

2023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

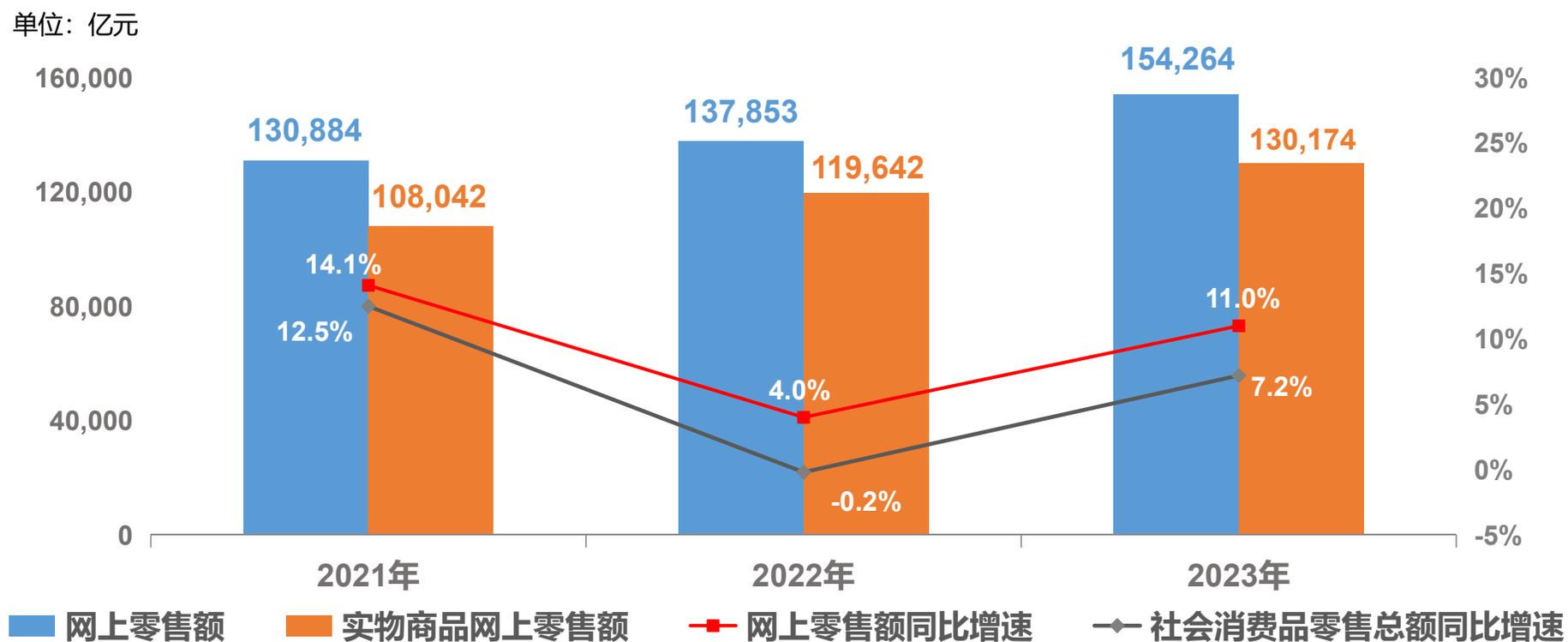


01

中国网络零售市场总体情况

网络零售引领消费恢复扩大

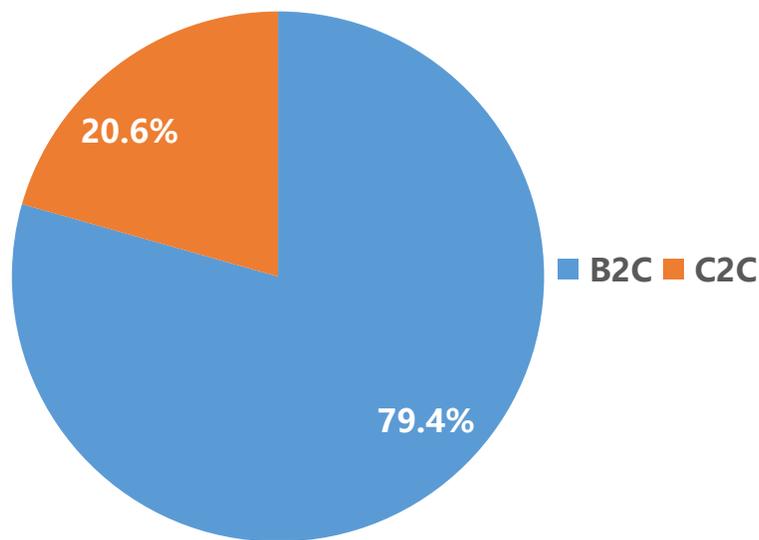
国家统计局数据显示，全国网上零售额15.4万亿元，同比增长（下同）11.0%。其中，实物商品网上零售额13.0万亿元，增长8.4%，占社会消费品零售总额的比重为27.6%。



