



www.leadleo.com

2020年 中国电商代运营行业概览

2020 China E-commerce Business Partner
Industry Study

2020年中国電商代運營業界概要

概览标签： 电商代运营、电子商务、跨境电商、社交
电商

报告主要作者： 闵思杰
2020/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化服务**

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



概览摘要

电商代运营服务商指为品牌电商提供线上店铺全部或部分电子商务外包运营服务的第三方服务群体，包括咨询服务、店铺建立及运营、商品管理、消费者管理、营销推广、客户服务、仓储物流、IT服务等。中国电商代运营行业紧随电子商务行业发展，已历经无序化发展阶段、品牌化成长阶段，现处于精细化运营阶段。电商代运营产业链上游主体为电商品牌商，中游主要包括代运营商，下游为电商平台及电商消费者。2019年，中国电商代运营交易规模达**11,355.1亿元**。

◆ 电商代运营行业与电子商务行业发展同步，现处于精细化运营阶段

电子商务早期以C2C平台为主，同期电商代运营行业出现，服务分散的淘宝卖家。随着B2C平台的迅速扩大和电商的高速发展，电商代运营行业也进入加速成长期，期间出现了较大的品牌服务商，主要服务于B2C业务。现阶段，电商呈现多元发展局面，社交电商、短视频电商崛起，线上直播、私域流量运营等多元化线上运营方式兴起，推动电商代运营行业迈向精细化运营阶段。

◆ 代运营、经销、分销为电商代运营的主要服务模式

中国电商代运营商主要业务模式为代运营、经销和分销。代运营模式下，代运营商仅提供运营服务；经销和分销模式下，代运营商买断货品直接销售。代运营模式更适合在中国有完整电商团队的品牌，经销模式更适合新进入中国市场的海外品牌，分销模式更适合对线上渠道管控能力较弱的品牌。

◆ 消费者线上消费习惯普及和品牌方运营需求增加促进电商代运营规模持续扩大

中国网络购物用户规模扩大，网上零售额不断增长，消费者线上消费习惯逐渐普及，促进电商及电商代运营行业快速发展。跨境电商的蓬勃发展催生更多国际品牌的电商代运营需求。线上规则复杂、线上线下市场差异较大、运营精力有限、自营性价比低等因素促使品牌购买代运营服务意愿强。

企业推荐：

宝尊电商、丽人丽妆、壹网壹创

目录

◆ 名词解释	-----	09
◆ 中国电商代运营行业综述	-----	10
• 定义及服务内容	-----	11
• 发展历程	-----	12
• 运营重点	-----	13
◆ 中国电商代运营行业产业链分析	-----	14
• 上游分析	-----	14
• 中游分析	-----	15
• 下游分析	-----	18
◆ 中国电商代运营行业市场规模分析	-----	19
◆ 中国电商代运营行业政策分析	-----	20
◆ 中国电商代运营行业驱动因素分析	-----	21
◆ 中国电商代运营行业发展趋势分析	-----	23
◆ 中国电商代运营行业投资风险分析	-----	24
◆ 中国电商代运营行业竞争格局分析	-----	25
◆ 中国电商代运营行业公司推荐	-----	26
• 宝尊电商	-----	26

目录

• 丽人丽妆	-----	28
• 壹网壹创	-----	30
◆ 方法论	-----	32
◆ 法律声明	-----	33

Contents

◆ Terms	-----	09
◆ China E-commerce Business Partner Industry Overview	-----	10
• Definition and Services	-----	11
• History	-----	12
• Operation focus	-----	13
◆ China E-commerce Business Partner Industry Chain Analysis	-----	14
• Upstream analysis	-----	14
• Mid-stream analysis	-----	15
• Downstream analysis	-----	18
◆ China E-commerce Business Partner Industry Market Size	-----	19
◆ China E-commerce Business Partner Industry Related Policy	-----	20
◆ China E-commerce Business Partner Industry Driver	-----	21
◆ China E-commerce Business Partner Industry Trend	-----	23
◆ China E-commerce Business Partner Industry Investment Risk	-----	24
◆ China E-commerce Business Partner Industry Competitive Landscape	-----	25

Contents

◆ China E-commerce Business Partner Industry Valuable Enterprise Recommendation	-----	26
• Baozun	-----	26
• Lily& Beauty	-----	28
• Chancemate	-----	30
◆ Methodology	-----	32
◆ Legal Statement	-----	33

名词解释

- ◆ **ROI:** Return on Investment, 投资回报率。通过投资而应返回的价值, 即企业从一项投资活动中得到的经济回报。
- ◆ **CRM管理:** Customer Relationship Management, 客户关系管理。企业为提高核心竞争力利用相应的信息技术以及互联网技术协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互, 从而提升其管理方式, 向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。
- ◆ **C2C:** Customer to Customer, 个人出售商品给个人的电子商务交易模式。
- ◆ **B2C:** Business to Consumer, 商家面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。
- ◆ **私域流量:** 从公域 (internet)、它域(平台、媒体渠道、合作伙伴等)引流到自己私域 (官网、客户名单) 的流量, 以及私域本身产生的流量。
- ◆ **B2B:** Business to Business, 企业与企业之间进行数据信息的交换、传递, 开展交易活动的商业模式。
- ◆ **SKU:** Stock keeping Unit, 库存进出计量的单位, 可以是以件、盒、托盘等单位。
- ◆ **KPI:** Key Performance Indicator, 关键绩效指标。通过对组织内部流程的输入端、输出端的关键参数进行设置、取样、计算、分析, 衡量流程绩效的一种目标式量化管理指标。
- ◆ **O2O:** Online To Offline, 线上到线下。将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的平台。

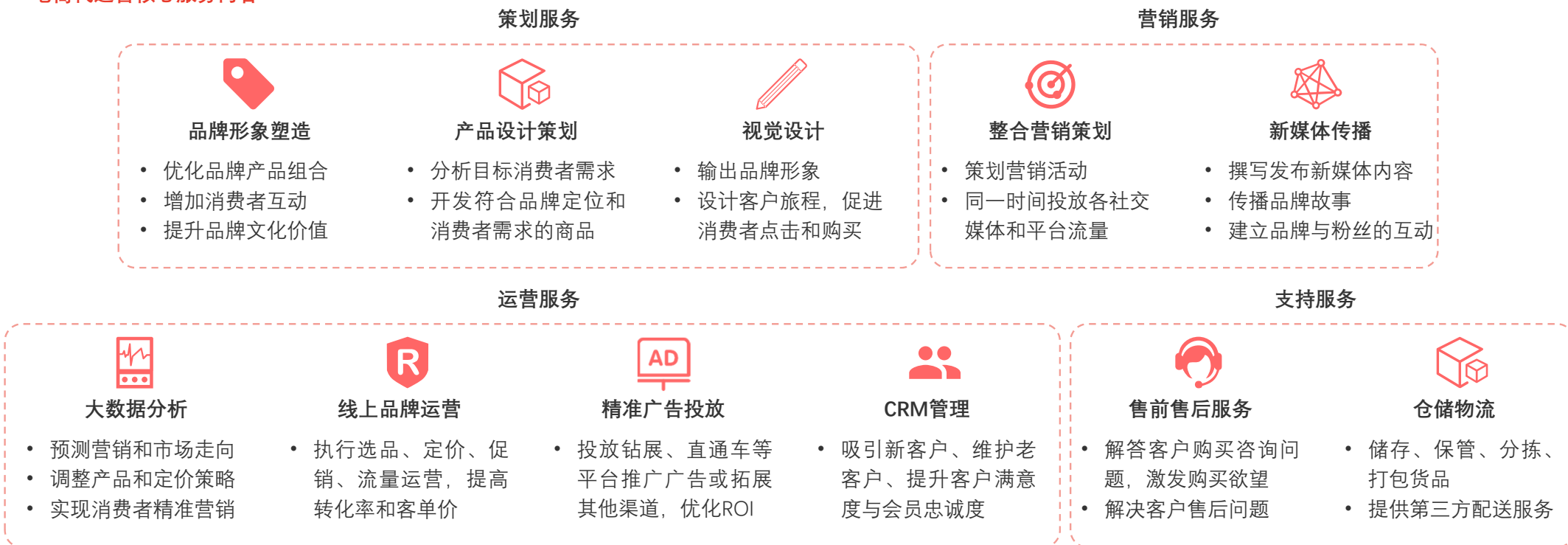
中国电商代运营行业 —— 定义及服务内容

电商代运营服务商核心服务包括策划、营销、运营、支持四大板块，凭借专业优势为品牌商家提升销售和营销效果

➤ 电商代运营定义

电商代运营服务商指为品牌电商提供线上店铺全部或部分电子商务外包运营服务的第三方服务群体，包括咨询服务、店铺建立及运营、商品管理、消费者管理、营销推广、客户服务、仓储物流、IT服务等。

