

2017
跨境电商消费者研究报告

享生活 购全球

Nascent 南讯软件 | ebrun亿邦动力 www.ebrun.com 影响电子商务

前言

本报告跨境电商特指跨境进口零售电商，指国内电子商务企业将国外商品销售给国内个人消费者，通过电子商务平台达成交易、支付结算,并通过跨境物流送达商品、达成交易的一种商业活动。

跨境电商成型期

少部分高收入女性群体已经开始接触海淘

“人肉代购”为主

- **2012年以前**
  - 2007第一批代购者悄然兴起
  - 2008“奶粉事件”爆发，国内消费者开始转投进口产品

跨境电商发展期

跨境B2C平台在2014年前后出现，模式向报税进口；集货进口,邮政小包直邮转变

跨境B2C平台出现

- **2012年-2015年**
  - 2012-2013跨境电商服务试点城市全面启动
  - 2014海关总署正式确认跨境进口电商合法身份
  - 2014年2月19日，天猫国际正式上线

跨境电商成熟期

免税额取消是跨境电商的一次消费升级，税率变化后品类将更加丰富

免税额取消

- **2016年之后**
  - 2016.3 跨境电子商务零售进口税收政策调整
  - 2016.9 G20全球贸易增长战略

（跨境电商的发展历程）

数据参考：部分数据参考艾媒咨询、智研咨询

目录

1 跨境电商发展概述

2 跨境电商消费者洞察

3 跨境电商趣味消费数据

4 报告小结



多重因素刺激国内消费者需求，推动中国跨境电商快速发展

Nascent 南讯软件 | ebrun亿邦动力 www.ebrun.com 影响电子商务



互联网便利性

互联网大大降低用户跨境消费门槛，节省用户消费成本



用户消费升级

倾向于购买品牌产品，追求产品的高品质



产品安全问题

国内的产品安全问题，特别是母婴食品安全问题频发，
国外优质产品更受消费者青睐

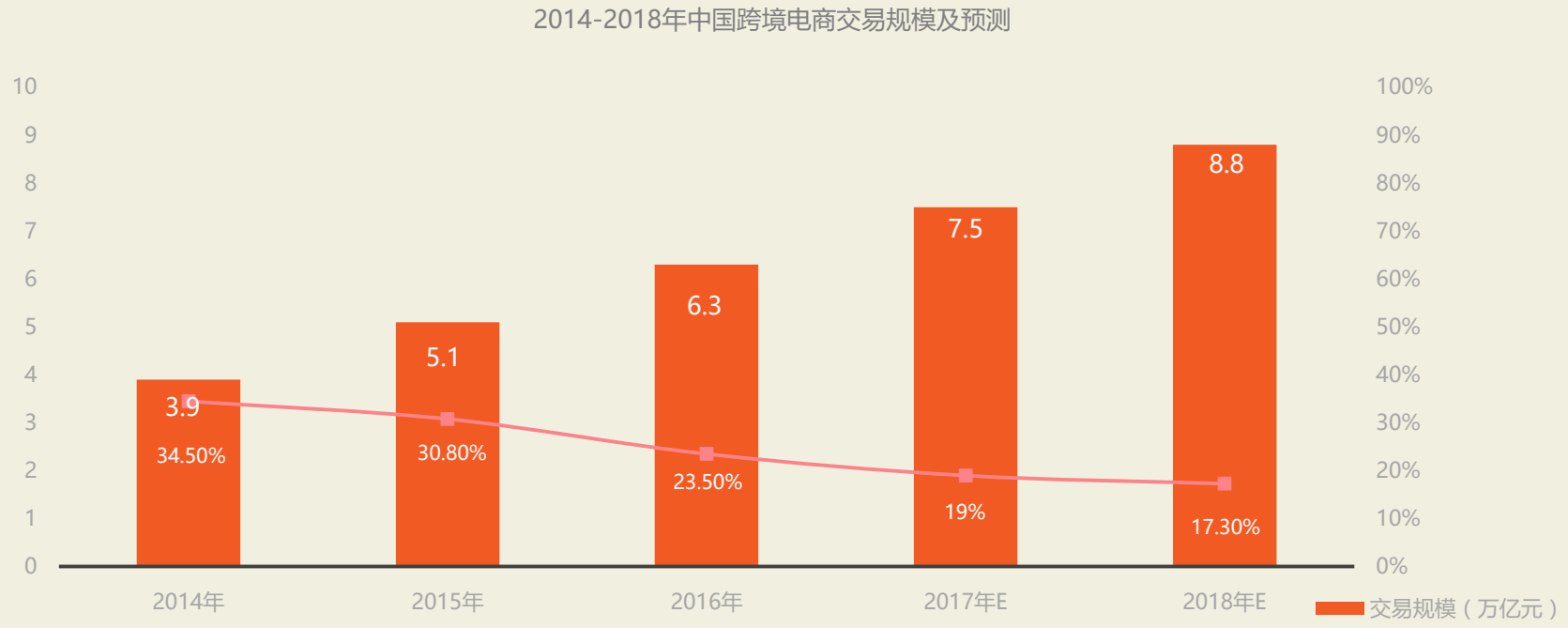


中产阶级家庭崛起

国民收入持续提升，大量中产阶级家庭崛起

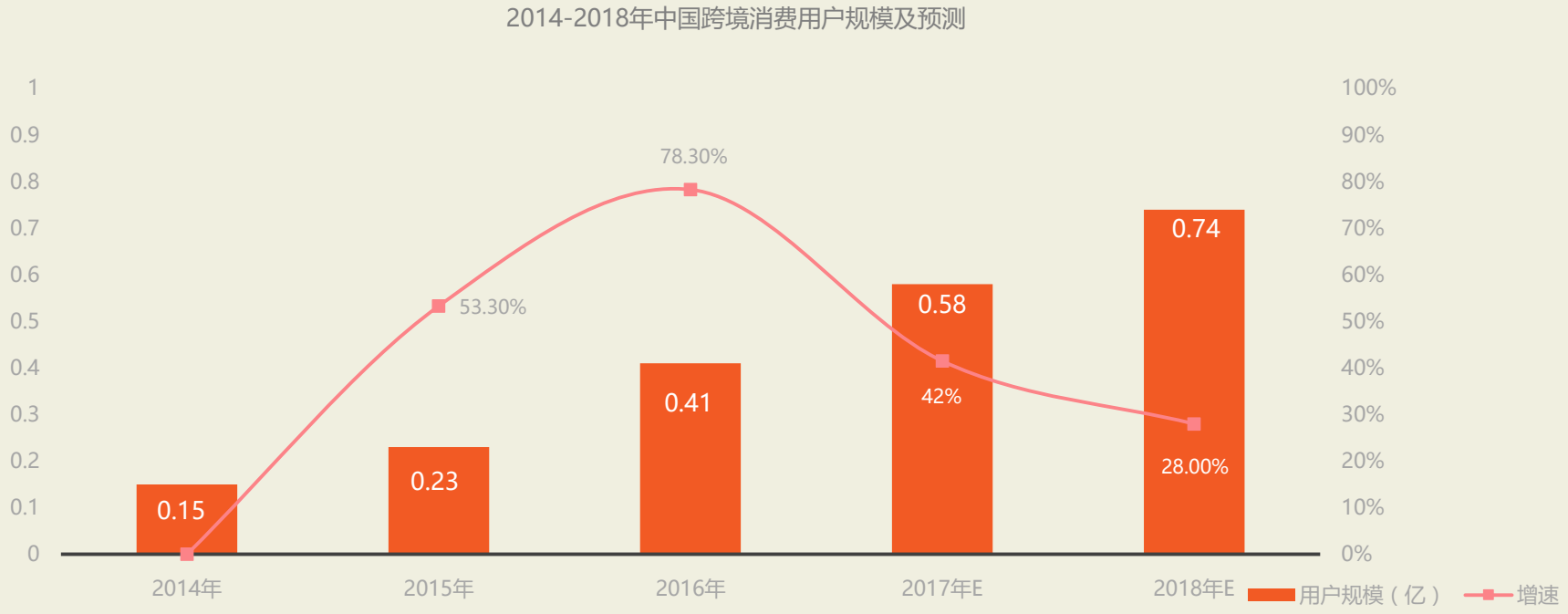
中国跨境电商交易规模持续高速增长

- 2016年全年,中国跨境电商整体交易规模达6.3万亿元，保持23.5%的高速增长态势。预计到2018年，将达到8.8万亿。
- 政策鼓励与引导、消费升级、基础设施逐步完善等利好因素促进跨境进口零售电商持续快速发展。



