

中国库存电商行业研究报告

2019年



海量行研报告免费读



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。



行业处于高速成长期，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。

下沉市场给予库存电商发展空间

三四五线城市中产阶级的消费升级

三四线城市人均GDP触达消费升级拐点

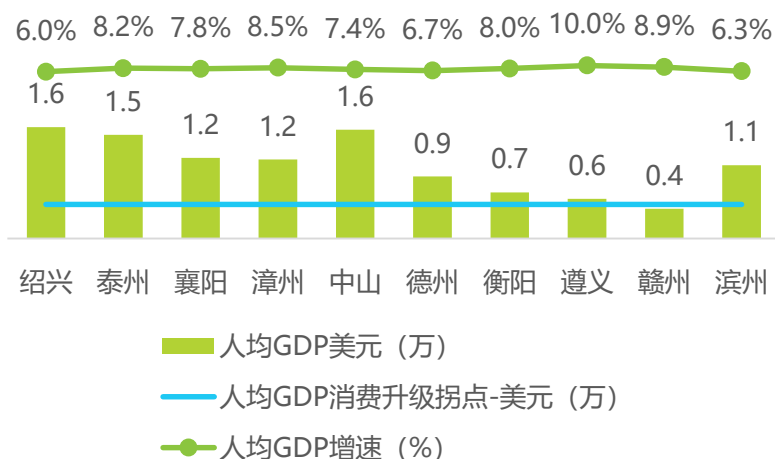
从全球主要国家的数据来看，人均GDP达到3000-5000美元区间是消费升级的关键收入门槛值，目前中国相当一部分三四线城市人均GDP在5000-8000美元之间，消费升级现象明显。

库存电商积极探索巨大的低线中产阶级市场空间

随着一二线城市的消费能力和互联网渗透率触顶，社交电商纷纷下沉到三四五线城市获得红利，尤其是低线城市中产阶级人群，对品质、低价和服务有着同步日益旺盛的需求。而采用S2b2C模式的库存电商，在“拼多多”们与“网易考拉”们之间，看到了这片空白市场，于2017年起相继出现。

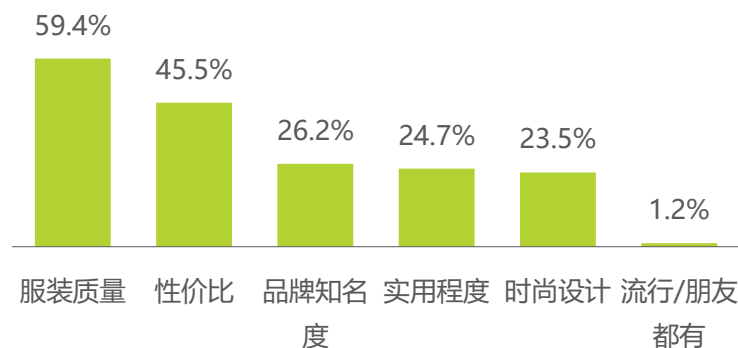
2018年低线城市人均GDP及消费升级

拐点



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2018年中国中小城市购买服装品牌的原因



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

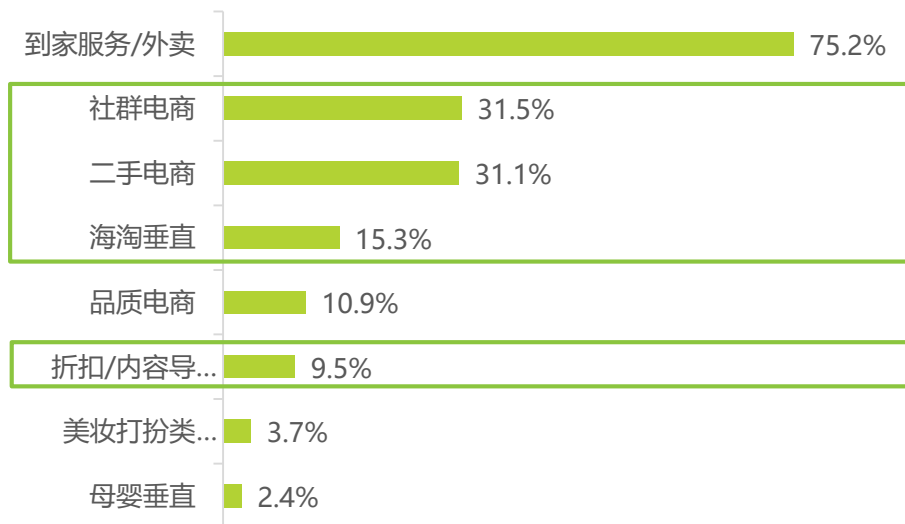
“复合需求” 催生S2b2C模式

为迎合消费者的“复合需求”，库存电商2.0版采众家之长

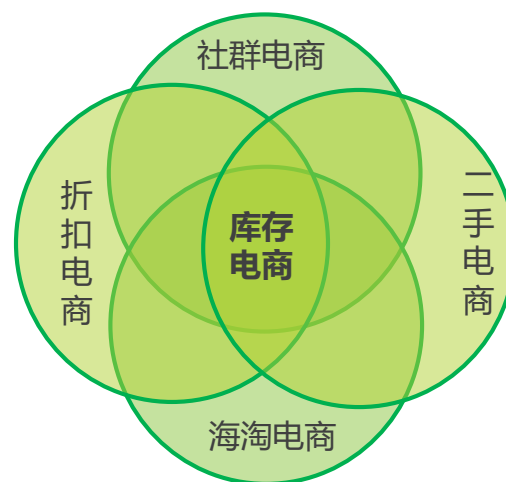
消费者接受社交电商，同时对品质要求较高：根据艾瑞咨询《2018年网购用户调研》显示，对于各类垂直电商平台，社群电商（如拼多多、云集）及海淘类电商（如网易考拉海购）对网购用户的覆盖率较高，说明用户对于分享经济有较高的接受度，而这种社交平台反之让消费者对于国内外大牌的认知度进一步提升。同时，二手电商（如闲鱼）和折扣类导购平台（如返利网）的使用情况也表明，消费者对于全新产品的“面子工程”没有过高要求，而更追求用优惠的价格买来正品实实在在的品质的。

S2b2C模式采众家之长：通过以上分析，我们发现，库存电商的S2b2C模式正是融合了这几类电商的一些特征，以社群营销为土壤发展起来，满足消费者对品牌、品质与低价的需求。

2018年消费者使用各类垂直电商平台比例



库存电商是多种电商优势的组



品牌方的库存积压问题 (1/2)

中国产成品库存高企，服装产业库存问题尤其严重

2018年1-4月，我国供给侧工业产成品库存总额40189亿，产成品库存率排名中，12大行业明显超过我国供给侧工业的平均水平，其中服装行业排名第7，比平均数多出3.1个百分点。服装行业的库存积压问题由来已久，主要由于落后的生产观念、出口量下降和对市场预估失误导致的。同时，服装类可售卖的寿命基本只有2~3年，这更为服装行业带来巨大压力。

我国A股上市公司各类存货流转情况



服装库存积压原因

西方国家经济疲软，服装出口量下降，我国人口红利不在

服装作为非标品，趋势判断失误，同质化严重

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_21098