➤ 电商代运营核心服务内容



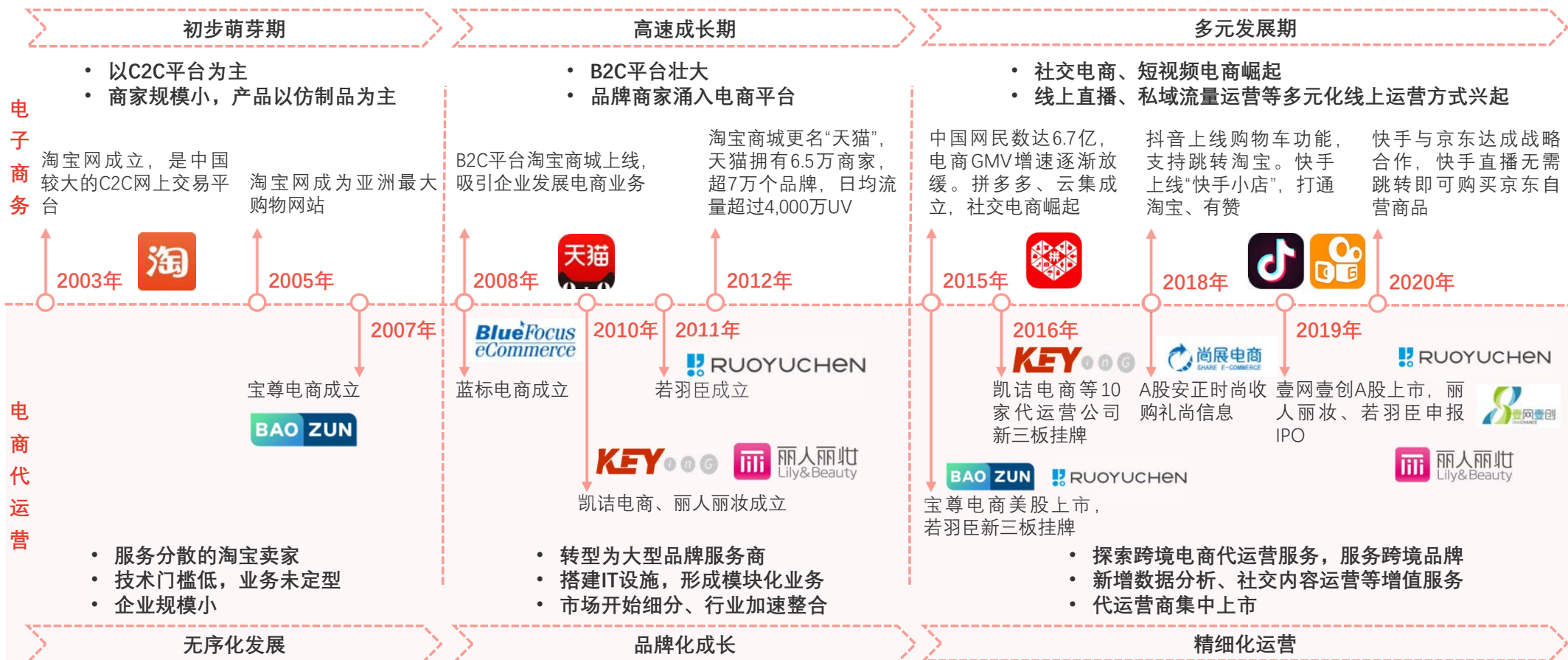
来源：壹网壹创招股说明书，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国电商代运营行业 —— 发展历程

中国电商代运营行业紧随电子商务行业发展，已历经无序化发展阶段、品牌化成长阶段，现处于精细化运营阶段

中国电商代运营行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



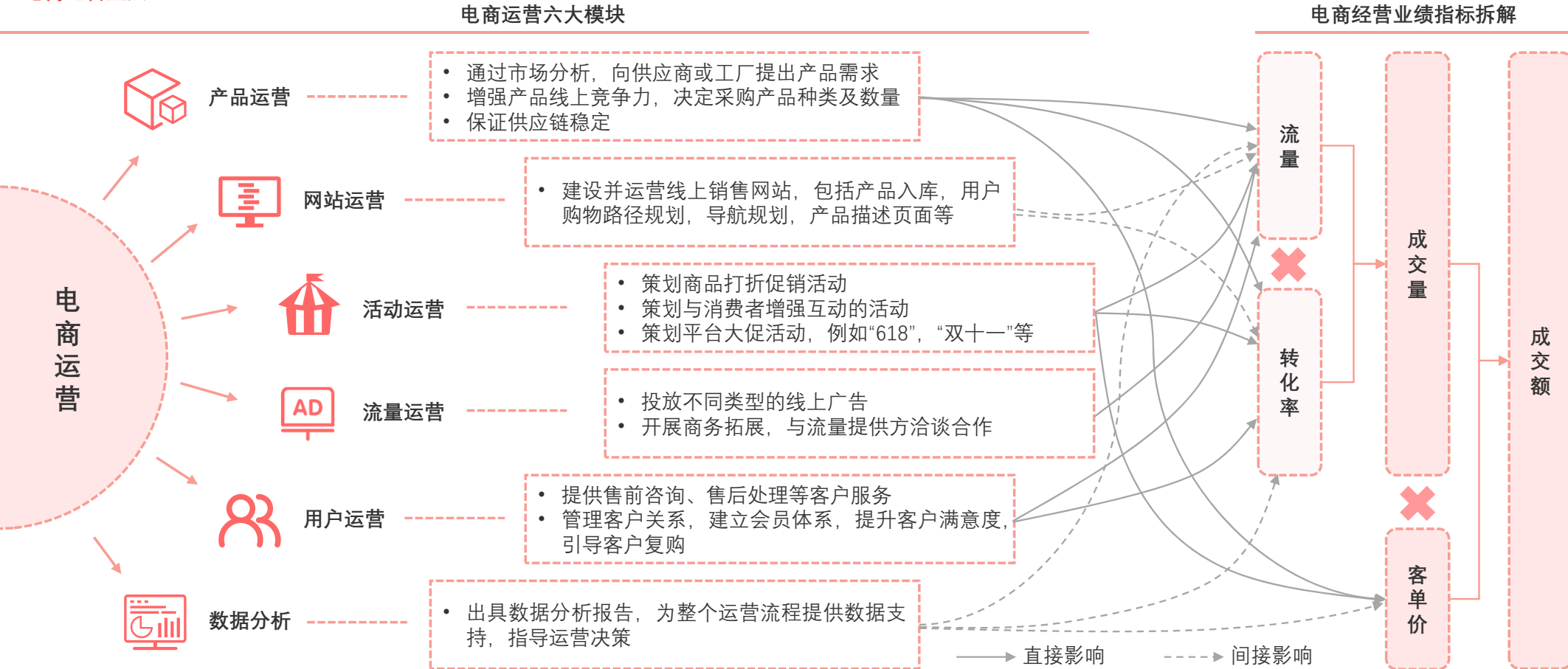
400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业 —— 运营重点