中国跨境电商用户规模将进一步扩大

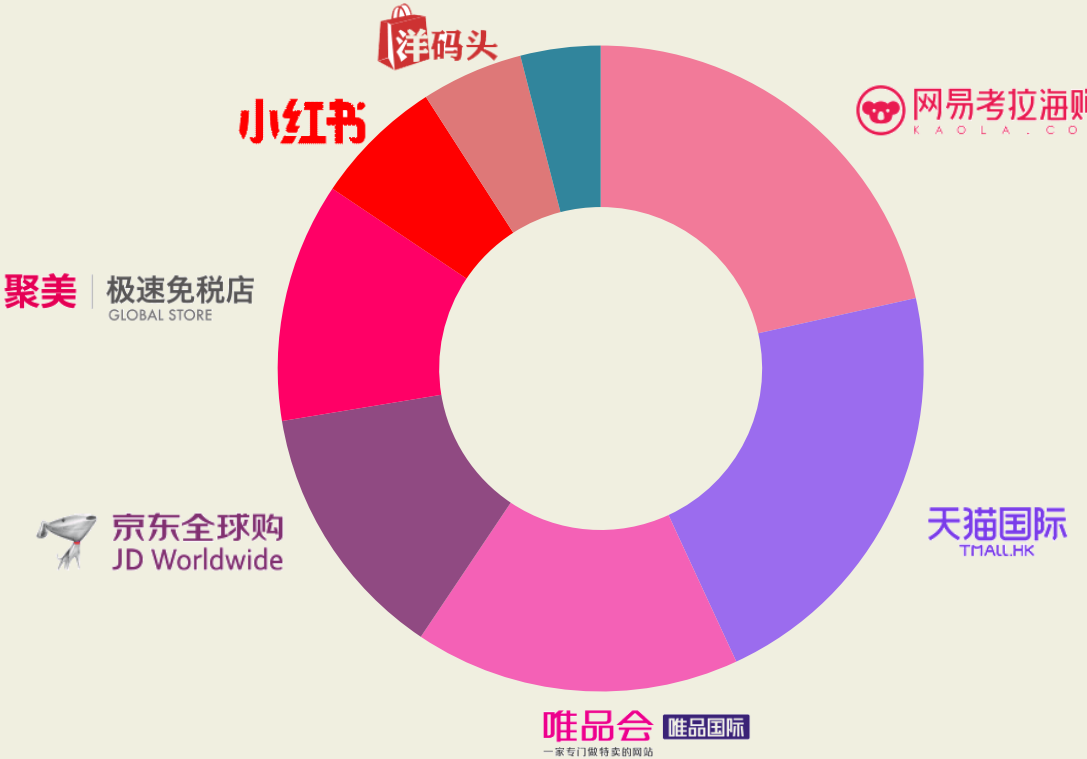
- 2016年中国跨境消费用户整体规模达到0.41亿，增速达到78.3%，预计2018年，用户规模将达到0.74亿 ，此后，增速将逐渐放缓。



跨境电商平台竞争激烈，占比较高平台进一步扩大优势

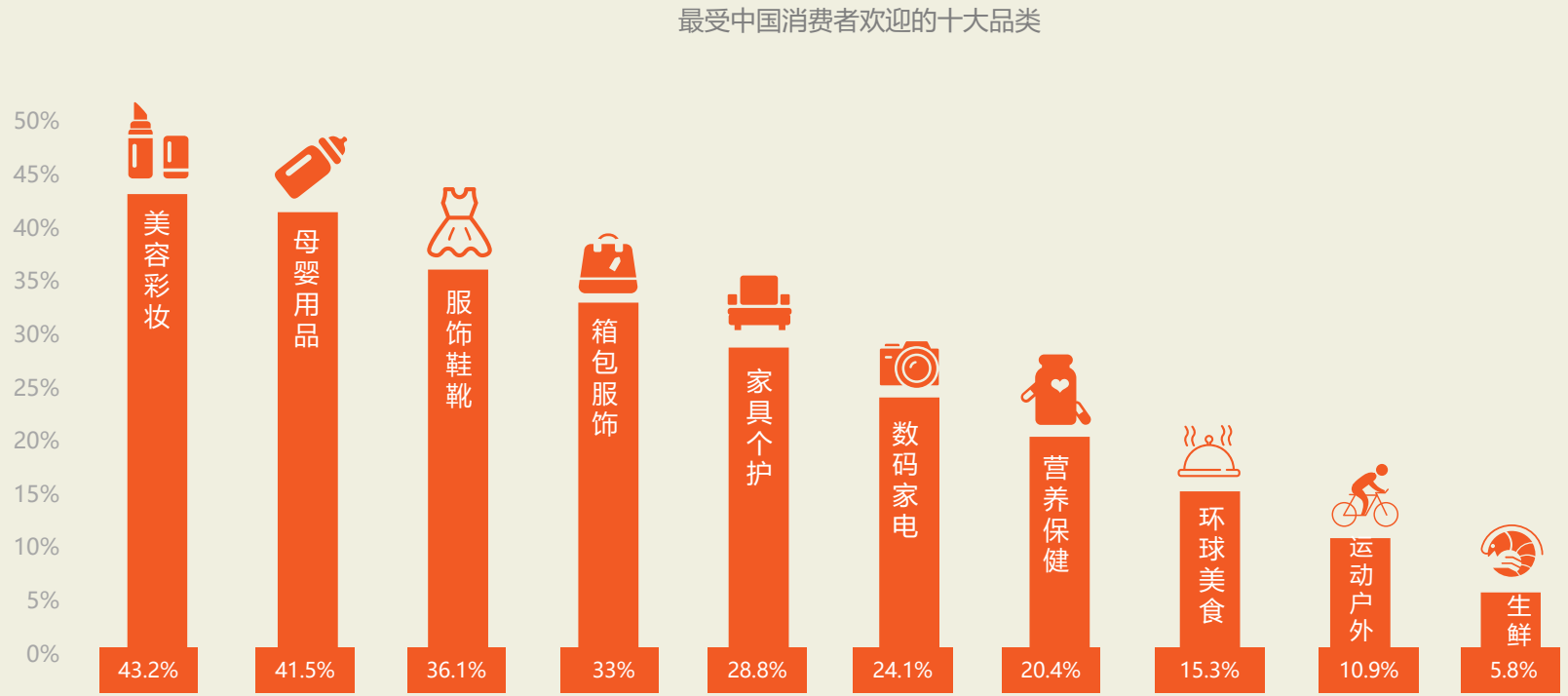
- 2016年中国跨境电商销售额平台占比中，网易考拉海购、天猫国际和唯品国际居于前三位。在激烈的市场竞争中，占比较高平台或将抓住机会，进一步扩大优势。