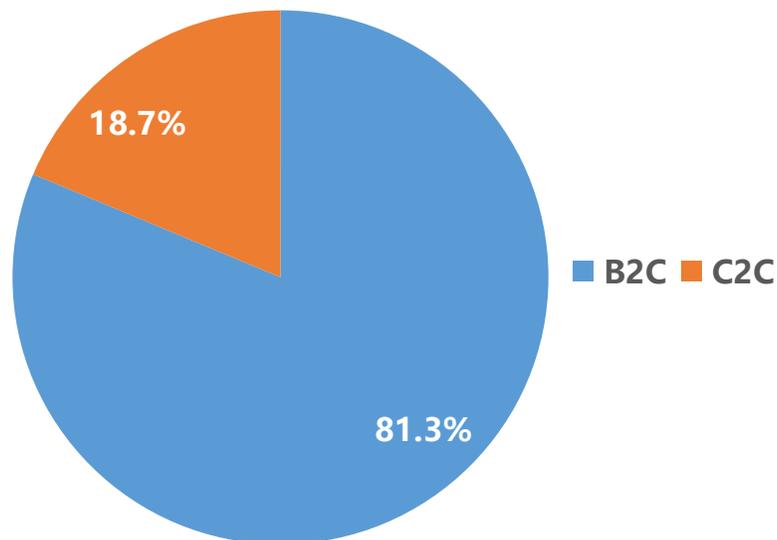
B2C网络零售额占比持续增大

2023年，B2C网络零售额增长13.0%，占网络零售额比重为81.3%；C2C网络零售额增长2.7%，占网络零售额比重为18.7%。

2022年B2C/C2C网络零售额占比



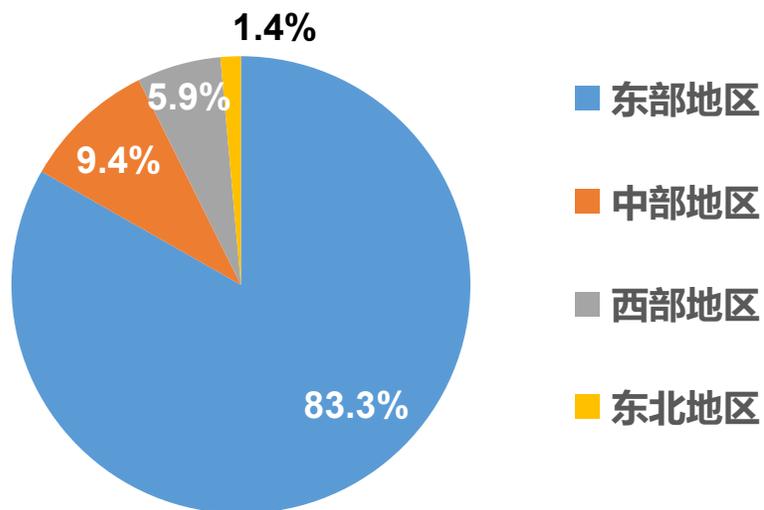
2023年B2C/C2C网络零售额占比



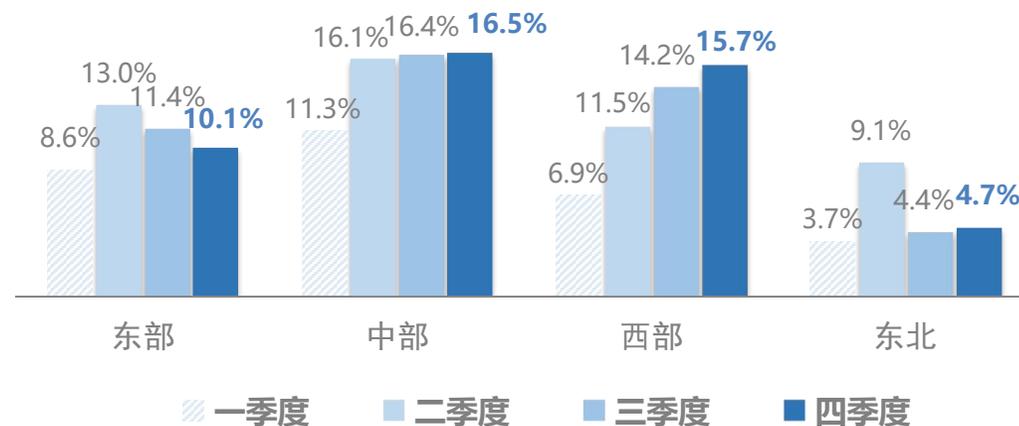
中部地区增速领先

分地区看，东、中、西部和东北地区网络零售额占全国比重分别为83.3%、9.4%、5.9%和1.4%。其中，中部地区网络零售额增长16.5%，高出全国5.5个百分点；西部、东部和东北部地区增速分别为15.7%、10.1%和4.7%。