电商运营可分为六大模块，均直接或间接影响流量、转化率、客单价三大电商经营业绩指标，是电商代运营业务的重点发力方向

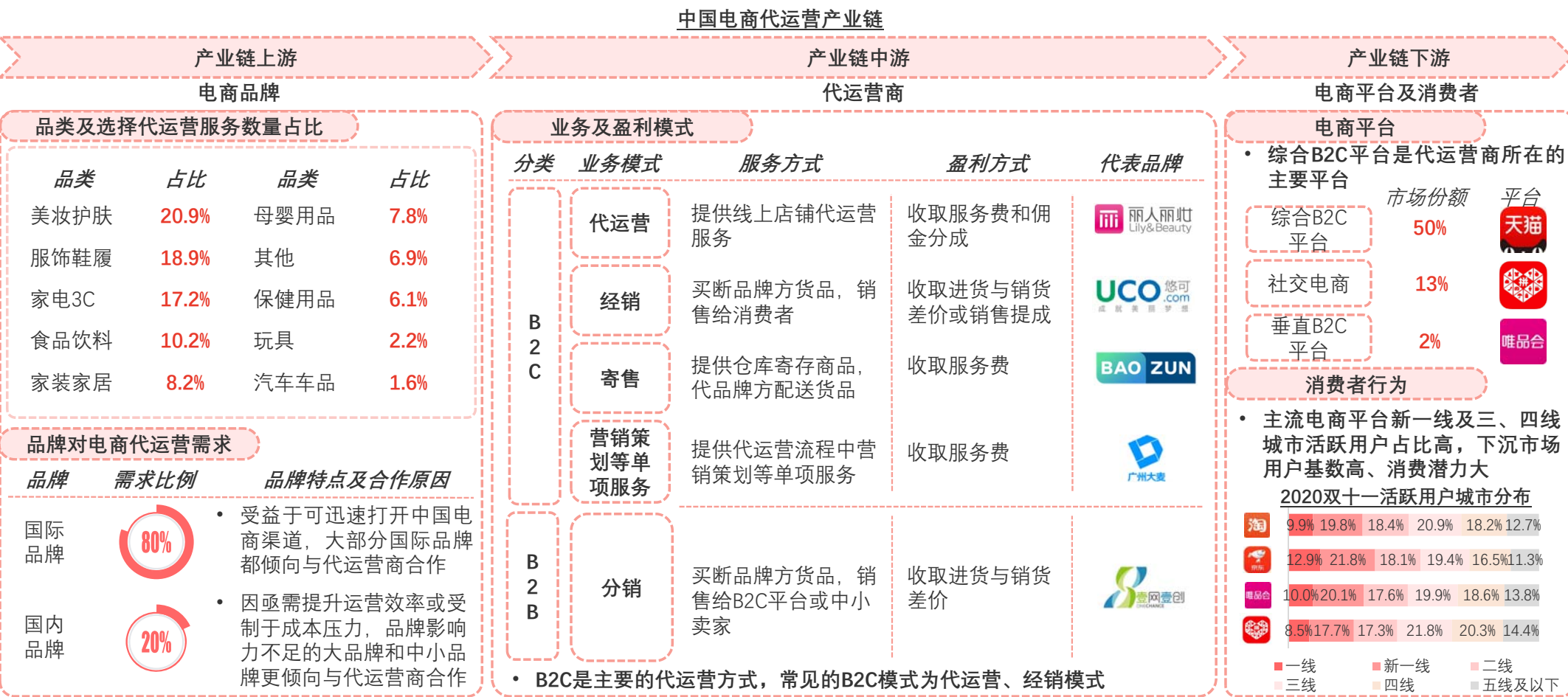
电商运营重点



来源：头豹研究院编辑整理
©2020 LeadLeo

中国电商代运营行业 —— 产业链

电商代运营产业链上游主体为电商品牌商家；中游主要包括代运营商；下游为电商平台及电商消费者



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

| 前瞻 2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利



扫码报名

咨询微信: innovationmapSM
电话: 157-1284-6605



王煜全

海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan, 中国区首席顾问

中国电商代运营行业——产业链上游

电商代运营上游企业主要为使用电商代运营服务的商家，美妆护肤、服饰鞋履类品牌对电商代运营需求最高

使用电商代运营服务的品牌分类及各品类下品牌数量占比

品类	电商代运营服务品牌示例	2019年品类品牌数量占比	品类	电商代运营服务品牌示例	2019年品类品牌数量占比
美妆护肤	ESTÉE LAUDER 佰草集 HERBORIST Sulwhasoo	20.9%	母婴用品	Pampers 帮宝适 BIONTIME 合生元 Combi	7.8%
服饰鞋履	ZARA BOSS HUGO BOSS Clarks	18.9%	其他	有道 youdao 浦发银行 SPD BANK CITIZEN	6.9%
家电3C	Midea 美的 Panasonic PHILIPS	17.2%	保健用品	Swisse Centrum 善存 red seal	6.1%
食品饮料	BURGER KING Häagen-Dazs pepsi	10.2%	玩具	LEGO AULDEY Hasbro	2.2%
家装家居	staub 多乐士 legrand	8.2%	汽车车品	Mercedes LAND-ROVER BMW	1.6%

头豹洞见及分析

- 美妆护肤、服饰鞋履类对电商代运营需求最高：（1）美妆、服饰电商品牌基数大；（2）美妆复购率较高，营销期间线上流量较大，且产品组合多样致使运营技巧复杂，更需要专业的运营服务团队；（3）服饰品类SKU数量多、产品迭代速度快，运营难度较大
- 汽车车品对电商代运营需求最小：（1）汽车对电商渠道依赖性低，电商品牌基数小；（2）汽车电商主要售卖品牌周边产品，产品更新频率较低，SKU较少，运营难度低

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



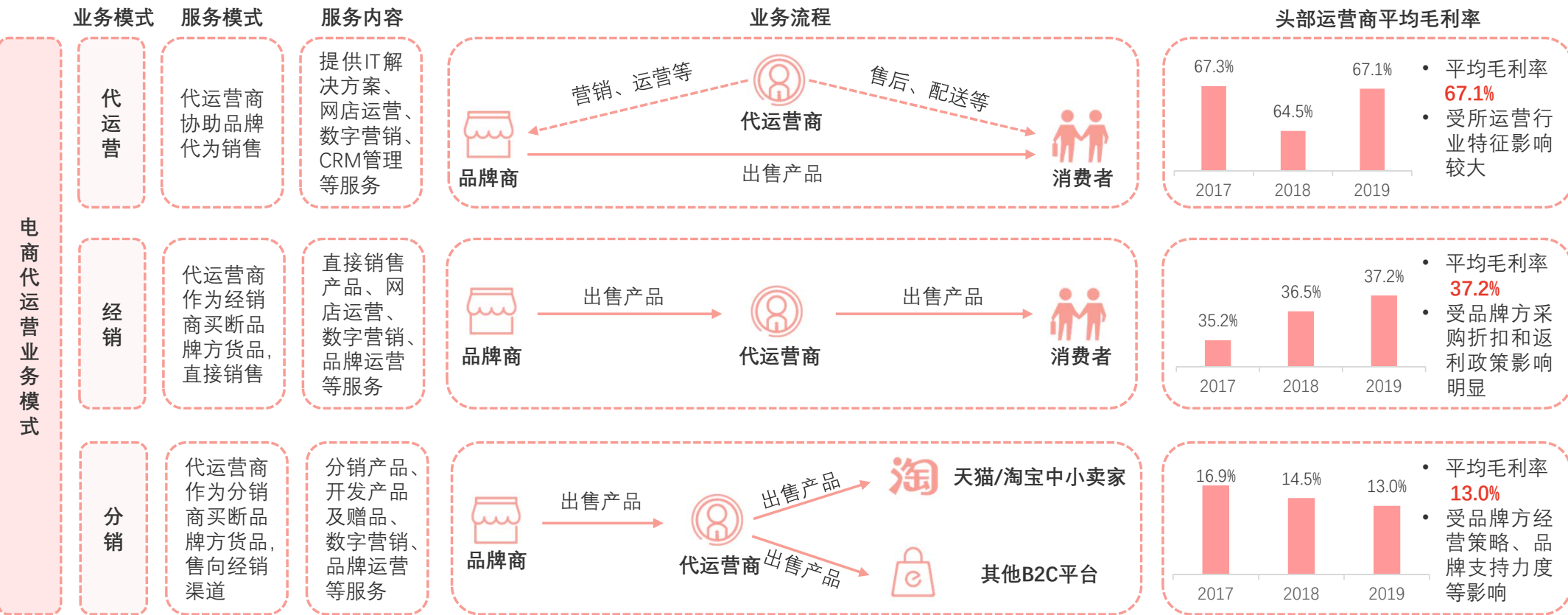
400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业 —— 产业链中游（1/3）

中国电商代运营主要业务模式为代运营、经销和分销。代运营模式下，代运营仅仅提供运营服务；经销和分销模式下，代运营买断货品直接销售

代运营主要业务模式对比(1/2)



