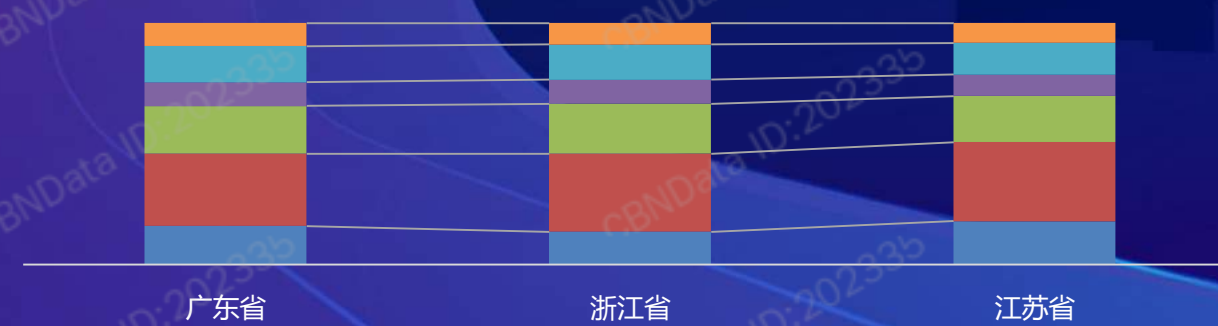
MAT2019 广东省VS主要省份女装购买人群各年龄层人数占比

18-24岁 25-29岁 30-34岁 35-39岁 40-44岁 45-49岁 50-54岁 55-59岁 大于60岁



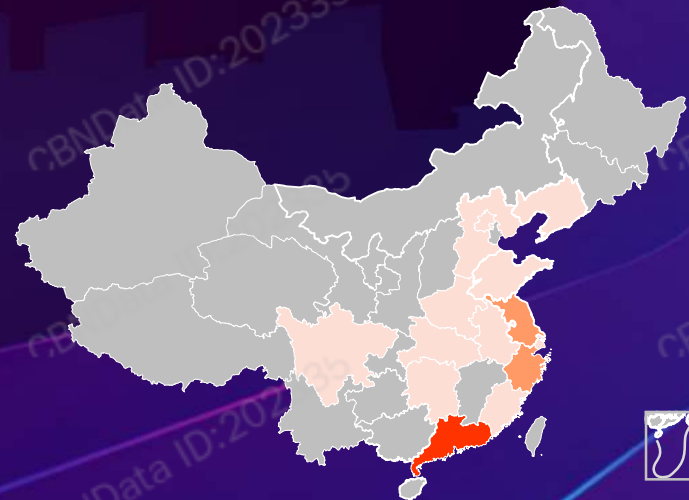
MAT2019 广东省VS主要省份女装购买人群各城市线级人数占比

1 2 3 4 5 6

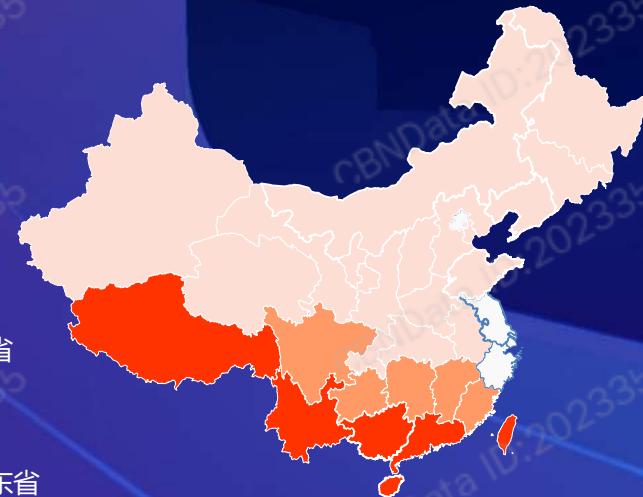


长三角地区消费能力较高，但整体并不偏好广东产的女装产品

高销售占比
中销售占比
低销售占比



偏好广东省
不偏好广东省



众多农产品类目具有增长空间

MAT2019广东省商家部分一级类目销售额及年复合增长率



MAT2019广东省商家部分一级类目销售额占全国销售比重 (%)