2023年分地区网络零售额占比



2023年分地区网络零售额累计同比增速



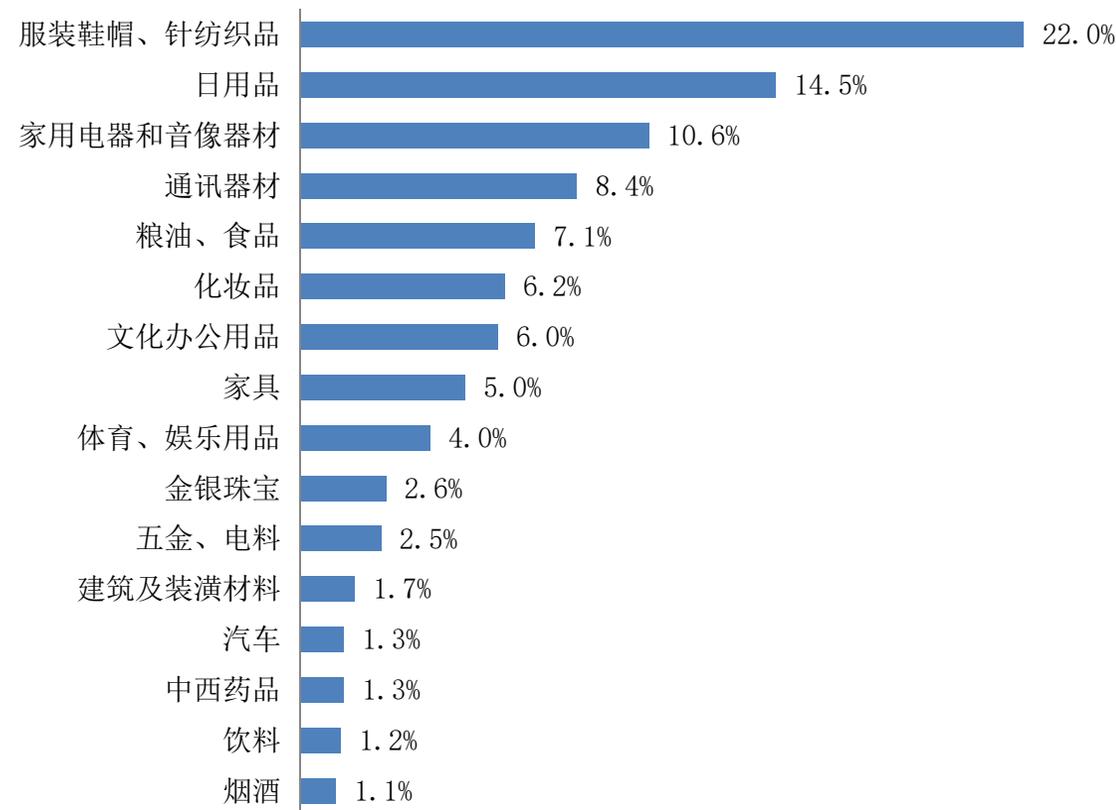
部分品类商品销售增速较快

实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长11.2%、10.8%和7.1%。

从增速看，18类监测商品中，6类商品增速超两位数。其中，金银珠宝、电子出版物及音像制品、通讯器材增速较快，分别为40.3%、26.6%和20.2%。

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居前，分别占实物商品网络零售额的22.0%、14.5%和10.6%。