*实线表示产品流通，虚线表示服务提供；毛利率取壹网壹创、若羽臣、丽人丽妆毛利率算术平均数，丽人丽妆分销毛利率使用年报中其他业务毛利率

来源：各公司招股说明书，头豹研究院编辑整理

中国电商代运营行业 —— 产业链中游（2/3）

代运营模式更适合在中国有完整电商团队的品牌，经销模式更适合新进入中国市场的海外品牌，分销模式更适合对线上渠道管控能力较弱的品牌

代运营商主要业务模式对比(2/2)							2019年主要代运营商收入构成		
业务模式	适用品牌	对品牌商优势	对品牌商劣势	收费/盈利方式	费用/收入影响因素				
电商代运营业务模式	代运营	- 在中国有完整电商团队的品牌 - 具备搭建电商业务经验或能力的品牌	- 品牌管理和渠道管理更优 - 店铺运营和数据管理能力更强 - 消费者体验更佳	操作灵活性较差	基础服务费+佣金分成	运营团队人员数量、经验，合作双方信任度、合作时间，代运营商等级、当地劳动成本等	 5%	 12%	 24%
	经销	- 新进入中国市场的海外品牌 - 销售驱动型品牌	- 操作执行灵活性更高，尤其在大型促销活动期间 - 库存风险较小	- 可能无法获取详细销售数据 - 价格管控力较弱	销售差价/销售提成	品牌商所在行业、商品销售难易度、成本投入、商品利润空间等	 92%	 37%	 56%
	分销	对电商平台、中小卖家等线上渠道管理能力较弱的品牌	- 快速铺开大规模线上渠道 - 经销商管理集中化 - 交易规模化	线上渠道管控能力较弱	销售差价	代运营商运营能力、业务规模	 3%	 44%	 20%

来源：天猫服务商官网，各公司招股说明书，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国电商代运营行业 —— 产业链中游（3/3）

按服务品类分类，电商代运营业务可分为垂直品类模式和综合品类模式。按服务环节分类，电商代运营业务可分为全链条服务模式和专业服务模式

电商代运营业务模式按服务品类分类

电商代运营业务模式按服务环节分类



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业 —— 产业链下游

中国电商代运营商主要提供天猫和京东运营服务。消费者方面，下沉市场用户消费潜力大，更倾向在电商平台购买家用电器、手机数码、服装、个护美妆

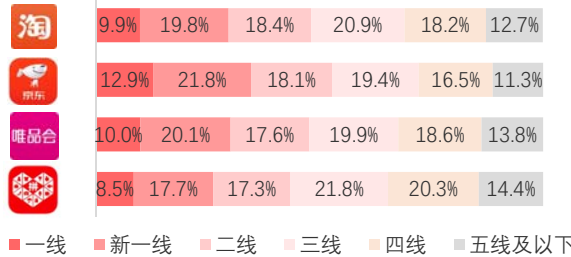
电商代运营主要服务的B2C平台

	综合B2C平台		社交电商	垂直B2C平台
电商平台				
B2C 市场份额 (2019)				
用户特征	讲究生活品质，购买商品附加值较高		高频购买数码产品，主要位于一、二线城市	价格高敏感用户，主要位于三、四线城市
平台定位	品牌商家开设旗舰店的平台		平台作为采购商的自营平台	品牌商家去未尾货渠道
平台特点	平台营销活动多、节奏快		重视产品与服务质量	平台为商家引流、流量成本低
运营重点	- 建设品牌形象 - 精准投放广告 - 紧跟平台活动		- 提升服务质量 - 优化产品组合	- 打造低价爆品 - 增强产品复购 - 提升产品流量

线上购物消费者画像

- 2020双十一期间，主流电商平台新一线及三、四线城市活跃用户占比高，下沉市场用户基数高、消费潜力大

2020双十一活跃用户城市分布



- 家用电器、手机数码、服装、个护美妆销售量较大

2020双十一全网销售品类排行榜



来源：电子商务研究中心，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国电商代运营行业 —— 市场规模

庞大的网络购物人数为电商代运营市场发展奠定了基础，在消费升级的背景下，电子商务交易规模不断增长，随着电商运营门槛提升，电商代运营需求将快速增长

中国电商代运营市场规模分析

- 随着网购用户人数的持续增长以及中国人均可支配收入的提高，中国电子商务交易规模持续扩大。2019年，中国电子商务交易规模已达**34.8万亿元**，同比增速达6.7%。2020年疫情促使更多消费者线上消费比例增加，电商交易规模的不断增长推动代运营服务需求增加。2019年，中国电商代运营交易规模达**11,355.1亿元**，在电商运营门槛不断提升的趋势下，更多的品牌商家愿意通过外包电商运营业务快速建立线上渠道，中国电商代运营市场仍将持续增长。

头豹洞见及分析

预计2019-2024年中国电商代运营行业市场规模将持续保持增长态势，增长动力主要来自于以下两个方面：

1

受益于中国消费者线上购物习惯逐步形成，中国网络购物市场将继续扩大

2

电商运营方式复杂化、营销渠道多元化提升电商运营门槛，推动代运营服务需求



受以上因素的影响，中国电商代运营行业市场规模将有望于2024年增长至**16,468.0亿元**



免费扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=601e7c4820410e0840956b58>



中国电商代运营行业 —— 政策分析

电子商务是中国贸易流通的重要渠道，受到中国政府各部门重视。各类利好政策频发，促进电商及电商代运营行业健康化、规范化发展

电子商务是中国贸易流通的重要渠道，商务部、发改委、国务院等政府部门先后提出推进电子商务基础设施建设、大力发展跨境电子商务、培育时尚消费等商业新模式，政策的强力支持将推动电商代运营行业需求上涨。中国全国人大常委会于2019年颁布《中华人民共和国电子商务法》，促进电商及电商代运营行业健康化、规范化发展。

中国电商及电商代运营行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于加快发展流通促进商业消费的意见》	2019-08	国务院	引导电商平台以数据赋能生产企业，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等商业新模式。扩大跨境电商零售进口试点城市范围，抓紧调整扩大跨境电商零售进口商品清单
《中华人民共和国电子商务法》	2019-01	中国全国人大常委会	旨在保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展
《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》	2017-04	国务院	围绕“一带一路”国家战略，推进网上丝绸之路国际合作，促进移动互联网基础设施互联互通，大力发展跨境移动电子商务。支持移动互联网企业走向海外，鼓励通过多种方式开拓国际市场，加大移动互联网应用、产品、服务海外推广力度，完善跨境产业链体系
《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	2017-01	商务部	提出发挥市场主导作用，进一步完善基础设施和服务体系，鼓励示范基地构建多元化、多渠道的投融资机制，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合，推动传统产业转型升级
《电子商务“十三五”发展规划》	2016-12	商务部、中央网信办、国家发展和改革委员会	确定电子商务“十三五”发展目标：电子商务全面融入国民经济各领域，推动形成全球协作的国际电子商务大市场，预计2020年电子商务交易额超过40万亿元，网络零售额达到10万亿元左右，电子商务相关从业者超过5,000万人

来源：头豹研究院编辑整理
©2020 LeadLeo

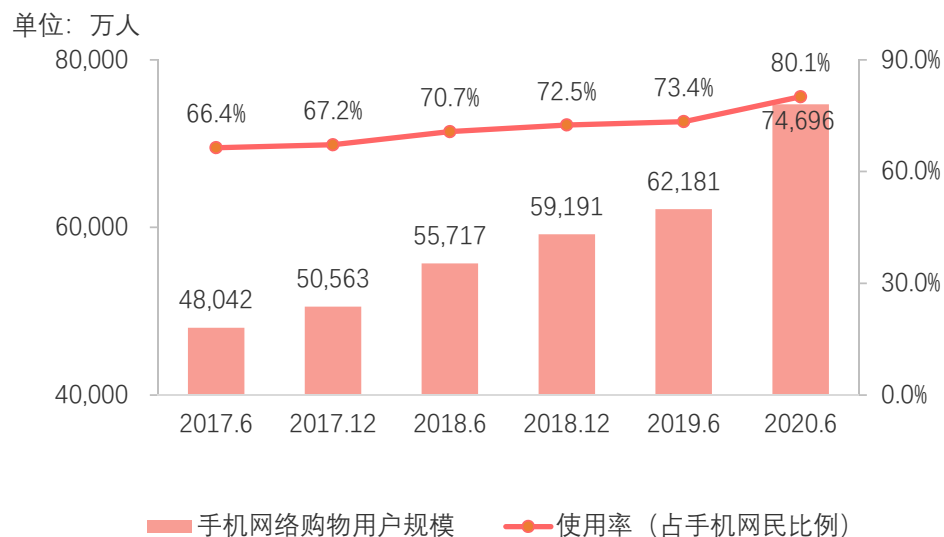
中国电商代运营行业 —— 驱动因素 (1/2)

