

中国企业采购电商市场研究 报告

©2021.12 iResearch Inc.



行业规模与格局

政策持续利好企业采购电商市场发展，市场规模增长显著，行业集中度仍较高，平台竞争压力较大。

- 数字经济与实体经济深度融合的政策导向持续强化，政策红利不断释放。2020年中国企业采购电商市场规模达8570亿元。未来市场增量空间较大，预计2023年市场规模将超1.5万亿元。
- 头部企业采购电商平台在客户基础、资源整合能力、研发技术、服务团队、资金规模上均具明显优势，2020年中国企业采购电商市场头部平台规模效应仍较显著，第一梯队规模占比达80.7%。



行业动向

企业采购电商平台不断加大在品类丰富度、企业直播、供应链服务能力等方面的竞争壁垒建设，利于开拓增量市场。

- **需求侧：**企业采购电商市场上下游在以下几方面的动向推动了**企业采购电商增量市场的快速成长**：1) 后疫情时代企业采购线上化态势持续强劲，对电商平台的产品品类齐全度与供应链响应能力提出更高要求。2) 企业采购者年轻化与区域下沉化对企业采购电商平台的营销方式提出要求。3) 随着移动APP进入存量竞争时代，办公移动化趋势将加剧企业采购电商平台的马太效应，依托于超级APP的企业采购电商平台将具备更大的竞争优势。4) 品牌商与企业采购电商平台整体合作意愿持续上升，为平台带来更多增量空间。
- **供给侧：**企业采购电商平台加大以下几个方面的布局，以抢占开拓企业采购电商增量市场的先机：1) 平台精准拓品，并加强与供应商合作力度，以更好满足企业采购持续线上化对平台品类丰富度与及时响应能力的需求。2) 加大企业直播布局力度，利于提高采购效率，也更好地贴合新生年轻采购群体的采购习惯。3) 供应链金融服务能力进一步提升，利于客户粘性的增强。此外，大数据能力建设与应用也进一步得到深化，利于提升对用户需求的快速识别与响应能力。



发展趋势

平台将加大在中小企业客户拓展、柔性供应链网络建设、B2B私域等方面的资源投入力度，以进一步拓宽平台护城河，进而巩固、提高行业地位。

- 中小企业采购电商的增量市场前景更为明朗，具备中小企业客户服务优势的平台发展潜力更大。
- 越来越多的中小企业借助平台提供的供应链服务进行降本增效，平台加大力度打造柔性供应链网络的比较优势。
- B2B私域运营发展势头强劲，平台通过私域建设带动商家提升私域运营能力，助力其沉淀用户资产与常买卖关系。
- 企业采购电商平台加速向产业互联网平台进化升级，不断延伸数字化采购的服务范围，以进一步增强客户粘性。
- 企业采购电商平台践行“绿色发展理念”，助力国家双碳战略目标的实现。

行业定义及口径

行业定义

定性部分

本报告中，企业采购电商平台通过数据化、网络化的手段将企业信息系统、业务流程、商家资源、物流配送以及金融服务等服务进行有机整合，形成企业采购领域的整体服务解决方案。其中，企业采购电商市场涉及的采购产品以工业品及其他消耗品为主要经营品类，不包括钢铁石油等原材料。

定量部分

本报告中，定量部分数据核算的中国企业采购电商市场规模主要指企业电商化采购的行政办公用品、商务礼品、商务服务、员工福利、工业用品、维修用品、农用机械等产品与服务的规模，不包括钢铁石油等原材料规模。

企业采购电商市场

商务服务	商业家具	办公设备	办公耗材	办公电器	印刷耗材	员工福利	商务馈赠	日用团建	维修维护	工业品	特定场景
注册	办公桌椅	IT设备	打印设备	大家电	印刷耗材	职业工装	工艺品	食品饮料	五金机电	机械设备	农用机械
会计	餐饮家具	事务设备	打印耗材	小家电	装订耗材	体检服务	茗茶	清洁个护	维修用品	电子元器件	农具农药
定制服务	货架椅柜	外设产品	IT耗材	烹饪炊具	办公用纸	健身器材	箱包钟表	母婴用品	施工防护	标准件零部件	...

✓ 本报告的研究范畴

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业采购电商市场的规模与竞争格局	1
--------------------	---

中国企业采购电商市场主要动向	2
----------------	---

中国企业电商采购行为调研	3
--------------	---

中国企业采购电商市场企业发展路径	4
------------------	---

中国企业采购电商市场发展趋势	5
----------------	---

政策驱动企业采购电商市场快速发展

政策导向持续强化，政策红利不断释放

国内大循环为企业采购市场带来供需两端的新机会，当下我国众多的外贸型企业加大拓展国内市场，同时众多中小微企业面临产业升级、品牌升级的挑战，这为企业采购电商市场带来新机会。2020年以来，我国数字经济与实体经济深度融合的相关政策相继出台，政策导向持续强化：要推动数字经济和实体经济深度融合，推动工业化与信息化融合发展，促进制造业数字化、网络化、智能化升级。企业采购电商平台可以利用自身的数字化能力与平台化优势，助力企业数字化与专业化水平的提升。

