

行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料及統計資料均摘錄自不同的政府官方刊物、公開市場調查的可用資料來源以及學術研究。此外，我們委託獨立行業顧問灼識諮詢編製灼識諮詢報告，本節即以該報告為依據。我們相信這些資料的來源是適當的資料來源，並已採取合理謹慎的措施來摘錄及複製。我們並無理由相信這些資料為虛假或具誤導性，或遺漏任何事實致使這些資料為虛假或具誤導性。我們、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、獨家保薦人、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或[編纂]涉及的任何其他人士或各方並無獨立核實來自官方政府來源的資料，且並無就其準確性作出任何聲明。

中國數字零售市場

蓬勃發展的零售市場

零售業在中國國民經濟中扮演著舉足輕重的角色，是國民經濟發展的基石。根據灼識諮詢的預測，到2024年，中國零售商戶數量已超過1,000萬家，零售業銷售總額將超過人民幣48萬億元，佔國內生產總值近40%。此格局不僅為消費者提供根據日益個性化的需求量身定制的各種購物體驗，同時亦為零售品牌的發展及創新創造機遇。

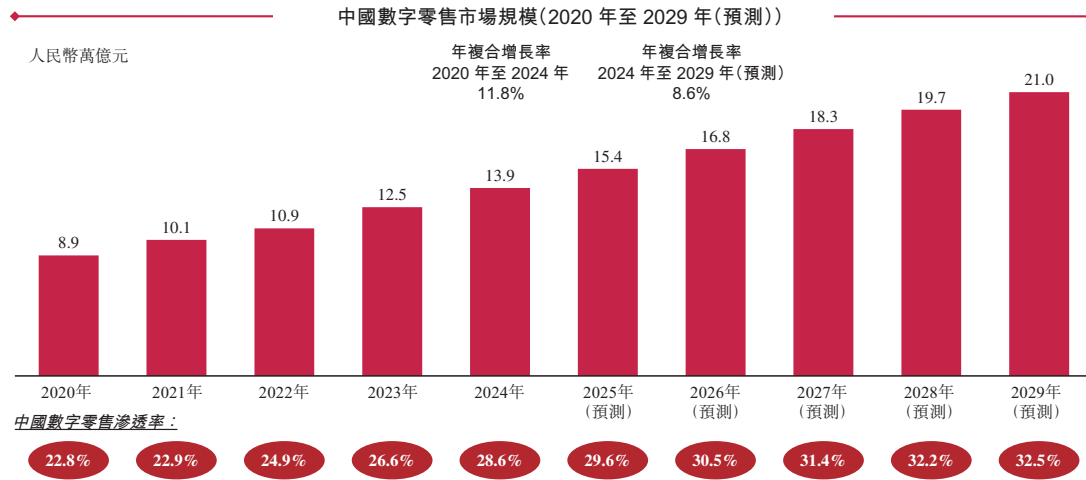
在蓬勃的零售市場內，不同的零售類別展現出截然不同的增長模式。餐飲、休閒服飾、美妝與個人護理等品項因其高頻、必需的消費特性，在市場上維持主導地位。與此同時，寵物護理、戶外運動、潮玩及醫療保健等細分市場近年來在新興消費者需求的推動下亦呈現出加速增長的趨勢。這些類別的動態發展將繼續推動中國零售格局進化及升級。預計到2029年，零售市場總規模將達到人民幣64.7萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.8%。

數字零售滲透率持續攀升

中國為全球數字零售行業的領導者，擁有全球最全面、最多元化的數字零售生態系統之一。2000年代初，淘寶網及京東分別以其C2C模式及自營物流，為消費電子商務奠定基礎。2010年代，移動互聯網令增長擴大，微信生態系統催生社交電子商務，拼多多則通過病毒式創新引導的模式解鎖低階市場。2016年後，「新零售」的出現加速線上及線下購物渠道的整合，而直播電子商務則重塑消費者的參與及購買行為。隨著電子商務模式不斷超越傳統的時間及空間限制，在移動支付系統、智慧物流及其他關鍵基礎設施進步的支持下，多層次、多渠道的數位商務生態系統已初具雛形。