中国网络购物用户规模扩大，网上零售额不断增长，消费者线上消费习惯逐渐普及，促进电商及电商代运营行业快速发展



移动购物方式普及

中国手机网络购物用户规模及使用率，2017-2020年

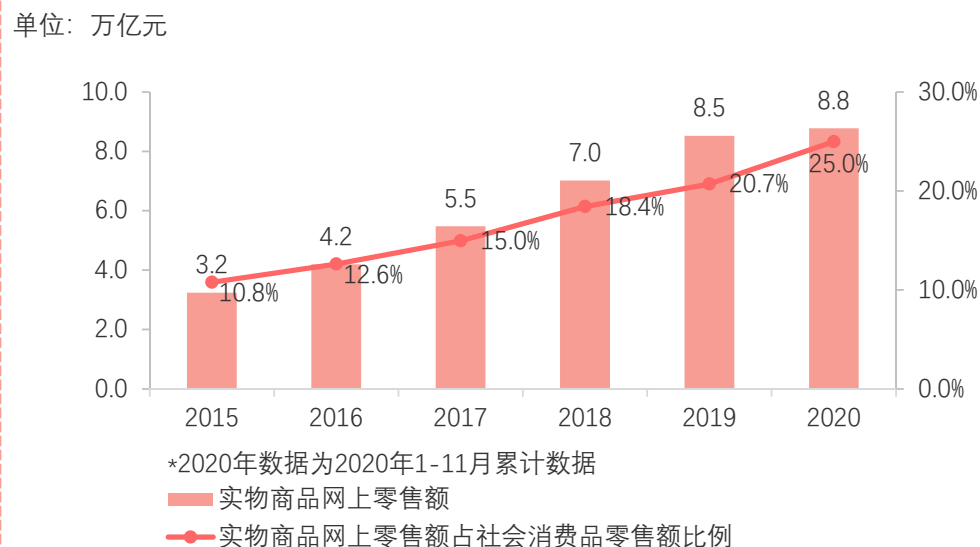


2020年6月中国手机网络购物用户规模达到74,696万人，使用率同比增长6.6个百分点，手机网络购物普及率持续提升。移动购物已成为中国居民重要的消费习惯，消费者对线上购物的诉求增加，且移动购物与线下购物运营方式相差较大，运营方式多样，驱动线上商家提升电商运营能力。



线上消费高速增长

中国实物商品网上零售额及占比，2015-2020年



2020年1-11月，中国实物商品网上零售额为8.8万亿元，占社会消费品零售总额的25%。在新冠疫情影响下，2020年上半年中国社零总额增速为负，而线上实物商品消费保持了两位数以上的高增长，线上消费成为引领消费增长的主要动力。

来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业 —— 驱动因素 (2/2)

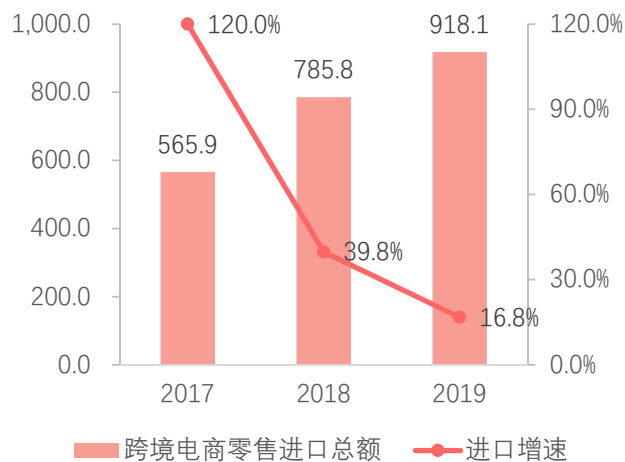
跨境电商的蓬勃发展催生更多国际品牌的电商代运营需求。线上规则复杂、线上线下市场差异较大、运营精力有限、自营性价比低等因素促使品牌购买代运营服务意愿强



跨境电商蓬勃发展

中国跨境电商零售进口总额及增速，
2017-2019年

单位：亿元



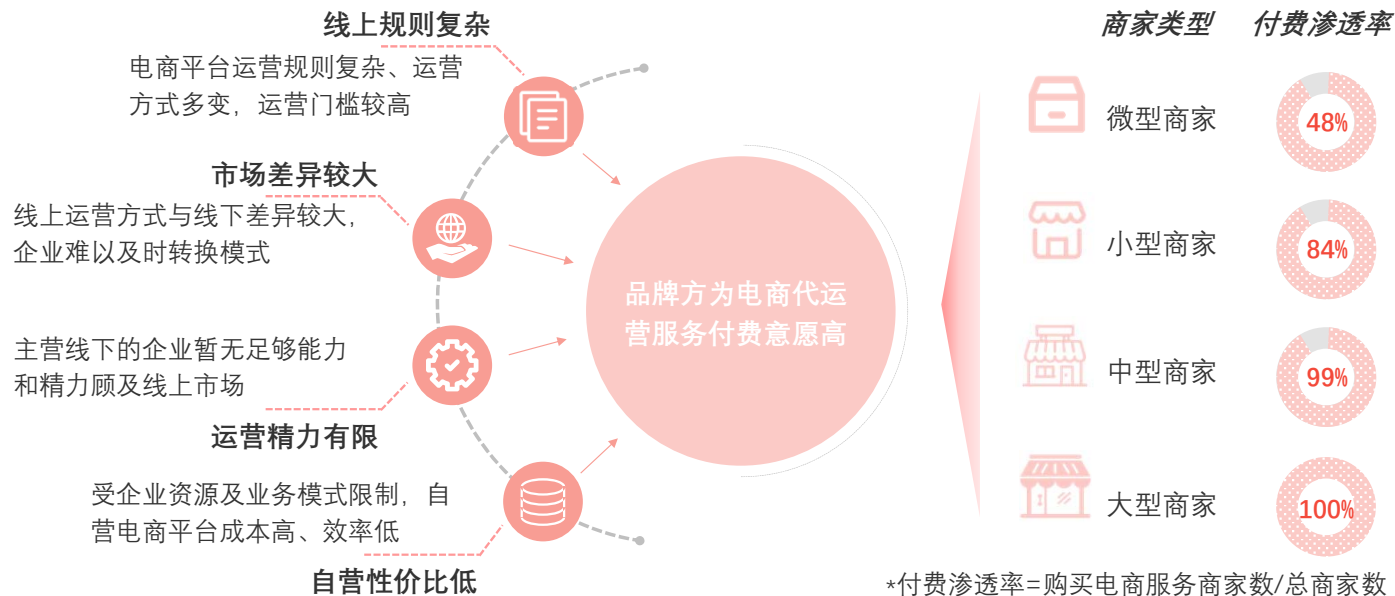
中国跨境电商零售进口总额由2017年的565.9亿元增长至2019年的918.1亿元，中国市场对国际品牌吸引力提升。国际品牌更依赖外包服务商，跨境电商的蓬勃发展驱动电商代运营市场增长。

来源：海关总署，阿里研究院，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



品牌付费意愿较强



线上规则复杂、线上线下市场差异较大、运营精力有限、自营性价比低是品牌商家自主切入电商模式的四大难点。电商模式颠覆了传统企业的运营模式，但线上零售市场的迅速增长正促使企业加快开展电商业务的步伐，在企业电商运营能力和精力有限的条件下，电商代运营服务为企业提供了快速抢占线上市场的捷径，商家购买电商服务意愿较强，大型商家付费渗透率达到100%，小型商家付费渗透率也已超过40%。