2023年网络零售分品类交易额占比



数据来源：商务大数据

在线服务市场强劲复苏

- **在线餐饮增势显著。**

2023年，重点监测的在线餐饮平台销售额增长29.1%，增速比上年提高25.6个百分点。其中，到店用餐占比21.6%，增长92.9%；外卖销售占比78.4%，增长18.3%。



在线餐饮

- **在线旅游和在线文娱持续升温。**

2023年，重点监测的在线旅游平台销售额增长237.5%，其中线上销售的旅游产品、景点门票分别增长299.8%和205.3%。文娱活动线上销售额增长102.2%。



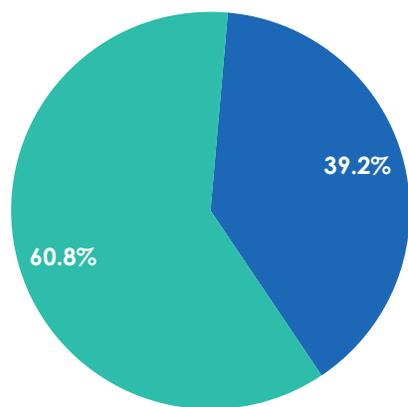
在线旅游
在线文娱

网络零售平台店铺数量增加

截至2023年12月，网络零售平台店铺数量为2500多万家，增长2.1%。其中，实物商品店铺数约1358.2万家，占比54.2%。

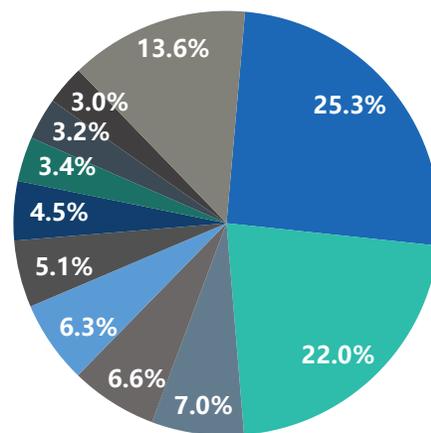
2023年网络零售各类店铺分布情况

店铺类型分布



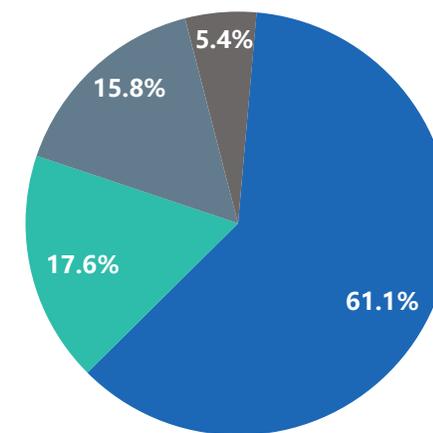
■ 个人店铺 ■ 企业店铺

店铺主营品类分布



■ 服装鞋帽、针纺织品 ■ 日用品
■ 五金、电料 ■ 化妆品
■ 文化办公用品 ■ 汽车
■ 家具 ■ 其他
■ 粮油、食品
■ 体育、娱乐用品
■ 家用电器和音像器材

店铺区域分布



■ 东部地区 ■ 中部地区 ■ 西部地区 ■ 东北地区

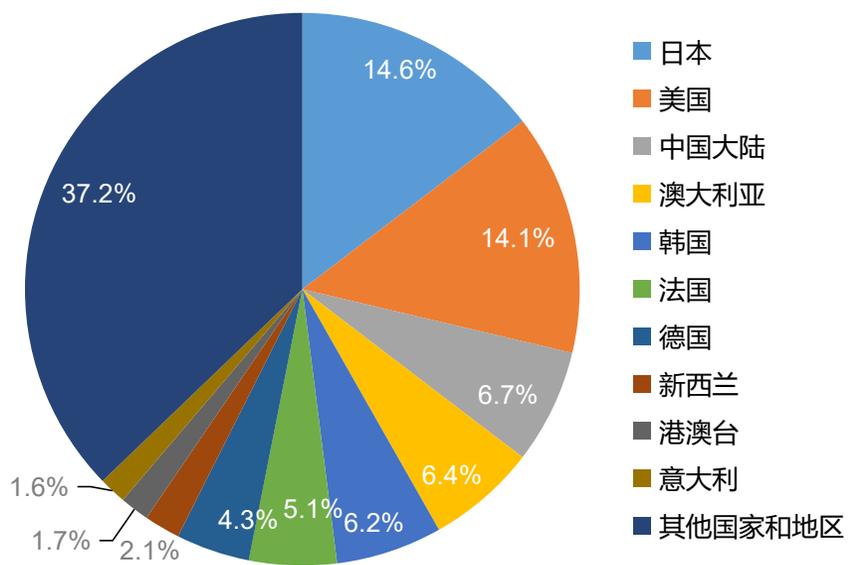
数据来源：商务大数据，监测平台包括36家电商平台、2家在线餐饮平台和2家在线文娱平台。