行業概覽

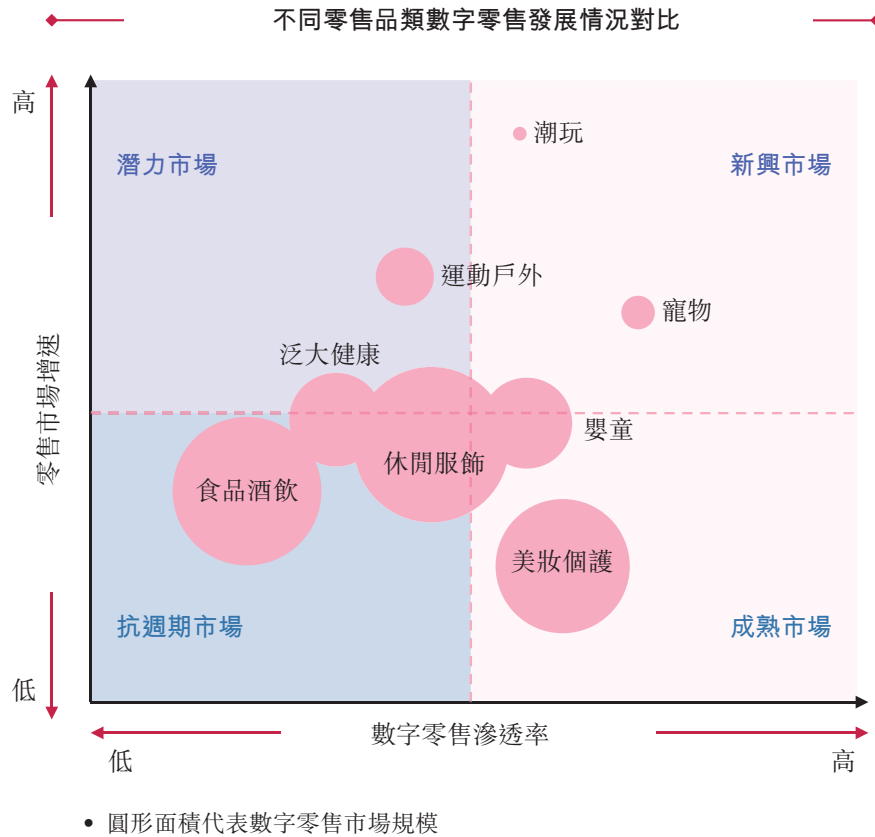
目前，中國整體數字零售滲透率穩步提升，從2020年的22.8%提升至2024年的28.6%，市場規模持續擴大。中國數字零售市場規模將從2020年的人民幣8.9萬億元增至2024年的人民幣13.9萬億元，複合年增長率約11.8%。展望未來，市場規模有望保持增長軌跡，到2029年達到人民幣21.0萬億元。



資料來源：國家統計局、商務部及灼識諮詢

不同產品類別的數字零售滲透各異，各自呈現不同的增長趨勢。餐飲、休閒服飾等品類的數字零售市場規模均已突破人民幣萬億元。寵物護理、嬰童、潮玩、美妝與個人護理等類別的數字滲透水平相對較高，滲透率超過50%，原因在於經常消耗及個人化的需求，以及種類繁多的SKU。與此同時，由於消費者對線上購物的偏好日益增加，醫療保健及戶外運動產品的數字滲透亦穩步增長。隨著更廣泛零售市場持續擴張，該等類別將能夠從持續的勢頭中獲益。

行業概覽



資料來源：專家會面、灼識諮詢

零售品牌於數字轉型期間面臨不同的痛點

在快速發展的同時，中國零售品牌的數字運營遇上一系列挑戰。這些痛點促使品牌尋求更專業的技術及服務，以提高運營效率，優化資源配置，支持可持續發展及市場擴張。具體而言，數字零售品牌面臨的主要挑戰包括：

- **渠道及形式日趨複雜**：隨著綜合電子商務、社交電子商務、內容驅動電子商務及O2O電子商務等多種模式的不斷整合及創新，零售業的格局變得越來越複雜。這種演變要求數字零售品牌加強其技術基礎設施及營運能力，以跟上快速變化的消費者期望及不斷擴展的銷售渠道。
- **有限的IT及組織能力**：許多中小型品牌在進行數字轉型所需的投資時，面臨巨大壓力。即使是領先的品牌，亦會遇到跨部門技術協調及擴展數字能力的挑戰。人工智能、數據分析及區塊鏈等先進科技的應用，往往因技術人才短缺而受阻，削弱了於數據驅動的洞察力、產品推薦及供應鏈最佳化等領域的競爭力。