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

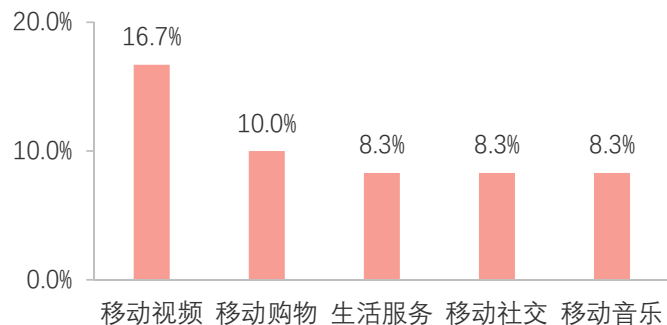
中国电商代运营行业 —— 发展趋势

在移动视频、社交平台等新兴渠道影响力日益扩大的趋势下，品牌商家布局多元化渠道诉求强烈，驱动电商代运营商向提升多元渠道运营能力发展



新兴渠道影响力扩大

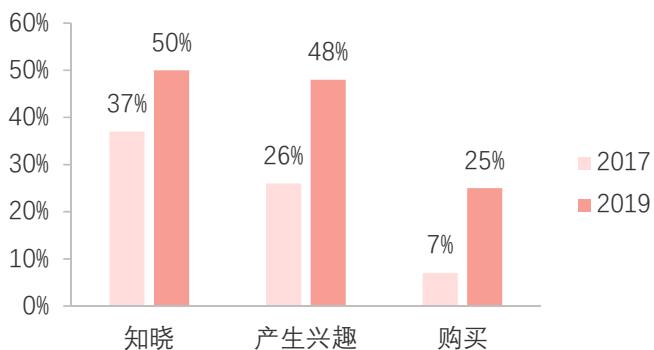
MAU亿级以上应用全景流量占比，2020年10月



*全景流量：移动互联网主流流量渠道，目前包括APP、微信小程序、支付宝小程序、百度小程序

- 移动视频发展迅速，逐渐占据更多的用户使用时长，流量呈分散化趋势，电商品牌方需多方位触达消费者。

使用社交平台知晓/产生兴趣/购买的网购消费者占比

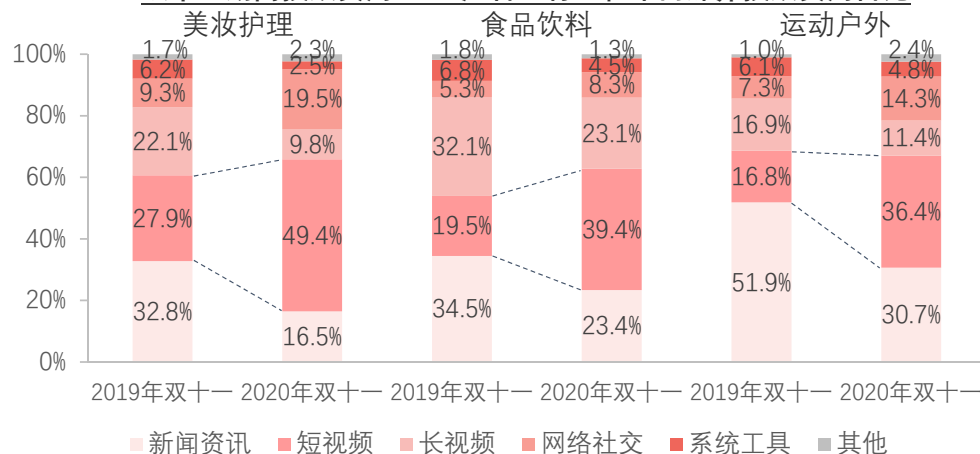


- 社交平台已成为消费者获取网购信息的重要渠道，电商品牌方需要扩大社交平台布局，把握社交平台的巨大流量。



多渠道布局诉求强烈

双十一期间投放费用TOP3广告主行业在不同媒介投放费用占比



- 2020年双十一期间，美妆护理、食品饮料、运动户外品牌为广告投放费用排名前三行业，相比2019年双十一期间，三类行业均大幅提升短视频广告投放比例，体现品牌商家重视多元渠道布局、积极顺应消费者分布分散化趋势，驱动电商代运营服务方提升多元渠道运营能力，并推动代运营商加强IT技术，实现多渠道的订单整合，提升整合营销和多渠道统筹规划能力。

来源：QuestMobile，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业 —— 投资风险分析

中国电商代运营行业存在行业竞争加剧风险、品牌方切入电商风险、业绩季节性波动风险、行业政策风险等

中国电商代运营行业投资风险分析

- 中国电商代运营行业存在行业竞争加剧风险、品牌方切入电商风险、业绩季节性波动风险、行业政策风险等，其中行业竞争加剧风险、品牌方切入电商风险严重性较高，电商代运营企业可通过拓展全链路、多层次、精准化的品牌影响网络，获取更多知名品牌授权，降低对单一品牌依赖度等方式，降低风险发生几率。

中国电商代运营行业投资风险

风险类别	风险来源	风险描述	风险严重性	风险应对方法
行业竞争加剧风险	- 电商代运营行业发展迅速致使入局者增加 - 行业内尚未形成相应定价标准	业内公司为争取客户资源或开启价格战，降低收费标准，影响盈利能力	将对企业经营业绩造成较大影响	拓展全链路、多层次、精准化的品牌影响网络，提升议价能力
品牌方切入电商风险	品牌商家或将自主掌握电商服务技术或手段的倾向	若企业未能持续拓展服务板块、提升服务水平，品牌方或将采取自运营方式，导致企业业务缩减	将对企业经营业绩造成较大影响	- 加强授权品牌的营销和推广力度，提升服务质量 - 争取获取更多知名品牌授权，降低对单一品牌依赖度
业绩季节性波动风险	集中于下半年的电商平台促销活动营业收入占电商品牌全年营业收入比重大	若企业未有效把握促销带来的销售机会，将面临销售不达预期、存货不能及时消化的风险		- 建立完善的活动策划流程及应对商品滞销的解决方案 - 搭建数据中心，提升消费者精准定位能力
行业政策风险	- 政府正不断完善电商行业监管法律法规体系 - 代运营公司需遵守服务接受方所在行业的监管法规	电商行业及服务接受方所在行业政策发生变动时，企业若未及时调整，易影响企业正常经营		- 关注行业政策最新动向 - 扩大服务覆盖品类，减少对单一行业的依赖性
其他风险	涵盖宏观经济波动等风险	若经济增速放缓、居民购买力下降，将影响消费者消费信心，进而导致运营商品市场需求波动		持续拓展多元化盈利模式

中国电商代运营行业 —— 竞争格局

中国电商代运营服务已出现头部品牌，主要为全链条服务类代运营商。头部代运营公司均重点布局天猫和京东运营，拓展多样的服务产品品类

中国电商代运营行业梯队

	代表品牌	服务环节	服务品类	服务品牌	特点
第一梯队	BAO ZUN	全链条	服务全品类	顶尖海内外品牌	对上游品牌、下游仓储物流供应商有较强议价能力
第二梯队	丽人丽妆 Lily&Beauty KEY RUOYUCHEN 壹网壹创	全链条/专注于运营、营销等主要环节	专注于服务母婴、奢侈品、美妆、快消等线上拓展空间大的品类	以海外品牌为主	拥有优质品牌资源，在专业领域内建立了技术壁垒
第三梯队	不知名小型代运营公司	仅运营	服务大众服饰、3C等线上拓展空间有限的品类	中国国内品牌或区域品牌	缺乏品牌资源、服务效率较低，面临激烈竞争

中国电商代运营行业头部品牌布局

代运营公司	成立时间	合作品牌数	主要服务电商平台	品类布局								
				美妆个护	食品饮料	母婴用品	保健品	3C	服饰鞋包	汽车	家电	家居建材
宝尊电商	2007	250	天猫、京东、亚马逊、小红书									
丽人丽妆	2007	65	天猫、亚马逊、小红书、拼多多									
兴长信达	2000	54	淘宝、天猫、京东、亚马逊									
上海百秋	2011	41	天猫、京东、唯品会									
壹网壹创	2012	40+	天猫、唯品会、小红书									
青木科技	2011	30+	淘宝、天猫、京东									
凯诒电商	2010	30	淘宝、天猫、京东、亚马逊									
碧橙网络	2013	18+	天猫、京东、苏宁易购、小红书									

来源：各公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

中国电商代运营行业上市公司 —— 宝尊电商[09991.HK] (1/2)