跨境电商实现快速增长

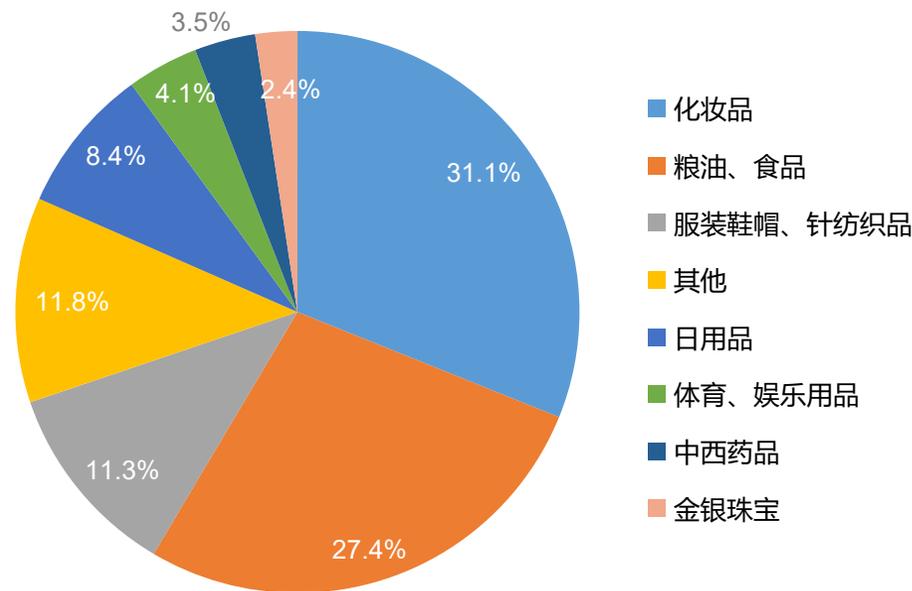
海关数据显示，2023年我国跨境电商进出口2.38万亿元，增长15.6%。

商务大数据显示，从原产地看，原产自日本、美国和澳大利亚的商品跨境进口额占整体跨境网络零售进口额的35.1%；从进口品类看，化妆品、粮油食品和服装鞋帽针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69.8%。

2023年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2023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

