

中国库存电商行业研究报告

2019年





创新模式对产业链双向赋能，促进了库存电商行业的发展：库存电商S2b2C类分销平台的快速发展主要是因为，平台一方面提高了品牌商的库存周转效率，一方面解决了小b端人群的经营痛点，另一方面迎合了低线城市人群消费升级的需求。



行业处于高速增长期，头部效应初显：从2017年下半年至今，行业增长迅速，截至目前市场规模已达数百亿级。玩家量级在100-150家左右，第一梯队、第二梯队的玩家可占整体市场份额的80%以上，但各家还没有建立明显的竞争壁垒，随着新入局者增多，竞争将逐渐激烈，预计两年内市场达到饱和。



模式易仿，资源难得：平台运营方面，各家的主要差异在品控与服务上。上下游对平台的用户粘性都不强，现阶段各家除了提供基本的功能外，也在尝试不同的平台打法，尤其是在留存小b端用户方面。总体趋势是增加在供应链端的管理，以及更加精细化的运营。



未来趋势：未来平台在“人”、“货”、“场”三个方面都不会拘泥于现在的模式，另外，货品也将从成品库存向产能库存转变。货是壁垒，但小b端是关键，二者双向影响。平台只有不断提供差异化的服务，才能留住“货”与“人”。

行业定义及口径

行业定义

库存电商是指，上游链接品牌方或代理商的库存数据和资源，借助线上交易平台，下游直接或间接触达C端消费者，提供库存商品交易和相关服务，以清理库存，处理尾货。

报告中的库存商品为狭义的库存，指品牌方已经生产出来的，三年之内的成品货源，而不包括其他剩余产能，如库存原材料，以及新品特卖或者个人滞销、闲置物品。

统计口径

关于本报告，定量部分数据核算的中国库存电商市场规模是指S2b2C模式与B2C模式下销售库存商品的所有平台的网站成交总金额（GMV）。

本报告研究范围是以库存商品为主要品类的电商平台，不包含品牌特卖平台中库存比例小于60%的电商（如唯品会），不包含平台延申出的为卖家提供开店引流服务的小程序，亦不包含尾货批发信息类网站。

注释：本报告中的库存电商有两种模式：S2b2C与B2C，本报告主要研究前者，后者在发展历程、产业图谱与市场规模中有所提及，其他部分中的库存电商均指S2b2C类库存分销平台。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

库存电商行业的发展背景

1

库存电商行业现状

2

库存电商行业的平台运营分析

3

库存电商行业的案例分析

4

库存电商行业的未来趋势

5

政策红利释放驱动行业规范发展

《电商法》促进代购平台化，库存电商为供给侧改革赋能

供给侧改革

- **代购行业正规化、平台化：**《电商法》2019年1月1日起正式实施，其中规定个人代购也应当依法登记，履行纳税义务。由此带来的各方面风险与成本，会使一些代购沉寂甚至消失，但同时会使另一些人结束单打独斗的模式，寻找正规的品牌分销平台，解决营业执照、货源、物流、售后等后顾之忧。
- **细则待完善，平台需加强服务：**不可否认，新《电商法》目前还缺少一部分的实施细则、部门规章、司法解释等。在这段过渡期内，库存电商需要提高平台服务水平，增加增值服务。未来市场更加良性，库存电商的竞争对手也不再是小而杂的服务平台，这会更考验平台的经营能力。

电商法

- **产能过剩是首要问题：**我国的供需结构严重不协调，导致供给端的产出与消费端的需求不匹配，而另一方面，人口红利消失，意味着生产商不能只一味追求“规模效应”。供给侧改革强调产业结构、产品结构、组织结构、制度结构的创新和优化。
- **库存电商链接上下游，提高产业链效率：**库存电商通过S2b2C模式，一方面对行业上下游进行整合，提高双方的效率，解决库存问题，另一方面通过大数据分析反哺上下游，通过精准营销寻求更多增量市场。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/565013241031011304>