宝尊电商成立于2007年，是中国电商代运营龙头品牌，提供以品牌电子商务为核心的全链路一站式商业解决方案



公司名称：宝尊电商



成立时间：2007年



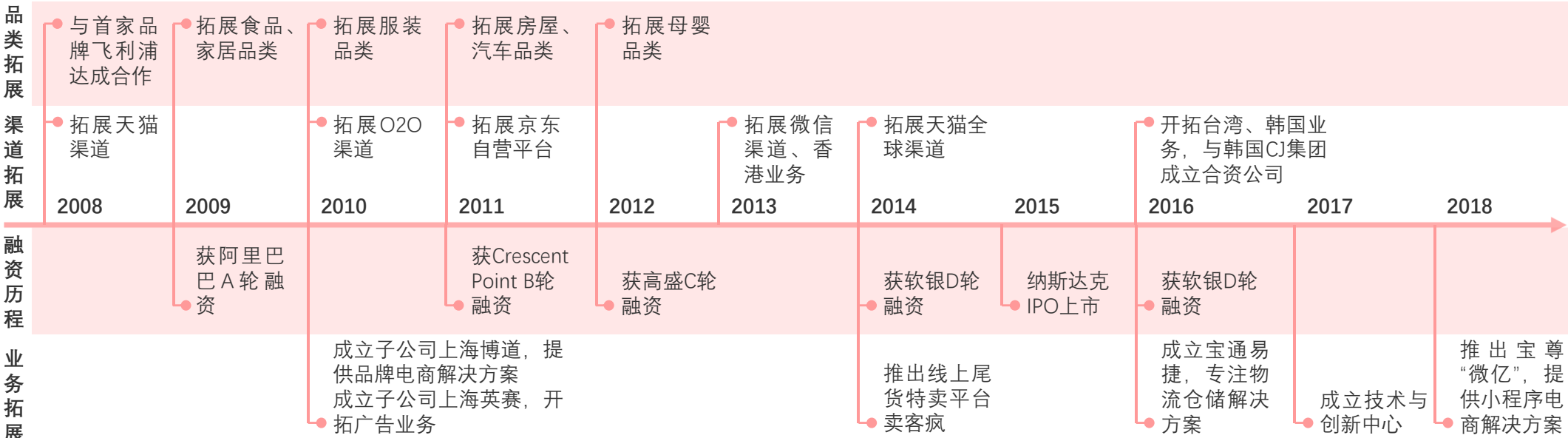
公司总部：上海

公司概况

- 上海宝尊电子商务有限公司成立于2007年，提供以品牌电子商务为核心的全链路一站式商业解决方案，涉及店站运营、数字营销、IT解决方案、仓储配送、客户服务等5大内容。业务覆盖品牌官方商城、天猫、京东、社交移动商城、以及线下智能门店等全渠道的构建。

公司发展历程

宝尊电商发展历程



来源：宝尊电商官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



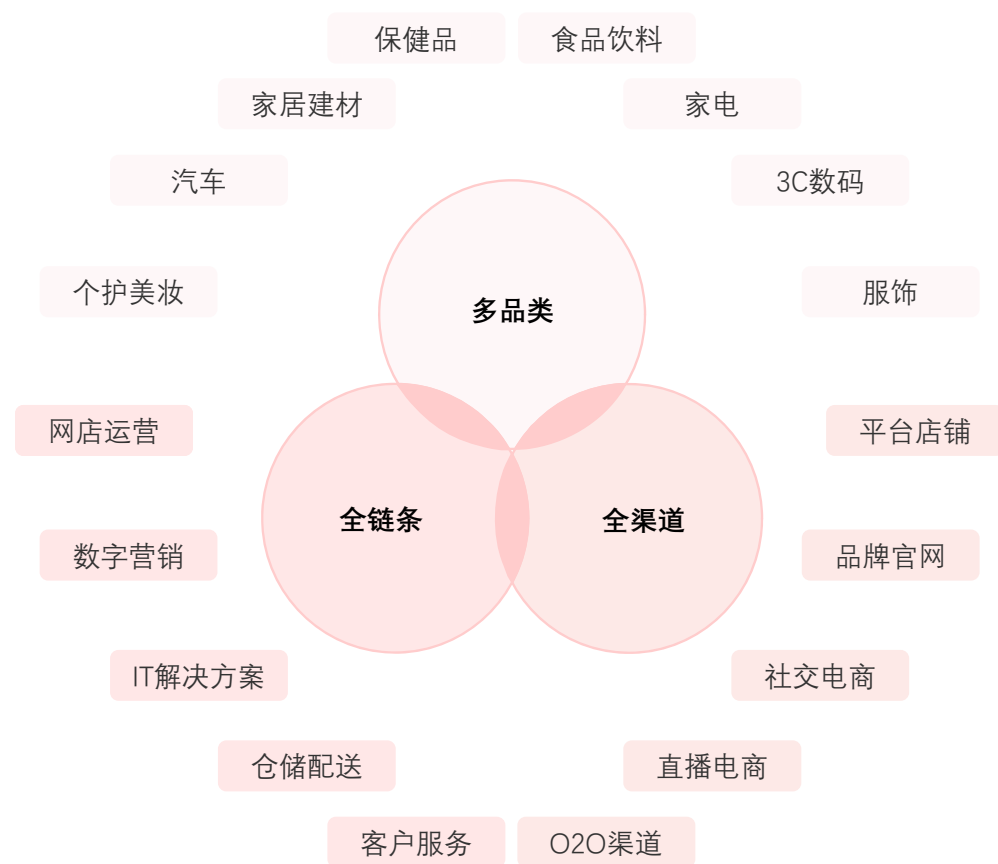
400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业上市公司 —— 宝尊电商[09991.HK] (2/2)

服务覆盖多品类、全链条、全渠道是宝尊电商的服务亮点和竞争优势。2020年宝尊电商双十一全网成交额为165亿元，具备优秀的服务能力、运营能力、仓储物流能力

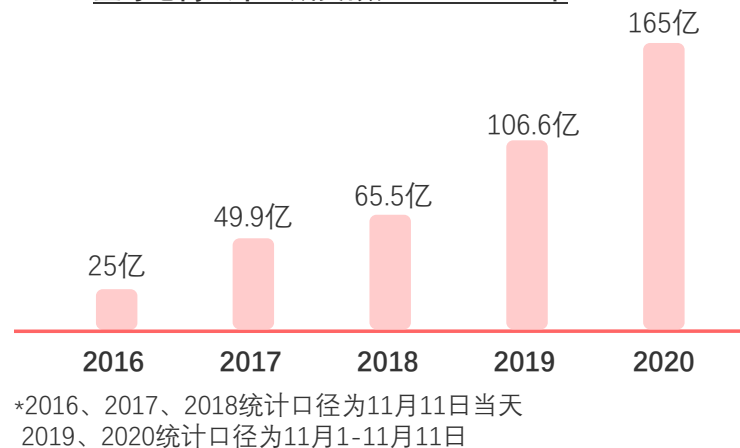
公司主营业务



公司历史服务业绩

2020年宝尊电商双十一全网成交额为165亿元，同比增长54.8%。宝尊电商持续拓展业务范围和合作品牌，加码直播带货等新模式，优质的服务能力使未来合作品牌数量具备较大提升空间

宝尊电商双十一成交额，2016-2020年



11 服务能力

- 系统峰值订单处理效率 **500万**单/小时
- 总订单量 **4,100万**单/小时
- 总订单量同比增长 **35%**

11 运营能力

- 累计完成视频处理 **17万**个
- 累计完成图片处理 **57万**张
- 提升运营效率店铺数 **215万**家

11 仓储物流能力

- 预售订单当日达
- 定制奢侈品仓库
- 全自动包装

*数据取自2020年11月1日-11月11日

来源：宝尊电商官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



头豹
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com



FROST & SULLIVAN

沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



中国电商代运营行业上市公司 —— 丽人丽妆[605136.SH] (1/2)