行業概覽

- **供給側擴張及競爭加劇**：零售市場在供給側快速擴張，加劇市場競爭，導致更佳的产品及品牌同質化。因此，零售品牌奮力建立持久的競爭優勢。儘管消費者現在有比以往更多的選擇，惟品牌忠誠度卻在下降，這使企業越來越難確保穩定的客戶基礎。
- **營銷複雜度與成本不斷增加**：隨著流量輕鬆成長的時代告終，品牌在促進營銷與獲取客戶方面的投資壓力日增。除了不斷攀升的成本之外，彼等於效率及轉換率（即瀏覽網頁或觀看廣告後前往店舖進行實際購買的消費者百分比）方面亦面臨挑戰。要於此數字環境中取得成功，品牌必須採納更個人化及更有針對性的營銷策略，此會要求為資本、技術及策略優化上不斷作出投資，以改善整體營銷表現。
- **供應鏈響應能力的高壓**：由於消費者更加重視送貨速度，品牌及零售商在供應鏈管理方面面臨更大挑戰。彼等許多的供應鏈仍然支離破碎，區域間協調效率低，難以即時對市場需求作出迅速反應。

中國數字零售解決方案市場

數字零售解決方案赋能零售品牌的數字轉型

在促進零售市場繁榮及應對零售品牌數字轉型越來越多的挑戰的背景下，數字零售解決方案應運而生，為零售品牌提供邁向數字轉型的有系統途徑。這些解決方案不但超越電商店舖營運及產品銷售，更提供端對端的數字支援，涵蓋廣泛的功能，包括品牌定位、產品開發諮詢、零售營運、渠道管理、營銷及促銷、履約服務，以及數據與技術支援。數字零售解決方案提供商利用先進的數字技術及深厚的線上渠道營運專業知識，協助零售品牌有效率地建立電子商務基礎架構，並推動線上銷售，進而提升營運效率並加速業務成長。

中國的數字零售解決方案行業擁有一個充滿活力及多樣化的生態系統，參與者眾多。隨著零售品牌積極追求數字轉型，拓展線上銷售渠道，對專業數字服務的需求持續增長。數字零售解決方案提供商在此環境中扮演重要的促進者角色，為零售品牌與各種電商平台搭起橋梁，並在一個或多個功能領域中提供量身打造的數字服務。在賦予品牌力量的同時，彼等亦在提升消費者體驗方面扮演著積極的角色。透過運用數字解決方案提供商的能力來建立及優化數字營運，零售品牌能更有效地提供更優質的產品及服務，最終提升顧客滿意度，並促進數字零售業的持續發展。數字零售解決方案提供商有多種收入模式，從提供予品牌擁有人的解決方案中獲利。於快速消費品行業，一般而言，其可以較低成本向品牌擁有人採購產品，從貨品銷售獲得收入，或可將收到的服務費入賬為提供服務的收入。若干數字零售解決方案提供商採用產品銷售模式，主要為了滿足品牌擁有人於不同產品類

行業概覽

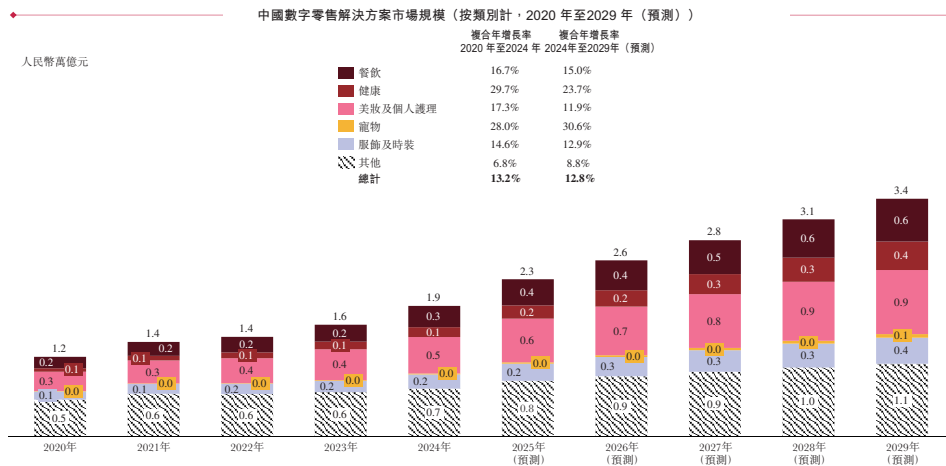
別中特定的營運及合規需求。通過直接向品牌擁有人採購產品並管理零售流程，提供商能夠提供更量身打造、反應迅捷、注重執行的數字零售解決方案。該模式於定價、庫存及營銷活動管理等方面更富韌性，從而提升品牌擁有人於各零售渠道的表現。此外，於提供服務模式下，數字零售解決方案提供商通常就數字基礎設施支援、數據分析、流量取得及整合營銷活動等服務收費。服務費水平取決於參與的深度以及提供的技術及工具的複雜程度。