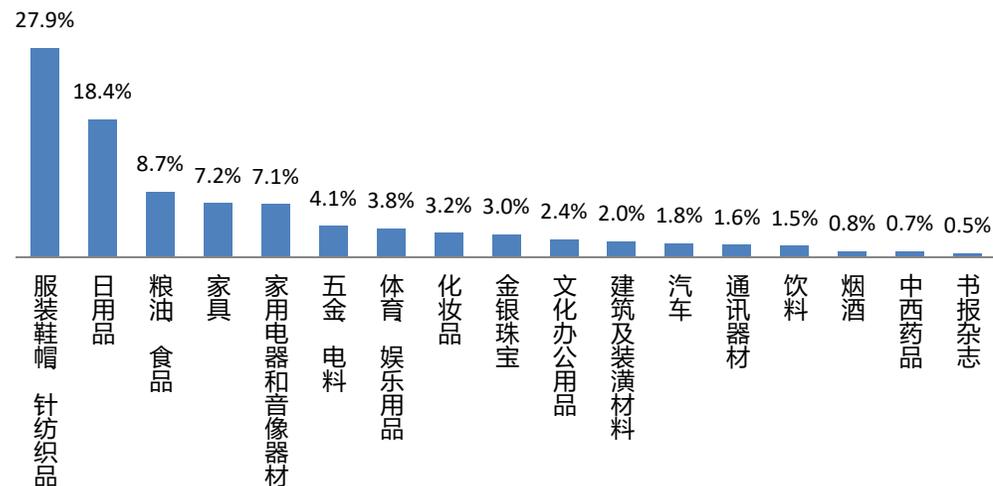
农村网络零售较快增长

全国农村网络零售额2.49万亿元，增长12.9%。其中，农村实物商品网络零售额2.27万亿元，增长12.1%。

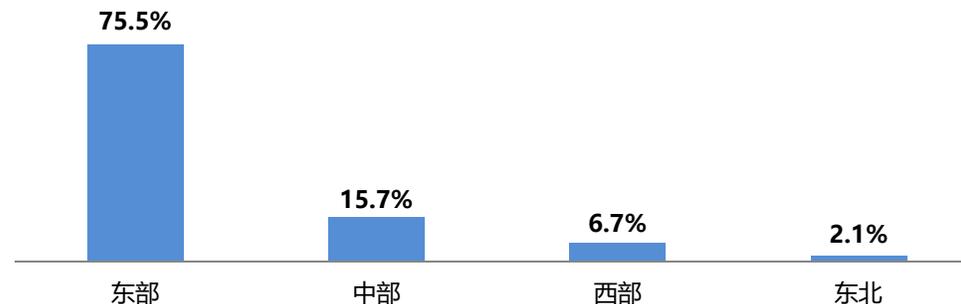
分品类看，服装鞋帽针纺织品、日用品、粮油食品网络零售额位居前三，占比分别为27.9%、18.4%和8.7%。其中，烟酒、金银珠宝、粮油食品分别增长39.2%、30.0%和16.3%。

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75.5%、15.7%、6.7%和2.1%，分别增长10.1%、24.8%、24.9%和4.1%。

2023年农村网络零售分品类交易额占比



2023年农村网络零售分地区交易额占比



数据来源：商务大数据

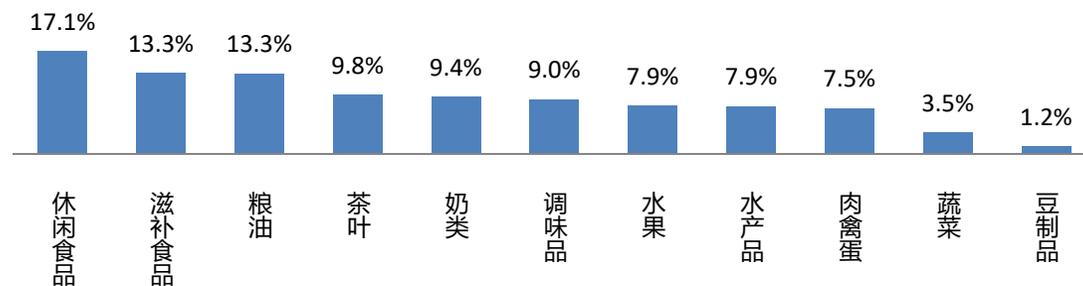
农产品网络零售额保持增长

2023年，全国农产品网络零售额5870.3亿元，增长12.5%。

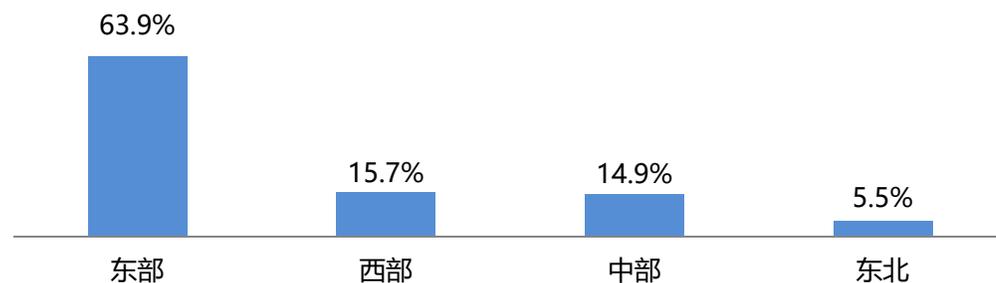
分品类看，休闲食品、滋补食品和粮油网络零售额位居前三，占比分别为17.1%、13.3%和13.3%。

分地区看，东、西、中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63.9%、15.7%、14.9%和5.5%，分别增长11.8%、16.9%、13.1%和6.8%。