中国企业采购电商市场相关政策及影响

序号	颁布时间	政策文件名称	主要内容	政策影响
1	2020年3月	《中小企业数字化赋能专项行动方案》	创新数字化运营解决方案。针对不同行业中小企业的场景需求，应用集中采购、线上采购与销售、线下最优库存与无人配送、智慧物流相结合的供应链体系与分销网络，提升中小企业应对突发危机能力和运营效率。	企业采购电商平台可以利用自身的数字化能力与平台化优势，助力中小微企业运营效率提升
2	2020年7月	中央政治局会议	加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。注重需求侧改革，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。	国内大循环为企业采购市场带来新供给
3	2020年10月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	在打造数字经济新优势方面，充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。	推动数字经济和实体经济深度融合，鼓励为传统经济升级的新产业新业态新模式的发展
4	2021年3月	《2021政府工作报告》	发展工业互联网，拓展“智能+”，为制造业转型升级赋能。搭建更多共性技术研发平台，提升中小微企业专业化水平，运用好“互联网+”，推进线上线下更广更深融合，加快构建新发展格局，推动高质量发展。	鼓励互联网平台助力中小微企业专业化水平提升

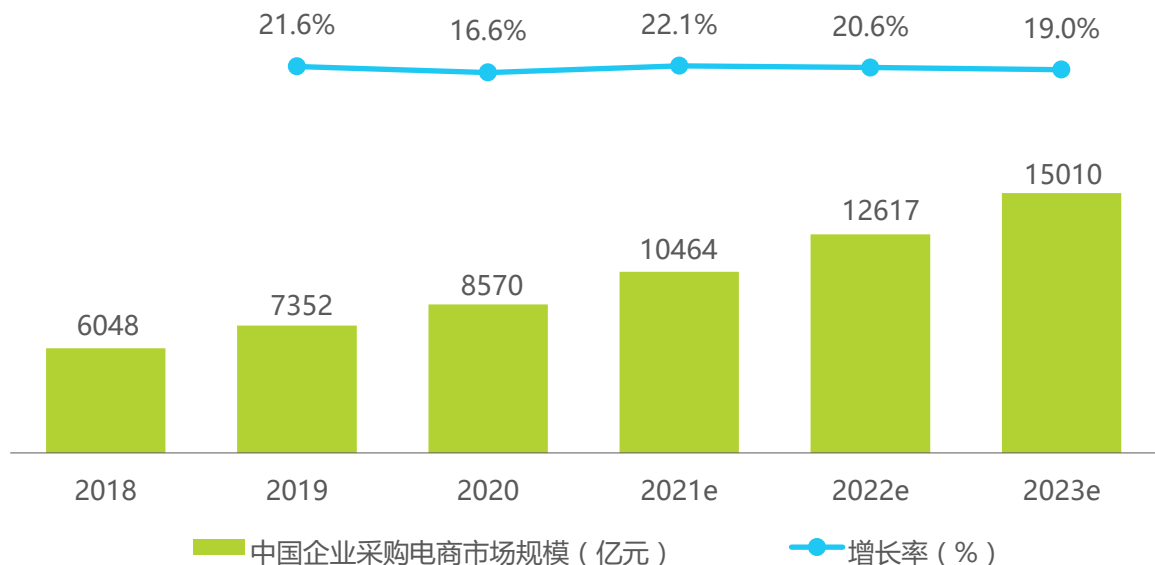
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国企业采购电商市场规模

市场增量空间较大，企业采购电商市场规模维持较快增长态势

中国企业采购电商市场发展迅速，2020年中国企业采购电商市场交易规模达8570亿元。2020年受新冠疫情影响，线下采购渠道受阻，供需两端线上化趋势明显。2020年下半年疫情相对缓和，供需线上化态势持续强劲，一方面，政策端持续推动央企采购透明化、线上化；另一方面，采购平台加大拓展中小微企业采购客户与下沉市场，加上品牌商与企业采购电商平台整体合作意愿的持续增强，均为企业采购电商市场提供较大的增量空间。预计未来2-3年企业采购电商市场规模将维持较快增长态势。

2018-2023年中国企业采购电商市场规模



注释：核算的中国企业采购电商市场规模主要指企业采购的行政办公用品、商务礼品、商务服务、员工福利、工业用品、维修用品、农用机械等产品与服务的规模，不包括采购的钢铁石油等原材料规模。核算的企业采购电商模式包括B2B电商衍生的采购平台、消费类电商衍生的采购平台与品牌商自建电商采购平台。图表中数字有四舍五入。规模口径包括企业自用和分销场景。