資料來源：專家會面、灼識諮詢

中國數字零售解決方案市場持續擴大

中國數字零售解決方案市場的快速增長乃由多個因素共同推動，包括數字消費的持續增長、數字技術的不斷創新以及政策的大力支持。根據灼識諮詢，按GMV計，市場規模將從2020年的人民幣1.2萬億元擴大至2024年的人民幣1.9萬億元，複合年增長率為13.2%。展望未來，預計市場將繼續增長，到2029年將達到人民幣3.4萬億元，預計複合年增長率為12.8%。



資料來源：國家統計局、商務部及灼識諮詢

行業概覽

在中國的數字零售解決方案市場中，不同的零售類別對數字解決方案有著不同的需求，這些需求受各行業的獨有特徵所影響。具體而言，不同類別於營運模式、消費者行為及供應鏈管理上的差異，導致對數字工具、數據分析、營銷策略及客戶服務的不同需求。這些差異突顯量身定造、針對特定類別的數字零售解決方案的必要性。

- **餐飲業：**餐飲業以變化迅速聞名，要求高效、按需配送及嚴格保質期管理，並依賴於精確供應鏈及物流支持。尤其是新鮮食品類別，於O2O渠道中的滲透率較高。此外，區域差異亦驅使對本地化內容營銷及策略的強烈需求。因此，餐飲品牌對供應鏈管理、履行及營銷能力等領域的數字零售解決方案提供商寄予更高的期望。
- **醫療保健行業：**於此行業的消費者將產品功效與安全性放於首位，非常需要權威性的內容以支持彼等的購買決策。品牌通常需要採取教育性的營銷策略。由於平均交易價值及重複購買率均很高，因此醫療保健品牌將會員管理及長期客戶忠誠度視為優先考量。數字零售解決方案提供商必須提供強大營銷及會員管理能力，以滿足這些特定需求。此外，若干產品(例如醫療器材及藥品)需要冷鏈物流或溫控儲存，因此有必要有一套全面可靠的倉儲及物流系統。
- **嬰童行業：**以年輕父母為主要消費群，此行業強調產品品質、安全性及功能性。數字零售解決方案提供商必須專注於營銷、電商店鋪營運及倉儲管理方面維持高品質標準。此外，由於嬰童產品與嬰兒的成長息息相關，因此與消費者建立情感連結至關重要。此需要長期消費者參與及關係管理，而這些能力正是數字零售解決方案提供商必須具備。
- **潮玩行業：**此行業主要以年輕消費者為目標，透過線上渠道進行資訊傳播，並著重於產品的情感價值。數字零售解決方案提供商必須能具備於多個線上平台進行目標營銷及社群參與的能力。
- **美妝與個人護理行業：**作為零售驅動的行業，美妝與個人護理行業極依賴建立引人注目的零售體驗及優化消費者互動。此行業的品牌非常重視數字零售解決方案提供商分析消費者需求並據此量身打造解決方案的能力。

行業概覽

根據灼識諮詢，於各種零售類別中，潮玩、醫療保健及寵物護理產品在數字零售解決方案市場中的增長速度最快。從2020年到2024年，這些類別的市場規模分別從人民幣730百萬元、人民幣50億元、人民幣50百萬元增加至人民幣30.3億元、人民幣143億元及人民幣140百萬元，複合年增長率分別為42.6%、29.7%及28.0%。相信這股勢頭將會持續，預計到2029年，市場規模將分別達到人民幣100億元、人民幣413億元及人民幣520百萬元，而2024年至2029年的複合年增長率分別為27.8%、23.7%及30.6%。美妝及個人護理類別保持較大市場規模，從2020年的人人民幣280億元增至2024年的人人民幣530億元，預計到2029年將接近人民幣1,000億元。與此同時，在不斷演變的消費者需求及城市戶外生活方式日益普及的推動下，戶外運動類別正成為新的增長動力。