2016年中国跨境电商零售进口平台销售份额占比



看脸时代，美容彩妆类目跻身跨境消费第一大品类

➢ 数据显示，在跨境消费类目占比中，美容彩妆类目以43.2%位居第一位。其次为母婴用品、服饰鞋靴和箱包配饰。



目录

1 跨境电商发展概述

2 跨境电商消费者洞察

3 跨境电商趣味消费数据

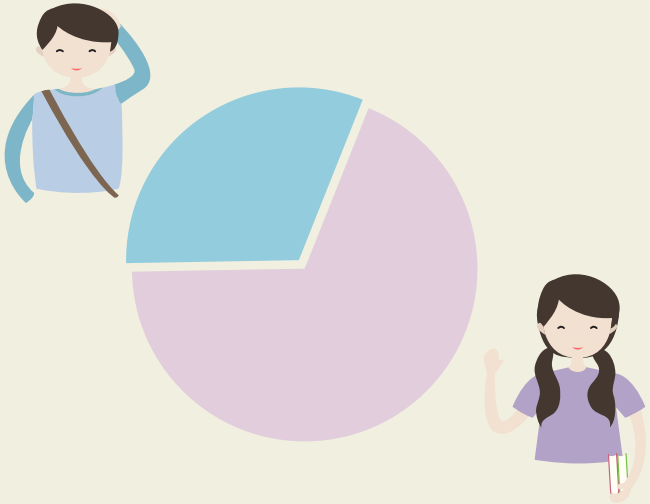
4 报告小结



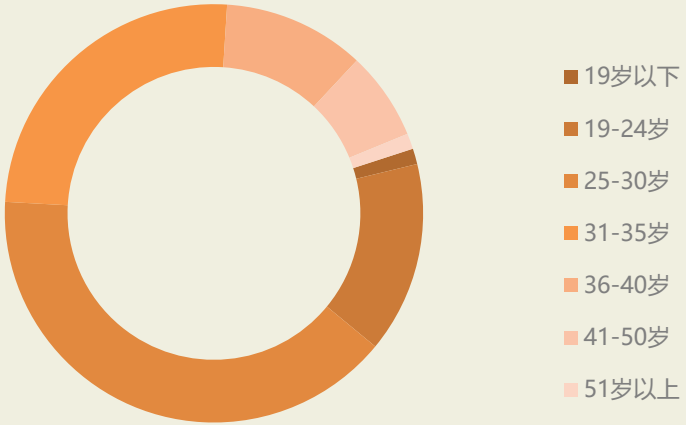
女性比男性更爱买进口商品，25-35岁人群占比最高

- 跨境电商平台消费以女性为主，占据了超七成比例，是进口商品消费的绝对主力军。
- 以80、90为主的25-35岁人群，作为互联网消费主力，成长于互联网时代，更接受网购。随着收入与消费水平提升，成为家庭主力，追求品质生活，更青睐跨境商品。