广东省在各类目的市场份额均值

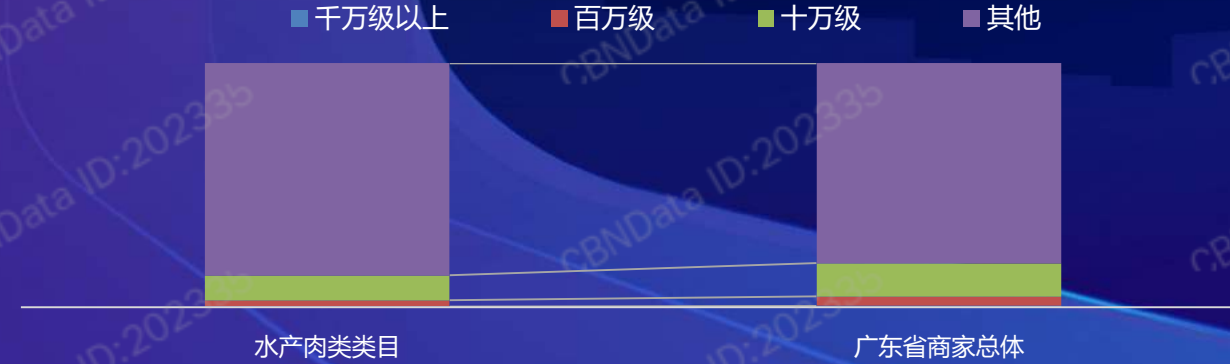


水产肉类|不少县域商家开始活跃，但缺少大型龙头企业

MAT2019 广东省各城市销售水产肉类类目的商家数量



MAT2019销售水产肉类类目商家的层级占比



水产肉类|广东省商家优势品类主要在海鲜、水产品制品类目

MAT2019水产肉类/新鲜蔬果/熟食类目广东省商家特色叶子品类增长分布

品类总体同比增长率

生肉/肉制品

海鲜/水产品/制品

叶子品类规模

广东省商家品类销售占比

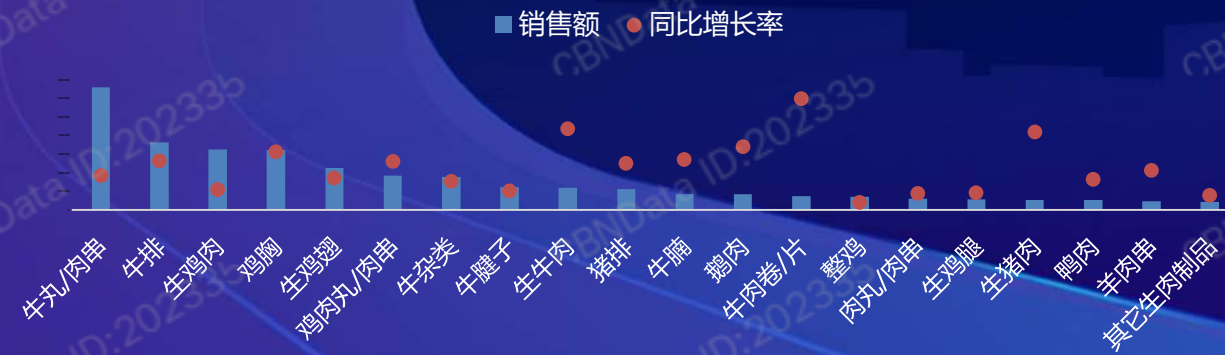


水产肉类|除上述优势类目外，广东商家可以关注虾类、牛肉类产品的销售

MAT2019广东省商家海鲜类目细分叶子类目销售



MAT2019广东省商家生肉/肉制品类目细分叶子类目销售



鲜花绿植|类目商家总体显著增长，绿植盆栽是广东商家的优势类目

MAT2019 广东省各城市具有销售的鲜花商家数量



MAT2019 广东省鲜花主要品类销售额占比

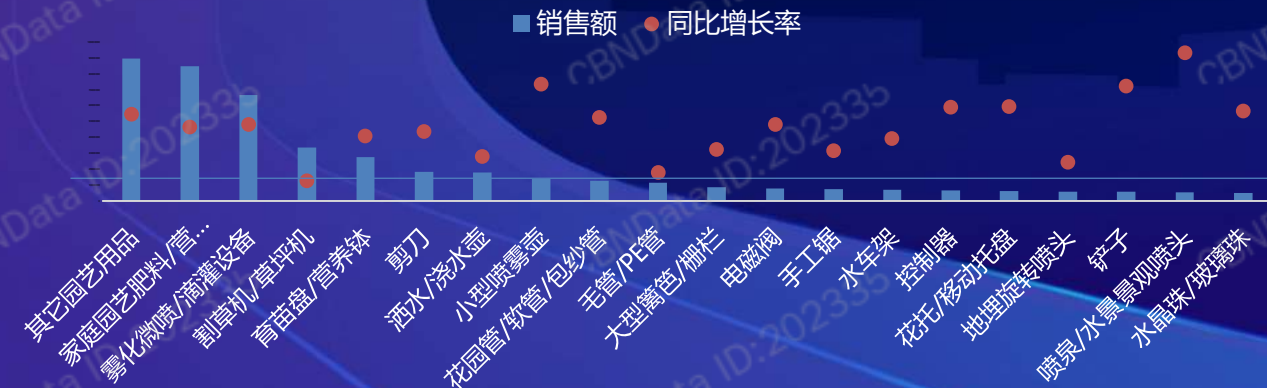


鲜花绿植|除了绿植类目，相关商家可以拓展大型盆栽、园艺肥料用品等类目的销售

MAT2019广东省商家绿植类目细分叶子类目销售情况