端對端數字零售解決方案提供商的崛起

消費者追求完美購物體驗，加上數字零售品牌對於提升營運能力的需求日增，增加端對端數字零售解決方案提供商的增長。消費者愈來愈期望在不同的接觸點獲得便利、有效率的整合服務，因此需要一個涵蓋產品推薦、物流及售後支援的全方位數字生態系統。同時，不同類別的品牌面臨獨有的不同數字零售需求，因此需要解決方案提供器具備廣泛的適應性，並能支援量身打造的數字營運及持續能力升級。

非端對端數字零售解決方案提供商提供的服務僅限於特定流程、渠道或類別，而端對端數字零售解決方案提供商提供的整合數字服務則涵蓋整個品牌營運生命週期，以及跨多類零售品牌的所有主要銷售渠道。端對端數字零售解決方案提供商的價值創造可概括如下：

- **無縫端對端營運能力：**端對端數字零售解決方案提供商讓品牌能夠實現整個價值鏈的整合營運，於品牌策略、產品分銷、電商店舖營運、供應鏈管理、營銷、客戶參與、倉儲及履行等領域提供全面支援。這些解決方案的數字化及整體性可確保所有功能的順暢協調，將與多家服務提供商合作時可能產生的溝通障礙及系統整合挑戰降至最低。此方法可加強整個營運流程的自動化與協同效應，提高整體效率，並允許更靈活的迭代—最終加速品牌成長。
- **靈活的多渠道啟用：**透過對多種銷售渠道的全面支援，端對端數字零售解決方案提供商能夠很好地滿足日益增長的多渠道發展需求。彼等整合綜合電子商務、社交電子商務、內容驅動電子商務及O2O電子商務的數據及服務，解決數據孤島及分散營運等關鍵挑戰。此讓品牌能夠有效管理跨渠道營運，統一產品展示、銷售

行業概覽

及數據追蹤，並緩和內部渠道衝突。在強大數據整合能力的支援下，這些提供商可提供寶貴的跨渠道使用者洞察力，並協助為各個平台量身打造最佳策略，進而提升客戶體驗，同時維持一致的品牌形象。

- **深入的全方位品牌支援：**端對端數字零售解決方案提供商憑藉對市場的深入瞭解及服務專業知識，已能夠支援各種類別、規模及發展階段的品牌。彼等與客戶建立長期密切的夥伴關係，提供量身打造的解決方案，以滿足客戶不斷演變的需求。彼等全面的服務能力尤其能有效地協助新興及中等規模的品牌迅速擴大規模，實現有意義的業務突破，促進雙方共同成長，並帶來豐厚的回報。

中國數字零售解決方案市場的驅動因素

- **強化數字生態系統：**中國網民數量從2010年的457百萬人增加至2024年的11億人，而同期網上購物人數從160百萬人增至974百萬人，為數字零售市場注入強勁動力。淘寶網及京東等領先平台已建立起涵蓋產品、服務、技術及數據的綜合數字生態系統。隨著平台格局的多元化，越來越多的品牌開始採用多渠道策略。這些進步顯著提升消費者體驗，並鞏固數字零售市場的持續增長。
- **消費者行為的轉變：**隨著數字技術的廣泛應用，中國消費者越來越傾向於網上購物、移動付款及非接觸式配送，目前移動付款滲透率已超過86%。這種行為轉變直接推動數字零售的快速發展，消費者要求更高的便利性、個性化及參與度，促使品牌加速彼等數字轉型。
- **對營運效率的要求不斷提高：**隨著中國數字零售市場日趨成熟，競爭加劇，品牌於獲取及保留客戶方面面臨越多挑戰。更高的數字運營效率已成為脫穎而出的關鍵。品牌擁有人於數字零售解決方案上的投資正在增加，數字開支從2020年的人民幣26.3億元增加至2024年的約人民幣50億元，這將進一步推動對專業數字零售解決方案提供商的需求。
- **智能技術的持續進步：**新興數字智能技術，例如人工智能及機器人流程自動化(RPA)，正在改變數字零售的格局。這些工具可增強多語言互動、改善服務自動化，並使產品交付標準化，從而提高數字零售解決方案的精確度、安全性及可靠性。這種技術進步正不斷擴大業務發展的邊界。

