

# 深度解读宏观经济下的电商行业趋势

## 【课程背景】

全球经济增长面临压力，中国推出多项政策刺激内需。《“十四五”电子商务发展规划》指出，到2025年，我国电子商务高质量发展取得显著成效。电子商务新业态新模式蓬勃发展，企业核心竞争力大幅增强，网络零售持续引领消费增长，高品质的数字化生活方式基本形成。电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。

据商务部统计，2016至2020年，全国电子商务交易额从26.10万亿元增长到37.21万亿元，年均增长率达9.3%，全国网上零售额从5.16万亿元增长到11.76万亿元，年均增长率达到22.9%，实现了规模质量双丰收。在“十四五”电子商务发展主要指标方面，2025年电子商务交易额要达到46万亿元；全国网上零售额要达到17万亿元；相关从业人员要达到7000万人。

分领域来看，2025年，工业电子商务普及率要增长到73%；农村电子商务交易额要增长至2.8万亿元；跨境电子商务交易额增长至2.5万亿元。

《规划》支持各类企业运用5G、人工智能、虚拟现实/增强现实、3D打印等新技术构建形式多样的线上消费场景，探索人机互动新模式，培育高新视听新业态，创新网络消费方式，提升网络消费体验。大力发展智慧零售，支持传统零售企业数字化转型，加快商业基础设施智能化升级，推广自助终端、电子价签、智能货架、弹性供应链、溯源系统等实体门店数字科技。

北京市发布了《北京培育建设国际消费中心城市数字消费创新引领专项实施方案（2021-2025年）》，提出构建一批具有引领性和引擎性的数字消费新业态，信息内容消费实现收入5000亿元，数字消费产业集群初步形成，将北京建设成为具有全球竞争力的“数字+”消费新范本和数字消费创新发展示范标杆。

本课程帮助企业分析全球市场电子商务商业模式红利，从国家政策扶持，电商市场发展趋势分析、关注创新、战术执行等各方面帮助管理层在企业战略制定与解决的过程中帮助系统的思考，务实的分析，有效的资源调配及执行跟踪，指导企业电商业务在各平台的合规运营操作，制定品牌营销策略，为企业享受各类优惠政策同时有效进行战略企划提升。

## 【课程对象】

企业高管、电商体系老板

【课程时长】1天（6小时）

## 【课程收益】

- ◆ 分享宏观经济国家政策影响和业界精英、企业家的应对经营经验，丰富综合管理知识和管理方法；
- ◆ 课程易理解，在理论学习基础上，突出案例分析研讨，在师生互动中开拓经

营思路；

- ◆ 建立优秀人脉网络，商场实战中以学会友；强势资源对接，实现互利共赢；
- ◆ 以知识、资源、事业为核心，为企业后续发展积累不可多得的人际关系财富，通过行动学习的方式来挑战传统思维，逐步提升领导在各方面的战略思维能力。

## 【课程大纲】

### 第一部、深度解析宏观经济形势与国家政策影响

一、全球宏观经济发展保持稳定但前景减弱：下行风险增加，国内消费者信心有待提升。

- 1、数据分析：全球 GDP 数据增速预测，中国来年预计增幅 4.5%
- 2、全球消费者信心指数提升对比

二、国内政策推动应对：中国政府十四五规划推出五方面多项增量政策促进经济发展，加大对特定群体消费支持、促进房地产市场稳定、引导资金入市等。

三、补贴政策数据统计图表：2024 年以旧换新政策力度大，补贴对象广泛，预计年底家电类补贴费用超 450 亿元，2025 年补贴总额预计约 1000 亿元，推动家电市场走强，多地支持中小微企业参与。（补贴政策与增幅对比图表）

### 第二部 全球电商行业趋势洞察分析

一、全球电商行业生态趋势洞察

- 1、全球电商生态：泛电商领域不断丰富，购物体验丰富多样
- 2、中国零售发展格局：主流电商稳健发展，兴趣电商飞速增长，社交电商和即时零售成为新增长引擎
- 3、五大电商平台趋势

（1）淘宝天猫弱化传统低价战略，创新激发商家潜力，强化内容生态和用户运营。案例分享：零点闪购、淘精选

（2）京东强化价格力竞争策略，加码百亿补贴，拓宽优质品类。

案例分析：春晓计划、白牌国货百亿扶持计划

（3）PDD 坚持低价与新商家工具创新，拓展海外市场。

案例分享：多多丰收馆、抢量神器

（4）抖音聚焦内容扶持商家与创作者，持续内容力与交易力增幅。

案例分享：多单立减、CORE 方法论行家计划

（5）微信视频号融合社交属性推动电商场景和能力升级，打造微信生态

案例分享：红人直播辛巴、与辉通行

4、七大关键消费趋势

（1）消费分层：Z 世代和城市富裕中老年相对乐观，一二三线新中产和农村相反

（2）熟牌心智：国货品牌以超级单品牢牢占据消费心智；另一面海外品牌凭借更大的折扣力度上榜，熟牌消费爆发。

（3）享乐怡情：新兴品类运动户外、二次元、游戏均获得突破增长

（4）情绪投资：悦己满足为重要驱动力

- (5) 中式养生：“中式食补”到“中式养生操”
- (6) 银发优活：全新的生活态度和强大消费能力代表
- (7) 新潮先锋：尝鲜意愿强烈

#### 5、高端品牌的五大发展趋势，一键洞察增长先机

- (1) 创新与科技依然是高端品牌的驱动力，为产品销售注入强劲动力；
- (2) 新场景销售与嵌入式（产品）为高端发展带来新机遇；
- (3) 集成厨电与套系化潮流相融合，满足高端用户在持续发展的消费升级与生活品质要求；
- (4) 科技进步和消费需求升级的双驱动之下，智能化正逐步成为高端品质家电的标配；
- (5) 以旧换新补贴进一步推广了绿色家电，节能成为消费者选择家电产品的重要依据。

### 第三部 电商行业人货场策略革新

#### 一、解析电商行业“人”的消费者角度洞察

(1) 分层加剧，中产银发族和小镇 Z 世代需求值得关注。消费者画像及品类需求图示分析。

(2) 大众消费趋向理性，既重视品牌价值与产品质量，为个人兴趣和情绪价值适度额外投资，以实现自我疗愈。

#### 二、解析电商行业“货”的角度商品管理

(1) 新品选品逻辑已经成为品牌增长的重要推动力，新品客单价比大盘高 30%，90%的消费者有习惯购买新品。

(2) 品类分享详解，健康、国潮、享乐、理性、草本等货品趋势全面涌现在各品类。社会环境、功能诉求、情绪诉求叠加催生具有持久生命力的趋势

### 三、解析电商行业“场”的角度购物场景革新

(1) 电商发展的场域主流电商平台多元化的电商模式以其视频图文、私域流量、兴趣圈层等独特优势，不断激发消费活力，满足先锋消费者的需求。

(2) 全球电商平台中，中资和美资平台占据领先地位，而东南亚市场则成为海外电商的新增长点，展现出巨大的市场潜力。

实战讨论-迎合趋势面向未来5年行业电商发展，识别目前机会差距与应对策略

案例分享汇总：主流电商平台淘天、虾皮、抖音、盒马生鲜、小红书

结语：2026年移动互联网的天下，系统、丰富的内容帮助会员企业用内容运营颠覆性创新商业模式，用创新运营革命性提升公司业绩。