2023年农产品网络零售分品类交易额占比



2023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、扩大消费新动能更加强劲



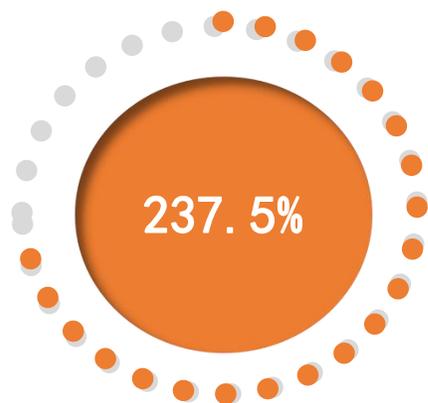
网络零售助力消费扩大恢复。全年网上零售额15.4万亿元，增长11%，连续11年成为全球第一大网络零售市场。实物商品网零占社零比重增至27.6%，创历史新高。



电商消费亮点频出。绿色、健康、智能、“国潮”商品备受青睐，国产品牌销售额占重点监测品牌比重超过65%。促进家居消费政策出台以来，8-12月适老家具、家庭影院、家用装饰品分别增长372.1%、153.3%和64.6%。

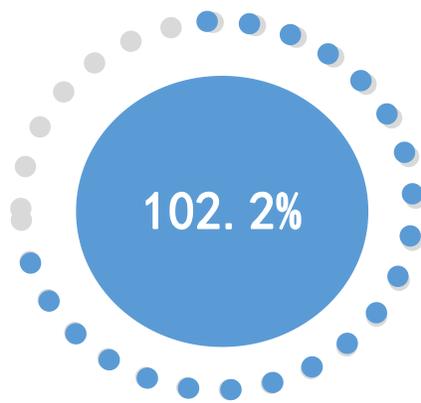


二、服务消费新热点更加多元



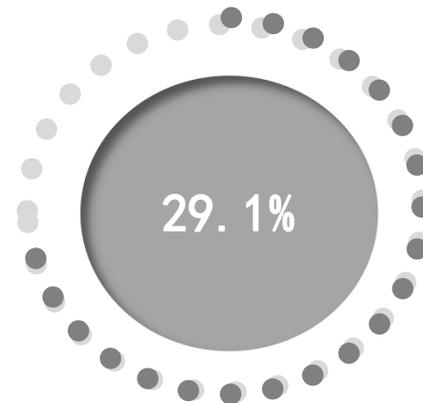
在线旅游

销售额增长237.5%



在线文娱

销售额增长102.2%



在线餐饮

销售额增长29.1%

2023年，在线旅游、在线文娱和在线餐饮销售额合计对网零增长贡献率23.5%，拉动网零增长2.6个百分点。

三、数实融合新模式更加丰富

交易功能更加强化

商务部重点监测平台
交易额增幅达到30%。

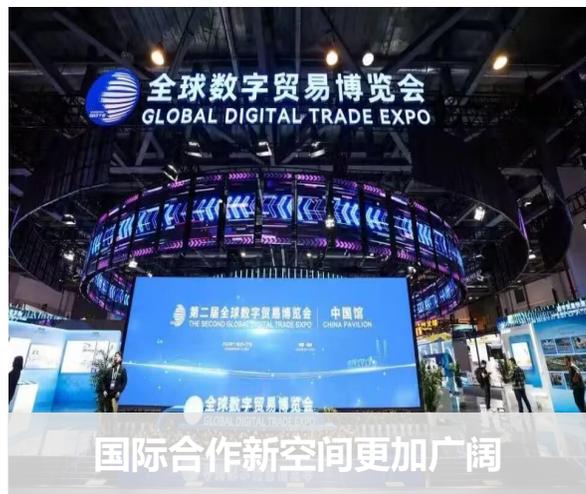
电商示范基地作用凸显

国家电子商务示范基地作用更加突显，整合培育形成30余个数字化产业带，助力行业企业降本增效。

“数商兴农”成效显著

2023年农村和农产品网络零售额分别达2.49万亿元和0.59万亿元，增速均快于网零总体。

四、国际合作新空间更加广阔



1

“丝路电商”增添新动能

- “丝路电商”伙伴国增加到30个；
- 上海“丝路电商”合作先行区34项任务已经启动，电子商务制度型开放新高地建设初见成效。

2

国际影响力持续扩大

- 举办国家级全球数字贸易博览会，打造贸易强国建设新平台；
- 与东盟共同发布加强电商合作倡议，与金砖国家、上合组织、中国-中东欧、中国-中亚五国等多边区域电子商务合作机制取得务实成效；
- 上海、广西、陕西、湖南、海南等举办东盟好物网购节、中亚主题日、非洲网购节等特色活动，国际电商合作内涵进一步丰富。



谢谢!