行業概覽

- **跨境電子商務的持續增長：**中國的跨境電子商務正蓬勃發展，吸引尋求本地市場准入的全球品牌。這趨勢豐富消費者的選擇，亦為國際企業創造可觀的增長機會。為滿足本地化需求，海外品牌更加重視了解中國市場的動態及消費者偏好，從而推動對更多元化及定制數字零售解決方案的需求。
- **優化供應鏈及物流基礎設施：**數字技術的應用使企業能夠加強庫存控制、簡化物流流程、改善渠道協調，在降低成本的同時提高靈活性及彈性。智能倉儲、無人配送及即時物流等創新技術加強反應能力及服務品質，提升品牌競爭力及消費者滿意度。
- **政策支持：**政府的各項措施將數字經濟與傳統零售相結合，繼續為數字零售的發展提供有力支持。例如，商務部辦公廳及其他六個部門發佈的2024年《零售業創新提升工程實施方案》概述加快實體商業數字轉型的戰略性工作，旨在培育新生產力，全面提升零售業的效率及競爭力。各區刺激消費及擴大內需使零售市場更具活力，繼而加速市場擴張及數字化轉型。對數字零售解決方案提供商而言，這個趨勢將推動其客戶群及服務需求增長，最終擴大整個市場的基礎。此外，政策亦通過補貼及支持基礎設施鼓勵零售商採用智能技術，降低轉型成本，鼓勵數字零售解決方案提供商，從而直接推動數字零售解決方案行業發展。例如，北京市商務局發佈的《北京市商務局關於申報2025年促進電子商務高質量發展支持政策的通知》明確，對2025年帶動10家(含)以上企業累計實際成交額不低於2000萬元的電商服務企業，按照不超過實際成交額的0.5%給予獎勵。政策亦支援企業開發軟體服務系統，打通選品、備貨、行銷、售後等鏈路環節，實現線上線下、公域私域、運營流程一體化管理。

行業概覽

中國數字零售解決方案提供商的主要成功因素

- **全面類別涵蓋：**由於各零售類別的發展階段不同，且對數字需求亦各異，因此排名較前的數字零售解決方案提供商一般都具備服務多個領域的能力與經驗。這種多樣化的服務組合有助於降低依賴單一類別固有的週期性風險，並為建立及優化多渠道能力奠定穩固基礎，讓品牌能夠在不斷變化的市場狀況中維持穩定的成長與競爭力。
- **端對端整合解決方案生態系統：**成功的數字零售解決方案提供商通常會建立一個完整的生態系統，涵蓋整個零售價值鏈，從品牌定位、產品開發到零售營運、渠道管理、營銷、履單及數據服務。這些端對端解決方案可簡化企業整合工作、加強服務一致性，並改善營運效率及消費者體驗，進而加速數字轉型。
- **強大合作網絡及多平台整合能力：**頂尖提供商能有效整合物流、技術、電商平台及營銷渠道等各方面的資源，以建立完善的服務網路。彼等有能力整合各平台，並深入瞭解各平台的特定機制，從而發揮高度營運協同作用。這促進零售品牌能夠迅速有效地擴展平台及渠道，提升整體市場競爭力。
- **技術能力及創新驅動成長：**數字零售解決方案提供商利用大數據、AI、雲端運算及IoT技術，得以提供智能及數據驅動的營運服務。為了在不斷變化的市場中保持靈活性，此等提供商越見依賴透過提供服務所累積的全生態系統數據資產。彼等亦與雲端服務提供商密切合作，建立人工智能驅動的數據平台。這些平台可推動品牌實現，並支援以創新為導向的營運成長。
- **深入的市場洞察力及本地化專業知識：**對零售趨勢、消費者行為及區域市場動態的深入了解對於定制有效的數字零售解決方案至關重要。在中國，本地化(包括法規理解、區域消費者偏好等)能力尤為關鍵，有利於實現精準的市場滲透及運營優化。隨著越來越多的中國零售品牌向全球擴張，加強海外市場本地化將是保持競爭優勢的關鍵。
- **高效的客戶支持能力：**優質的售後服務及持續的支持仍是影響品牌擁有人決策的核心因素。解決方案提供商應提供專業的技術支持、定制化諮詢及運營指導，幫助品牌擁有人快速部署及持續優化。此外，實時響應及有效的問題解決方案對提高客戶滿意度及黏性，以及鞏固長期品牌關係極為重要。