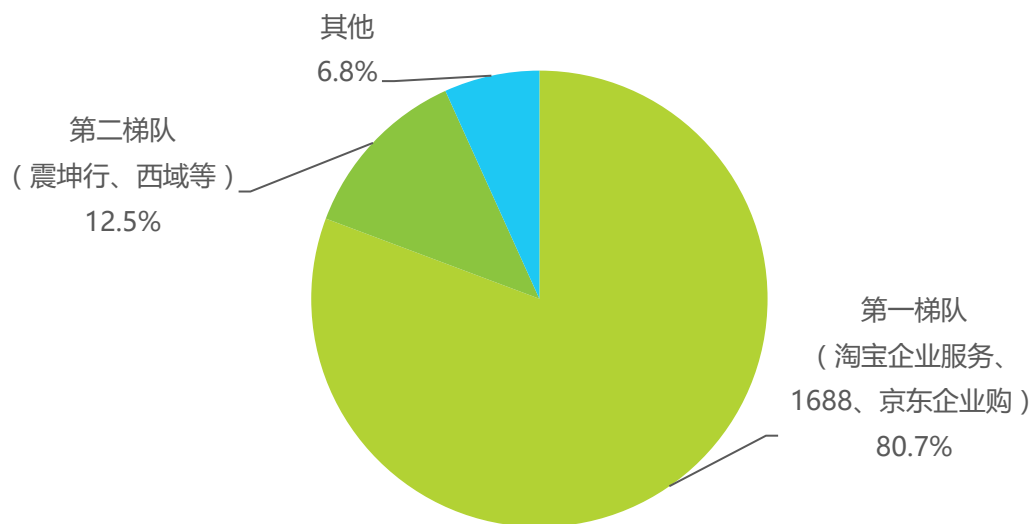
来源：公开资料，专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国企业采购电商市场竞争格局

企业采购电商市场头部效应显著

2020年主流企业采购电商平台**加大对中小类型企业客户的拓展力度**，相应增加了对区域的人员配备数量，以便更好地获取并及时地响应中小企业客户的需求；与此同时，**工业品类采购市场的增长势头依旧强劲，淘宝企业服务工业品市场2020年GMV已超千亿，对于抢先布局工业品市场的这类平台长效竞争优势更加明显。整体来看，头部平台在客户基础、资源整合能力、研发技术、服务团队、资金规模上均具明显优势，2020年中国企业采购电商市场头部平台规模效应仍较显著，第一梯队规模占比达80.7%。**

2020年中国企业采购电商市场竞争格局



注释：核算的中国企业采购电商市场规模主要指企业采购的行政办公用品、商务礼品、商务服务、员工福利、工业用品、维修用品、农用机械等产品与服务的规模，不包括采购的钢铁石油等原材料规模。核算的企业采购电商模式包括B2B电商衍生的采购平台、消费类电商衍生的采购平台与品牌商自建电商采购平台。图表中数字有四舍五入。规模口径包括企业自用和分销场景。

来源：公开资料，专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

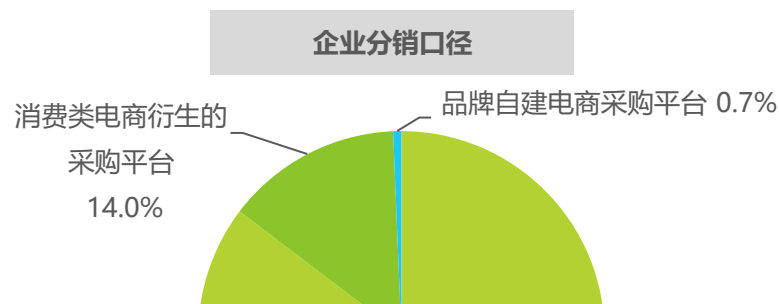
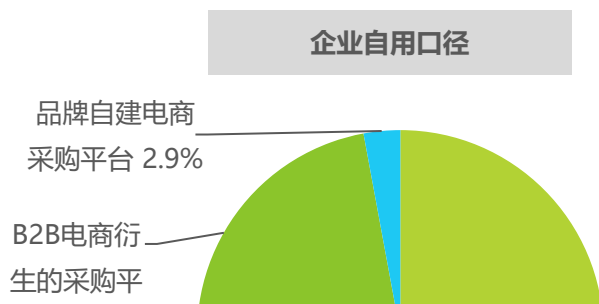
中国企业采购电商市场规模结构

由电商平台衍生的企业采购业务占绝对优势地位

从规模上看，2020年由电商平台（消费类电商、B2B电商）衍生的企业采购平台规模占比超过98%，占据绝对优势地位。其中，淘宝企业服务、京东企业业务等是消费类电商衍生的采购平台典型代表；1688、慧聪网等是B2B电商衍生的采购平台典型代表。

从企业用户在电商平台的采购场景上看，主要有两类：一是企业采购后自用，二是企业采购后再次分销。其中，在企业自用口径下，消费类电商衍生的采购平台占比达69.4%，成为企业用户自用采购选择最多的平台；在企业分销口径下，B2B电商衍生的采购平台占比达85.3%，是次终端企业采购者选择最多的平台。

2020年中国企业采购电商平台市场规模结构



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31240