消费者性别占比



消费者各年龄段占比



跨境网购消费者高学历成突出特色，品质保障和价格便宜是用户跨境网购主要原因

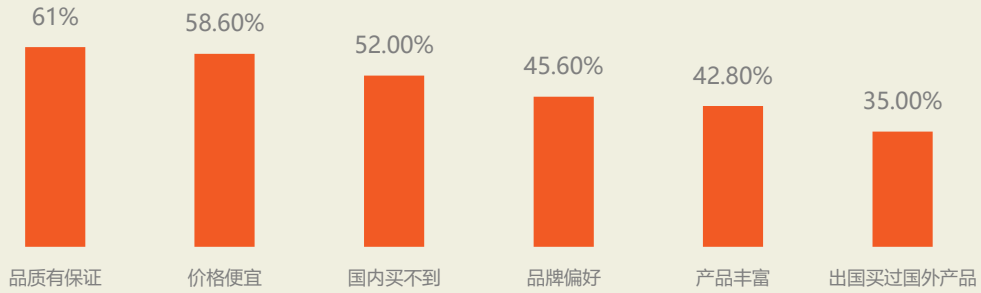
- 拥有本科及以上学历的用户约占83%，较整体网购人群学历更高。

跨境消费用户教育程度分布



19% 64% 15% 2%

选择跨境网购的原因



政策因素同时也影响着消费者的购物决策

- 2016年4月8日，财政部发布通知将对跨境电商进口零售商品执行新税制，对其按照货物征收关税和进口环节增值税、消费税。新政将对消费者购买单价500元以下（原来处于免征税额内）的商品影响较大，奶粉、纸尿裤、食品、保健品等的购物成本可能上升，部分产品可能有所降低。

缴纳**增多**的情况

以购买1000元奶粉为例

调整前的税额	调整后的税额
1000X**10%行邮税税率**	1000 X**17%增值税税率X70%**
100元	**119元**

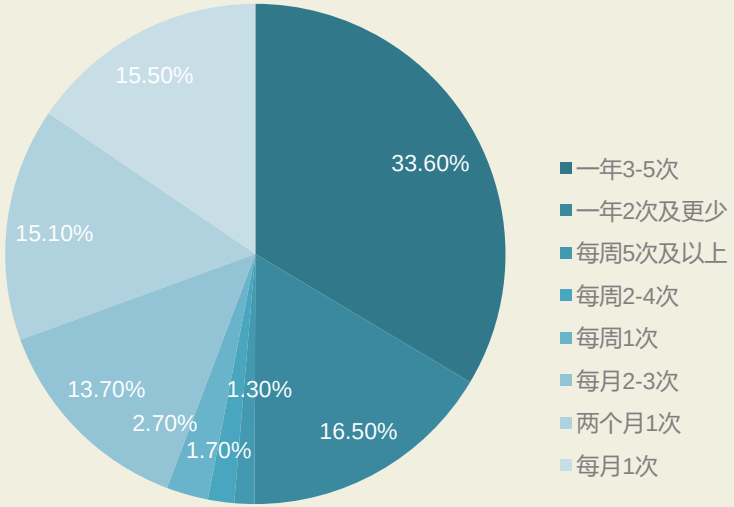
缴纳**减少**的情况

以购买1000元香水为例

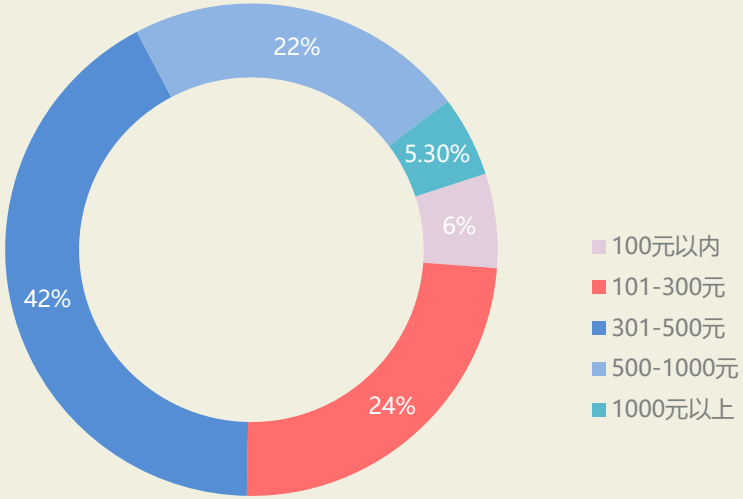
调整前的税额	调整后的税额
1000X**50%行邮税税率**	1000 X**（17%+30%）X70%** **增值税税率 消费税税率**
500元	**329元**

