热点聚焦

2022年网络零售交易规模超13万亿元

直播电商市场规模同比增长近五成

□ 本报记者 王旭光

日前,网经社电子商务研究中心发布《2022年度中国电子商务市场数据报告》。报告显示,2022年,国内网络零售市场交易规模达137853亿元,同比增长4.89%。

网经社电子商务研究中心数字零售部主任、高级分析师莫岱青表示,数字零售狭义指通过网络渠道进行商品交易活动,包括实物商品交易及虚拟商品交易。广义上数字零售可被看作一种业态,包含平台、商家、品牌、用户、服务商等。按模式分,有C2C、B2C、C2M、B2B2C等;按品类分,有综合电商、垂直电商;按交易市场分,有进口跨境电商、出口跨境电商;新电商包含会员制电商、直播电商、精品电商、小程序电商、数字藏品等。

报告显示,2022年,中国网络零售用户规模达8.45亿人,占网民整体的79.2%,同比增长0.35%。数字零售共发生97起融资事件,同比下降45.82%,融资总额仅为44.9亿元,同比骤降93.65%。零售电商共有16家"独角兽",总估值1.8万亿元。其中,抖音以13480亿元估值位列零售电商"独角兽"榜第一名。第2至10名分别为小红书、得物、车好多、兴盛优选、美腕、途虎养车、美菜网、转转集团和新康众。

此外,报告还公布了数字零售八大热门赛道数据,第一梯队包括GMV达到万亿规模的直播电商、社交电商、母婴电商、汽车电商,第二梯队为千亿级的生鲜电商、二手电商、美妆电商,第三梯队为近千亿级的零售电商SaaS行业。

2022年,直播电商方面,市场规模达到3.5万亿元,同比增长48.21%;生鲜电商方面,市场规模约5601.4亿元,同比增长20.25%;社交电商方面,市场规模达到27648亿元,同比增长9.17%;二手电商市场规模达4802.04亿元,同比增长两成。

另外,2022年,母婴电商市场规模突破1.2万亿元;电商SaaS市场规模达到965.81亿元,同比增长超三成;汽车电商市场规模达到12896.6亿元,同比增长6.99%;农村电商市场规模为38086亿元,呈现同比微增;美妆电商市场规模超1700亿元;进口跨境电商市场规模为34000亿元,同比增长6.25%。

"随着跨境电商贸易机制的逐步完善、国际物流网络的持续疏通,跨境电商渠道加快拓宽,越来越多的市场主体正通过这一渠道实现买全球、卖全球。我国跨境电商规模增长迅猛,有力支撑了我国进出口贸易的增长。"网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平表示,2022年,中国跨境电商行业总体还是保持稳健发展的态势,面对复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击,跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势在稳外贸过程中发挥了重要作用。

报告显示,2022年,中国跨境电商市场规模达15.7万亿元,比2021年的14.2万亿元同比增长10.56%。其中,2022年中国出口跨境电商市场规模达12.3万亿元,比2021年的11万亿元同比增长11.81%;进口跨境电商市场规模达3.4万亿元,比2021年的3.2万亿元同比增长6.25%。

市场规模增长12.9%

2022年电商资本投入明显缩减

□ 本报记者 王旭光

面对错综复杂的国际环境,我国陆续推出相关政策,让影响电商发展的痛点、难点得到有效应对,2022年,我国电商市场规模再次保持稳步增长态势。

日前,网经社电子商务研究中心发布《2022年度中国电子商务市场数据报告》。报告显示2022年,中国电子商务市场规模达47.57万亿元,比2021年的42.13万亿元同比增长12.9%。

网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平表示,电子商务是数字经济的重要组成部分,2022年,电商各细分领域如产业电商、数字零售、数字生活、跨境电商等都实现了稳健发展。近年来,电商行业市场集中度不断下行,尤其是近两年,疫情影响宏观经济消费整体表现,同时以抖音、快手为代表的直播电商数量高速增长,继续挤压传统货架电商巨头的战略空间。

在从业人员方面,2022年,中国电子商务行业直接从业人员达722万人,比2021年的680万人同比增长6.17%。间接从业人员达6325万人,比2021年的5850万人同比增长8.11%。