MAT2019广东省商家园艺用品类目细分叶子类目销售情况



茶类|类目商家总体增长良好，普洱、乌龙茶是广东商家的优势类目

MAT2019广东省各城市具有销售的茶品类商家数量



MAT2019广东省茶主要品类销售额占比



茶类|立足地方特色，向全国推广多品类茶饮

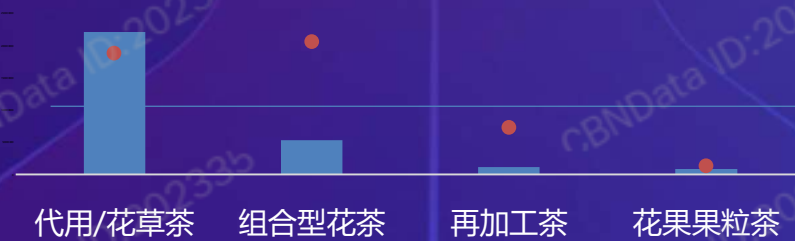
MAT2019广东省商家乌龙茶类目细分叶子类目

销售情况
■ 销售额 ● 同比增长率



MAT2019广东省商家代用/花草/水果/再加工茶

类目细分叶子类目销售情况
■ 销售额 ● 同比增长率



- 除了普洱茶之外，在乌龙茶类目中，凤凰单丛是广东省商家较为优势的类目，这一品类是潮州的特产，近年来在线上销售保持的良好的增长势头。另一方面，各类花茶在线上同样销售势头良好，希望商家能基于地方特色和自身实力，向全国销售多品类的特色茶饮。

重点回顾



宏观经济

广东省经济增长趋势平稳
线上零售占比逐年提高



四大政策导向

电商扶贫、跨境电商
服务协同、产业融合



广东商家构成

区域发展不平衡
中小型商家为主，存在规模化空间



龙头产业机会

品类及产品定位拓展
中小商家需提高品牌溢价



政策倾向产业机会

水产肉类、绿植花卉、茶
是三大最具机会品类

粤赢2020

淘
宝大学
Taobao University

THANKS