剁手已成趋势，一年跨境网购次数集中在3-5次
近半消费者单次平均消费金额集中在301-500元，消费金额较高

2016年中国跨境消费者购物次数



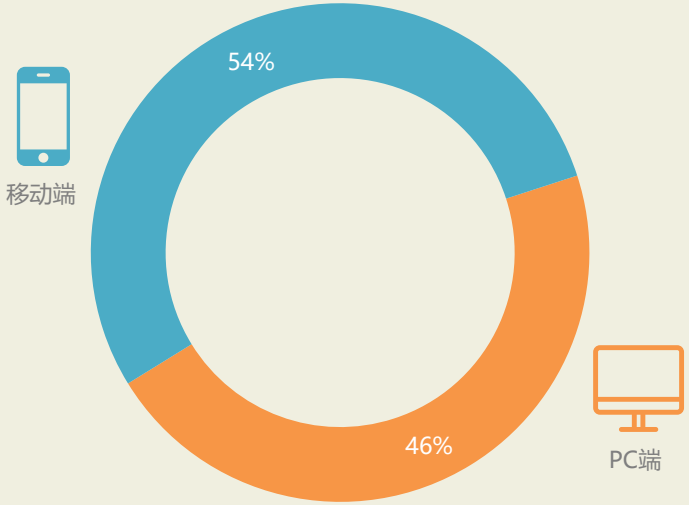
2016年中国跨境电商消费者单次消费金额



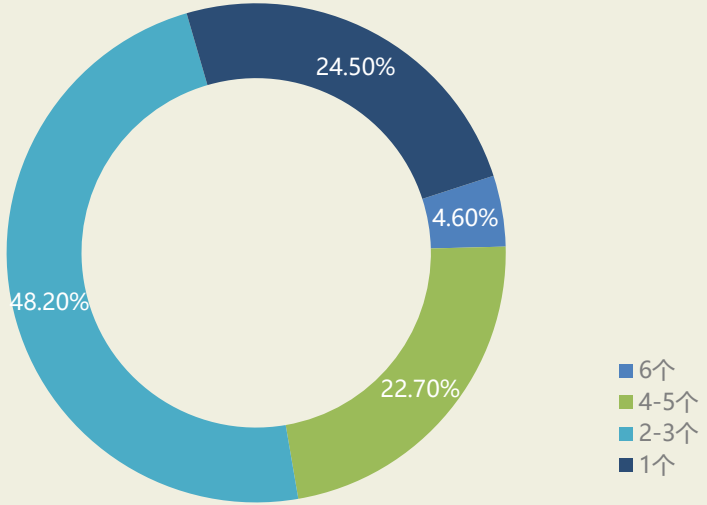
跨境网购消费以移动端为主，大多数用户软件安装数量为2-3个

- 相对天猫平台移动端超过80%的占比，跨境网购移动端占比较低，还有很大的上升空间。
- 48.2%的用户软件安装数量为2-3个，24.5%的用户安装1个。

使用设备分布

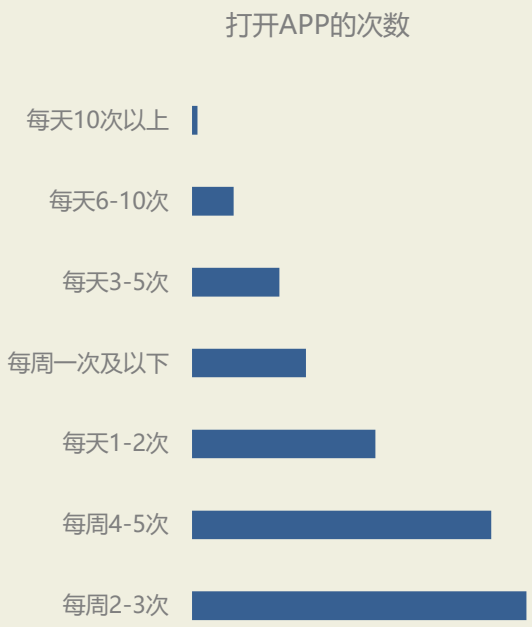


跨境网购软件安装数量



每周打开应用2-3次
超过一半的用户使用时间集中在11-30分钟

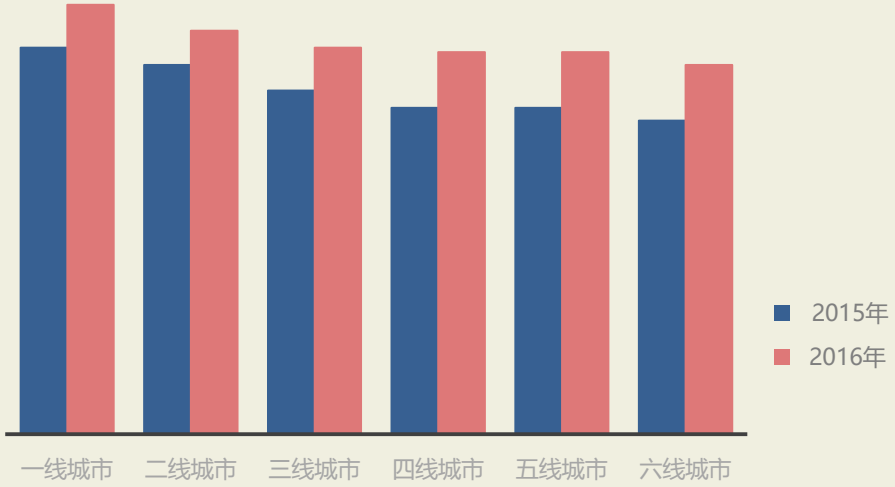
- 31.4%的用户每周打开应用软件2-3次，28.1%的用户每周打开4-5次，超过一半的用户使用时间集中在11-30分钟，打开频率和使用时间都有很大的提升空间。