网经社电子商务研究中心数字零售部主任、高级分析师莫岱青表示,2022年电商行业面临的压力尤为明显。"竞争激烈、流量昂贵、消费意愿低迷,连垂类赛道的明星选手也相继倒下。这一年,电商企业纷纷选择降本增效,并历经大幅裁员、缩减业务、调整架构,如母婴电商蜜芽App停止服务,转型着力自有品牌'兔头妈妈';每日优鲜关闭核心前置仓业务等。"

与此同时,报告显示,2022年,电子商务融资事件为261起,比去年同期的483起下降45.96%;融资总金额达226.2亿元,比去年同期的1497.1亿元下降84.89%。

2022年,产业电商成为资本关注的热门领域。在261起融资事件中,产业电商73起,融资总额79.12亿元。此外,数字零售97起,融资总额44.95亿元;数字生活48起,融资总额40.06亿元;跨境电商43起,融资总额620.6亿元。

在2022年电子商务261起融资事件中,融资额排名前十的有百布、锐锢商城、店匠、享道出行、如祺出行、嘉立创等,总融资金额约91.3亿元,占整体融资金额的40.36%。

张周平表示,2022年,电商各领域的资本投入有明显的缩减,且呈现持续下滑趋势。受政策导向与投资环境不确定性的影响,资本动作整体节奏放缓,从显性高回报向可持续竞争力调整。

记者日前从中国饭店协会获悉,根据对全国百家餐饮住宿企业进行的随机调查,超九成受调查住宿企业"五一"假期间的营业收入已恢复至疫情前水平,其中近七成较疫情前实现正增长,平均增长42%。

超六成受调查住宿企业反馈平均出租率与日均平均房价均高于疫情前同期水平,其中平均出租率增长20.1%,日均平均房价增长30.8%。

超九成受调查餐饮企业反馈"五一"假期期间的营业收入已恢复至疫情前水平,其中超六成较疫情前实现正增长,平均增长57.2%;近三成与疫情前基本持平。五成的受调查餐饮企业反馈日均客流量与日均营业额均高于疫情前同期水平,其中日均客流量增长55.7%,日均营业额增长57.6%。

住宿餐饮消费火爆

"五一"市场呈现五大亮点

□ 本报记者 阎 密

受调查企业反馈,今年"五一"消费市场的五大亮点有:学生消费、家庭消费、旅游团队消费比例大幅提升;地方特色美食对旅游的带动作用进一步明显;越来越多企业通过抖音直播、与网红博主合作、推出酒店预订+门票预订等多种方式吸引消费;自驾游群体占比持续上升,出游前OTA预计成为主流;"宅酒店"成为度假新趋势。

为提高顾客体验感,提供优质产品和服务,受调查企业采取了多种措施,包括设计个性化产品和特色服务,提前通过抖音、微信公众号等媒体平台进行宣传,保障人员配比充足,对酒店部分设施进行升级改造,提供周边游介绍及短途接送车服务,保障提供优质食材,做好安全消防预案等。餐饮住宿业为此次"五一"所做的充足准备为假期消费市场的火爆提供了良好基础。

此外,调查显示,餐饮住宿企业在"五一"假期期间还采取了多种措施制止餐饮浪费,包括提供小份菜,在门店、顾客点餐小程序、外卖平台等均进行"反食品浪费"、提倡"光盘行动"等宣传,自助餐分次补充出菜,提供打包服务,提醒客人按需点餐,对边角料进行菜品创新等,餐饮住宿业厉行节约的良好风尚正在形成。美团平台数据显示,"五一"期间,全国小份菜销量同比增长38.83%,全国小份菜搜索量同比增长30.51%。

虽然"五一"消费市场的火爆极大提振了行业信心,但餐饮住宿企业也同时面临着大型商务会议市场恢复较慢,一线员工短缺、招工难度增加,管理层人才培养不足,行业服务质量参差不齐,原材料、房租等经营成本增加,街边店的管控力度不够影响市场秩序,小型社区餐饮面临监管挑战等问题。企业希望政府能加大对餐饮住宿业的扶持力度,继续出台扩内需措施,希望行业协会能加强行业专门人才的培养。

拓展内容 优化体验

广交会擦亮服务"金招牌"