丽人丽妆是中国领先的线上化妆品营销零售服务商，主要从事化妆品品牌代运营和经销，已与60多个中国及国际知名化妆品品牌合作



公司名称：丽人丽妆



成立时间：2007年



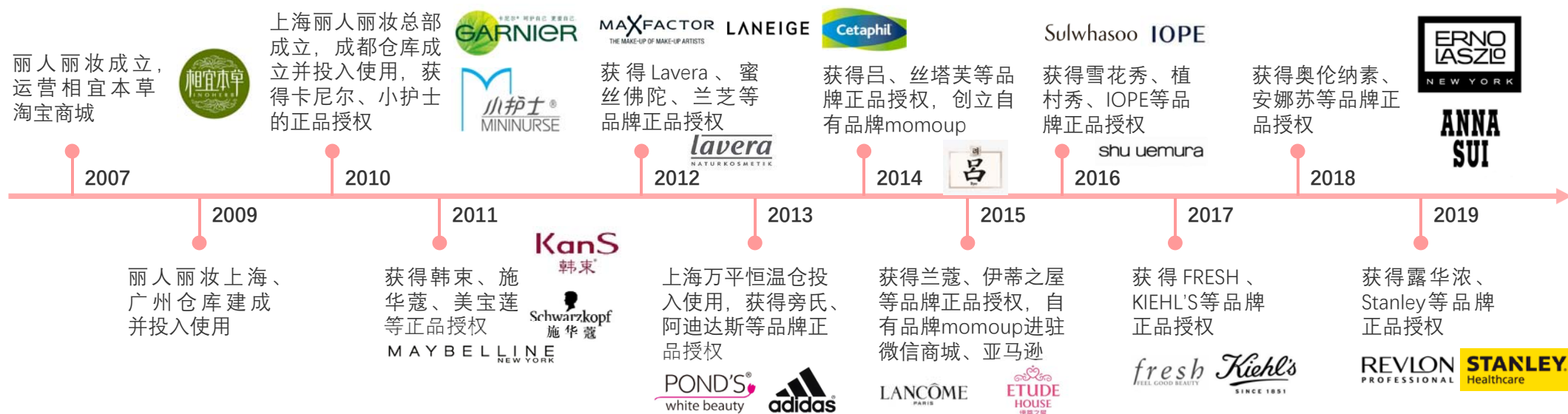
公司总部：上海

公司概况

- 上海丽人丽妆化妆品有限公司是线上化妆品营销零售服务商，主要业务模式为代运营和经销。丽人丽妆已与拜耳斯道夫高丝、高丝、汉高、宝洁、科蒂等60多个中国及国际知名化妆品品牌建立合作关系。

公司发展历程

丽人丽妆发展历程



来源：丽人丽妆官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业上市公司 —— 丽人丽妆[605136.SH] (2/2)

丽人丽妆提供精细化的管理和营销服务，具备专业的化妆品品类运营经验，可为消费者提供更个性化的消费体验

公司服务特色

塑造品牌形象，优化产品呈现

- 平台申请及店铺入驻、后台系统搭建及对接
- 店铺呈现视觉设计、专题页面及活动改版设计
- 产品陈列分区及文案设计、产品上下架管理
- 流量入口产品分析、赠品及组合销售策略

助力品牌提升客户资产价值

- 消费者资料采集及整理，消费者大数据分析 & 客群分层模型建设
- 会员等级及权益规则设计，会员互动方案策划
- 会员活动执行及效果评估

以流畅高效的业务流程提升购物效率

- 订单导入，订单审核及合并，营销活动适配
- 库存判断，分仓调度
- 订单配货，分拣包装，物流配送

公司历史服务业绩

品牌	2016		2017		2018		2019
Sulwhasoo	 金妆奖 年度热搜品牌大奖	 年度GMV +99.4%	 金妆奖 年度单品大奖	 年度GMV +68.1%	 面部护理套装 Top 1	 上半年GMV +93.3%	
LANEIGE	 金妆奖 年度网络人气品牌大奖 年度品类大奖	 年度GMV +22.6%	 金妆奖 年度单品大奖	 年度GMV +20.9%	 双11GMV +33.2%	 上半年GMV +33.9%	

来源：丽人丽妆招股说明书，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

中国电商代运营行业上市公司——壹网壹创[300792.SZ] (1/2)

壹网壹创专注于提供快速消费品垂直领域的电子商务服务，已与宝洁集团、百雀羚集团等中国及国际知名企业开展合作



公司名称：壹网壹创



成立时间：2012年



公司总部：浙江杭州

公司概况

- 杭州壹网壹创科技股份有限公司成立于2012年4月，系杭州网创品牌管理有限公司发起设立，专注于提供快速消费品垂直领域的电子商务服务，已与宝洁集团、百雀羚集团、美国伊丽莎白雅顿公司、韩国爱茉莉太平洋集团，日本资生堂旗下品牌欧珀莱、毛戈平等中国及国际知名企业开展合作。

公司发展历程

壹网壹创发展历程



来源：壹网壹创官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



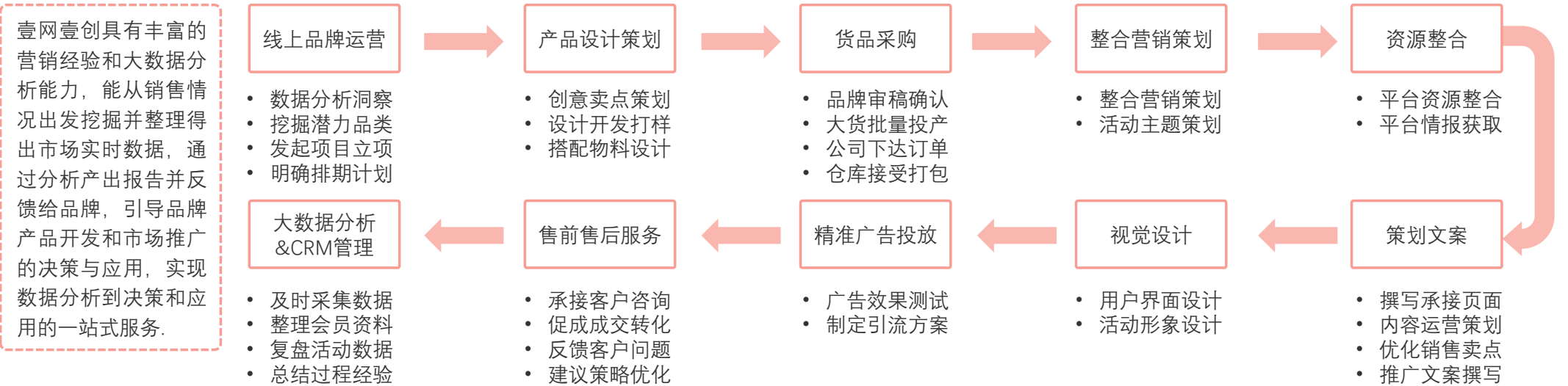
400-072-5588

www.leadleo.com

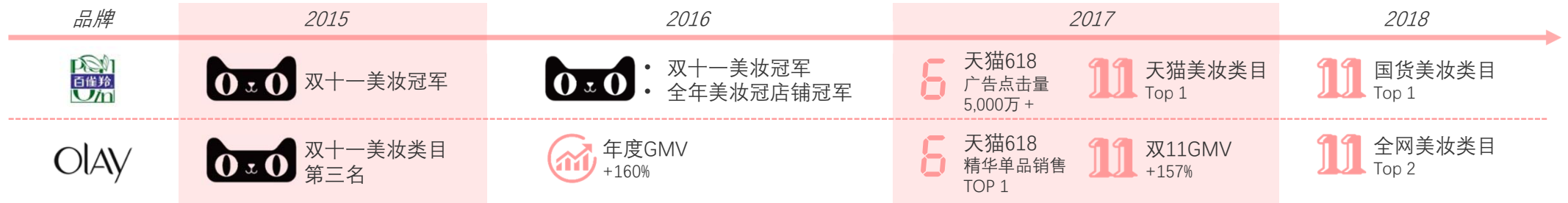
中国电商代运营行业上市公司 —— 壹网壹创[300792.SZ] (2/2)

壹网壹创具有丰富的营销经验和大数据分析能力，可基于大数据分析协助品牌方开发新品，更精准触达消费者需求

公司服务特色



公司历史服务业绩



来源：壹网壹创官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从电子商务、短视频营销、电商代运营等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码
即刻联系你的智能随身专家



STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问



400-000-0000

千元预算的
高效率轻咨询服务

STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、专家专访等多元化反馈方式



STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命
随时评估解答方案