行業概覽

端到端數字零售解決方案提供商的全球機遇

未來，中國的端到端數字零售解決方案提供商已準備就緒，利用前所未有的全球擴張機遇。一方面，阿里巴巴、拼多多等國內領先電商平台正在加快國際化步伐，出口先進的技術基礎設施及成熟的商業模式，為跨境合作奠定了堅實的生態系統基礎。另一方面，中國零售品牌正從簡單的產品出口轉向建立全球品牌資產及提供長期價值。這種轉變要求在國際範疇上有更專門及可持續的數字營運服務，提升品牌可見度及市場滲透。中國的端到端解決方案提供商在高度複雜的國內數字零售環境中成長，擁有強大的製造能力及成功的跨境電商經驗，對國際市場動態有著敏銳的洞察力。因此，他們不僅能夠從平台及渠道的全球擴張中受益，亦能滿足對更新換代的品牌全球化服務日益增長的需求。他們將共同開啟全球增長及長期機遇的新篇章。

中國數字零售解決方案市場的競爭格局

中國的數字零售解決方案市場廣闊且高度分散，隨著行業的不斷擴張，數以萬計的數字零售解決方案提供商的競爭格局日益激烈。根據灼識諮詢的資料，按GMV計，2024年市場規模達到人民幣1.9萬億元，前五大市場參與者合共佔總市場份額約10%。按2024年的GMV計，本公司為中國第五大數字零售解決方案提供商及最大的O2O數字零售解決方案提供商。在競爭激烈的多元化市場格局下，本公司是少數能夠跨品類及跨渠道提供綜合服務的市場參與者之一。憑藉端到端能力及廣泛的服務兼容性，本公司已成為中國端到端數字零售解決方案的排名較前提供商。

中國數字零售解決方案提供商排名(2024年)

排名	公司	2024年 GMV (人民幣 十億元)	2024年 市場份額 (%)
1	公司A ⁽¹⁾	~90	~5%
2	公司B ⁽²⁾	~40	~2%
3	公司C ⁽³⁾	~35	~2%
4	公司D ⁽⁴⁾	~19	~1%
5	本公司	~13	~1%

行業概覽

附註：

- (1) 公司A：2007年成立，總部位於上海，2020年在香港聯交所上市，作為一家電商代理機構，從事為國際品牌提供端到端數字解決方案，包括店舖管理、數字營銷和IT系統。
- (2) 公司B：2009年成立，總部位於杭州，從事為中高端國際品牌提供多渠道營運、整合營銷、消費者灼見、數據營運、供應鏈管理等電商服務。
- (3) 公司C：2010年成立，總部位於杭州，主要從事為新興美妝品牌提供電商賦能及品牌孵化加速服務。
- (4) 公司D：2012年成立，總部位於杭州，2019年在深圳證券交易所上市，作為電商全服務提供商及新消費品牌加速商，為多元零售品牌提供專業的電商零售服務。

資料來源

灼識諮詢獲委託就中國數字零售解決方案行業及其他相關經濟數據進行研究，並提供分析及編製報告。該委託報告由灼識諮詢編製，不受本公司及其他利益方影響。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣500,000元。

於編製本報告過程中，灼識諮詢通過各種資源進行一手及二手研究，以獲得對目標行業市場趨勢的深入認識、統計數據和行業洞察力。一手研究包括訪問主要行業專家和領先的市場參與者，而二手研究則來自公開資料來源，如中國政府發佈的出版物、相關行業參與者發佈的年報、行業協會刊發的資料，以及灼識諮詢的專有資料庫。

本報告的研究發現和預測乃基於以下主要假設：(i) 未來十年全球整體社會、經濟和政治環境預計將保持穩定；(ii) 在整個預測期間，主要的行業驅動因素將繼續支持中國數字零售解決方案市場的增長；及(iii) 不會發生可能嚴重破壞或從根本改變當前市場動態的不可抗力事件或監管轉變。

董事確認，據彼等作出一切合理查詢後所知，自灼識諮詢報告日期起，市場資料概無發生任何會限制、相衝突或以其他方式影響本節所載資料的重大不利變動。