□ 本报记者 顾鸿儒

提高自身的服务能力和水平、不断提升展会品质和形象,是广交会举办以来努力的方向。为了更好地满足展客商需求,第133届广交会持续拓展客户服务内容,不断提供优质的服务体验,持续探索和创新,以全新的服务形象出现在世界眼前。

线上线下共谱广交商机

一场大型海边派对即将在大洋彼岸举行。3月初,一位英国采购商在广交会线上平台发布需求,希望找到一家能够生产防水LED蜡烛灯的供应商,为这场海边派对准备活动做装饰。

广交会客服团队快速与其取得联系,详细咨询买家的采购意向后,将相关生产商信息、产品简介传递给大洋彼岸的客商。

很快好消息传来,这位英国采购商公司CLEAR FOCUS BRANDS决定新增几种采购品类,品牌创始人Jolize Brazelle按照计划赶到第133届线下广交会现场,与几家供应商进行对接。

"我们是一家小型私人控股有限公司,主要针对两个市场,一个是7~13岁女孩礼物市场,一个是高端女性奢侈品市场。"Jolize Brazelle表示,希望能够在广交会上采购一些能够在南非畅销的产品,尤其是一些电商产品。"我们主要市场在美国,但在南非有仓库和商超,所以南非也是很重要的市场。"

2月25日下午,英国采购商Jolize Brazelle一下班机便来到了广交会现场,在海阳市誉达箱包有限公司的展台,与销售管理姜伟丽就产品质量、价钱、运输等多个问题进行了面对面的交流。

"我非常满意他们的产品。"Jolize Brazelle有意向下单。"广交会真的太大了,产品很多,我打算看一看有没有更多适合合作的产品。"

这只是广交会持续拓展客户服务内容的一角。开展以来,广交会一方面积极协助香港采购商的采购意向配对,另一方面持续盘活平台的采购意向,为其进行配对、组织线上会议。通过提前进行线上商机洽谈,协助供采双方在广交会线下见面,提升参展效率。

据了解,广交会客服团队目前累计盘活线上平台采购意向32个,特邀约供应商40人参与后续对接活动,获得了来自德国、英国、巴哈马等国家采购商的充分肯定。

智能客服传递广交便利

"你都有什么功能?"

在广交会官网对智能客服输入指令,会得到六条以上的消息讲解链接:

"境内采购商证常见问题:注册登录、活体检测、审核时长、邮寄等。"

"点击申请时,系统提示'企业办证指标已满,无法新增申请'。"

"参展商如何新增移动端申请单。"

……

20多万字的标准问答数据库为广交会智能客服提供后台支撑,经过近4年的数据训练,智能客服以更高匹配率、更快速响应时间,再次亮相于广交会。

"我想查看一下酒店大巴车的停放区域。"一位参展商来到广交会信息驿站,向工作人员寻求帮助。他还希望查看当月以及往届广交会期间举办的相关信息,也希望找到官方咨询平台。

"您可以使用官网的智能客服。"工作人员将其引导至查询台电脑旁,输入指令,快速地找到了参展商所需要的信息。值得关注的是,在所提供的信息之外,智能客服还给出了温馨提示:"次月展讯一般在当月月底更新。想知道展会是否延期/取消,请与展会主办单位确认。"

"智能客服的回答几乎是瞬间给出的。"在智能客服页面左端,罗列出近期常用问题,参展商点击其中的"如何新增移动端申请单",智能客服对话页面便立刻弹出了详细信息和具体步骤。

据了解,截至目前,联络中心共处理业务634544件,较上届同期提升944.33%;在线客服142263件,其中智能客服94526件。

仅4月24日一天,联络中心处理在线客服2960件,其中智能客服2137件。

此外,本届广交会还会向与会客商发送展会信息、天气情况、交通指引、展馆服务等温馨提醒短信,截至4月25日,共发送温馨提醒短信44.5万条。

彰显经济韧性,广交会进口展助企业拓商机

□ 本报记者 顾鸿儒

憨态可掬的美国布偶玩具、精美的印度手工纺织制品、古典神秘的尼泊尔宗教壁画……第133届广交会进口展上,相关展品不仅文化特色鲜明,还拥有较高的品质和性价比,获得一众采购商的青睐。

在广交会进口展上,来自全球的展客商开展了卓有成效的洽谈,成为广交会推动多双边经贸合作浓墨重彩的一笔,更彰显出一个开放共赢、与世界美美与共的中国。

"老广交"的"新身份"

"我第一次参加广交会是在2006年,当时是以采购商的身份参加的。"如今再来广交会,土耳其展团Mercanlar Dis Ticare公司高层管理M.Taner.Tekin已经拥有了自己的展位,公司旗下Renga品牌标识在进口展上尤为引人注目。

M.Taner.Tekin拿起展台上的明星产品——一款用材轻便不易摔碎、顶盖设计便于开合的塑料水杯,一边向采购商展示使用方法,一边叮嘱工作人员对参展产品进行归纳整理。一名埃塞俄比亚采购商刚刚离开,M.Taner.Tekin还没来得及整理好产品,下一位采购商就已前来询盘。

"广交会进口展让我们看到了更广阔的市场空间。中国是一个很大的市场,我们非常希望能够拓展这片蓝海。"M.Taner.Tekin表示,在得知广交会允许外商参展后,公司立刻决定参加进口展,并重点遴选了塑料水杯、玻璃水杯和餐厨用品参展。

让人惊喜的是,在进口展上,M.Taner.Tekin还遇见了一位"意料之外"的老朋友。"他是一位来自阿拉伯的采购商,我们之前在海外展会上相识,这几年受全球疫情影响一直未能见面,没想到这次竟然在广交会上遇见了。"M.Taner.Tekin对广交会进口展的影响力赞不绝口,也有信心获得更多合作商机。"目前,公司共收到了20多个意向订单,很多采购商希望能够与我们进一步沟通。"

进口展的"新面孔"

值得一提的是,第133届广交会首次引入广州南沙、广州黄埔、温州瓯海、广西北海、内蒙古七苏木5个国家级进口贸易促进创新示范区参展,展示示范区整体形象和营商环境,鼓励企业扩大先进技术、原材料和优质商品进口。

内蒙古薯都凯达食品有限公司就是内蒙古七苏木进口贸易促进创新示范区带来的明星企业之一,其在乌兰察布市筹建了加工产业园并顺利投产,现已成为乌兰察布市首家通过海外AEO高级认证的国家级外贸转型升级基地,2022年全年贸易额增长910.8%。

椒麻辣子鸡味、铁板鱿鱼味、蜂蜜黄油味、黄金咖喱味……内蒙古七苏木进口贸易促进创新示范区展位前,各色马铃薯零食吸引了很多采购商围观。"我们参加的是第二、三期广交会进口展,目前公司已经收到了一些订单,阿联酋的合作伙伴对我们的产品充满了信心。"薯都凯达销售部经理许浩表示,广交会进口展客流量大,除了一些国内商超,很多境外采购商也来到展位前积极询盘,寻求合作机会。

"以前,我们没有机会接触到这么多的采购商,非常感谢广交会这样的好平台,也很感谢内蒙古七苏木示范区提供了宝贵的参展机会。"内蒙古鹏亚皮件有限公司董事李夏天坦言,公司缺少参加大型国际展会的经验,因此对展品定位考虑不周。"我们主营皮草等服装制品,但考虑到广东气候比较湿热,只带来一些具有蒙古特色的箱包。我们来了才发现,广交会进口展涵盖的领域非常广泛,各行各业、各个时节的产品都有。下一次参加广交会,我们一定会把明星产品全都带过来,争取到更多的合作商机。"

据了解,在本次展会上,内蒙古七苏木积极组织动员贺氏粮油、阴山莜麦、绒立特等16家企业参展,展品涵盖食品、矿产品、服装、皮革、工艺品、粮油等多个领域。此外,通过三天的收集,内蒙古七苏木建立了招商引资项目储备库,储备了约200家企业。

在广州南沙进口贸易促进创新示范区的展位,一辆豪华轿车引来不少采购商围观。"这辆车上装载的是小马智行第六代自动驾驶软硬件系统。"广州南沙进口贸易促进创新示范区有关负责人介绍,本届广交会定位转向消费品、工业品并重,重点吸引高新技术企业参展,因此示范区专门组织动员了汽车等工业领域企业,携手广汽集团、小马智行、晶科电子等20家企业共同展示南沙进口贸易促进创新示范区建设成果和贸易高质量发展情况。