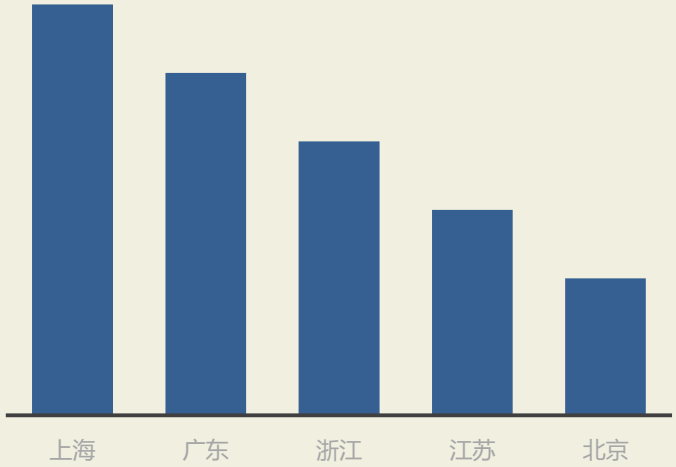


一线城市人均消费最高，上海人最爱购买跨境商品
四五六线城市增长快，具有极大的发展潜力

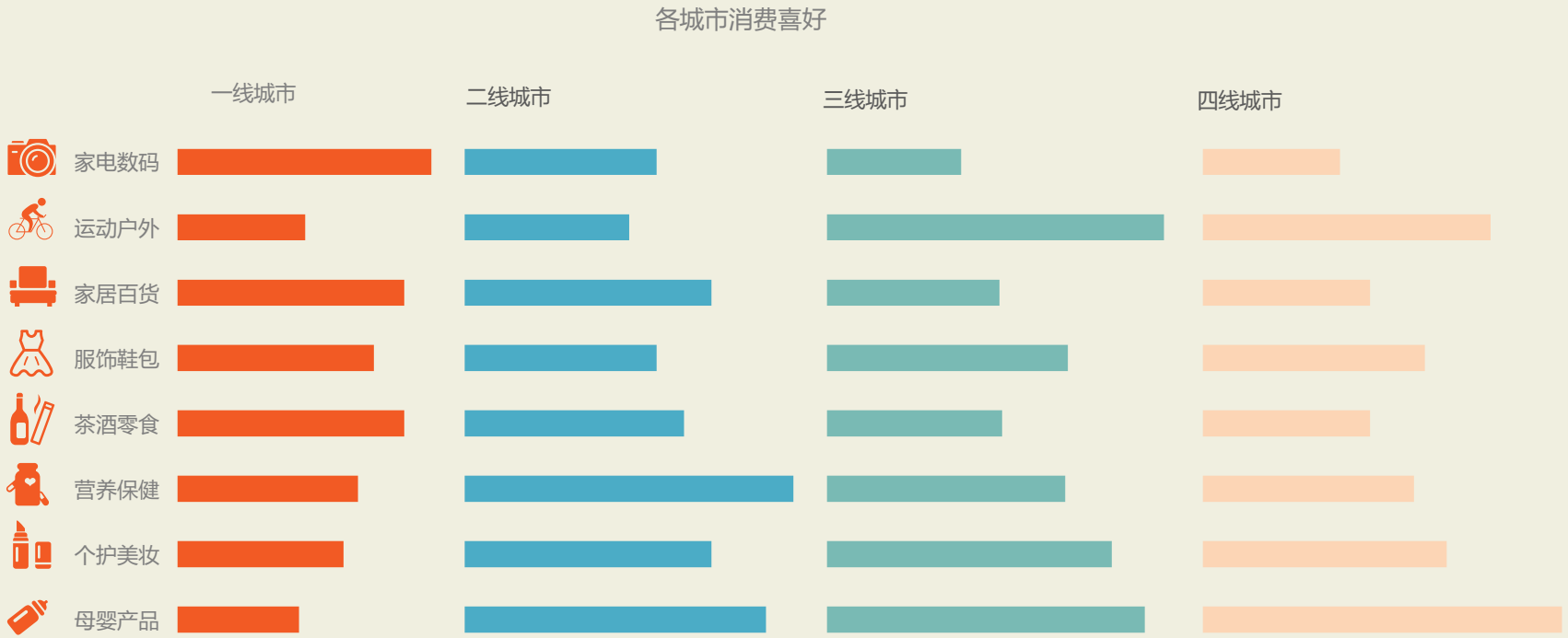
1-6 线城市在跨境电商中的人均消费



最爱选择跨境电商消费的TOP5城市



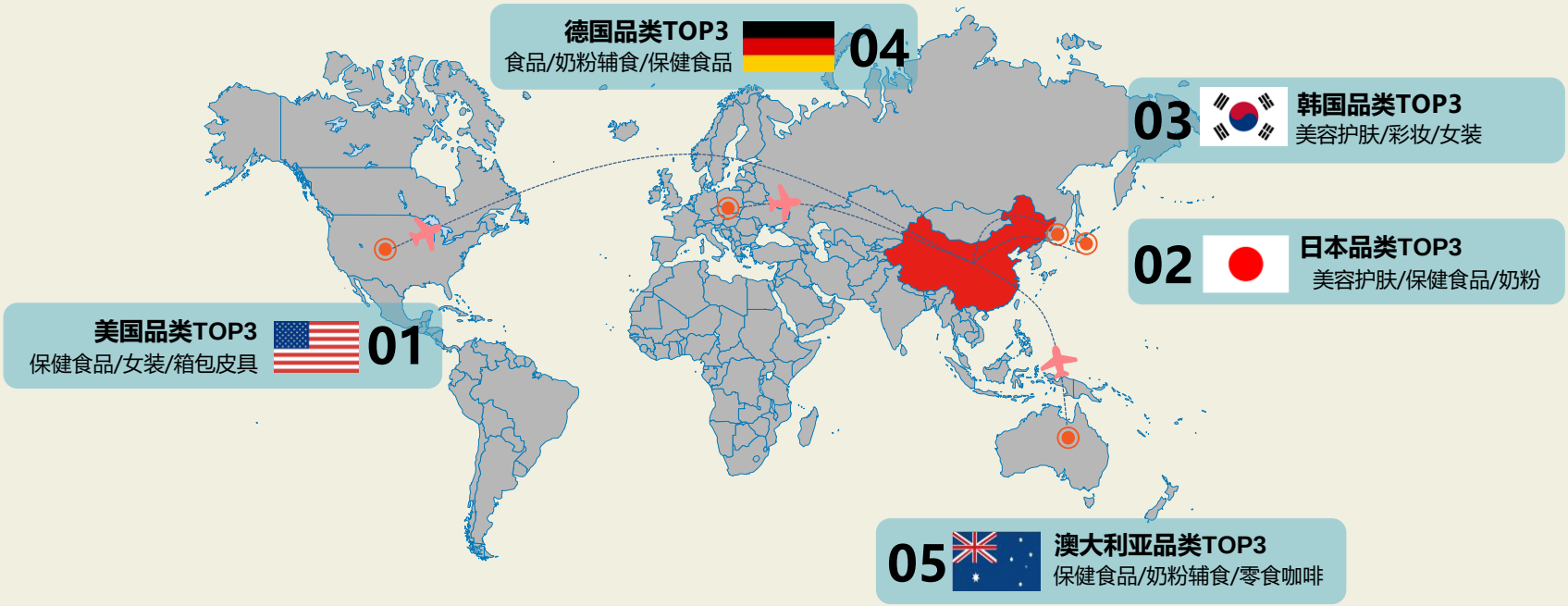
一二线城市消费者品类购买相对平衡，三四级城市在母婴和运动户外上花费最大，消费者购买品类和一二线城市相比较为单一



跨境消费者购买最多的商品来源国和最受欢迎类目

- 中国跨境电商消费者最喜爱的商品来源国TOP5分别是：美国、日本、韩国、德国和澳大利亚。
- 美国和澳大利亚的保健食品、日本韩国的美容护肤品、德国的宝宝奶粉成为跨境电商消费者最喜欢购买的商品。

最受消费者喜爱的商品来源国和类目



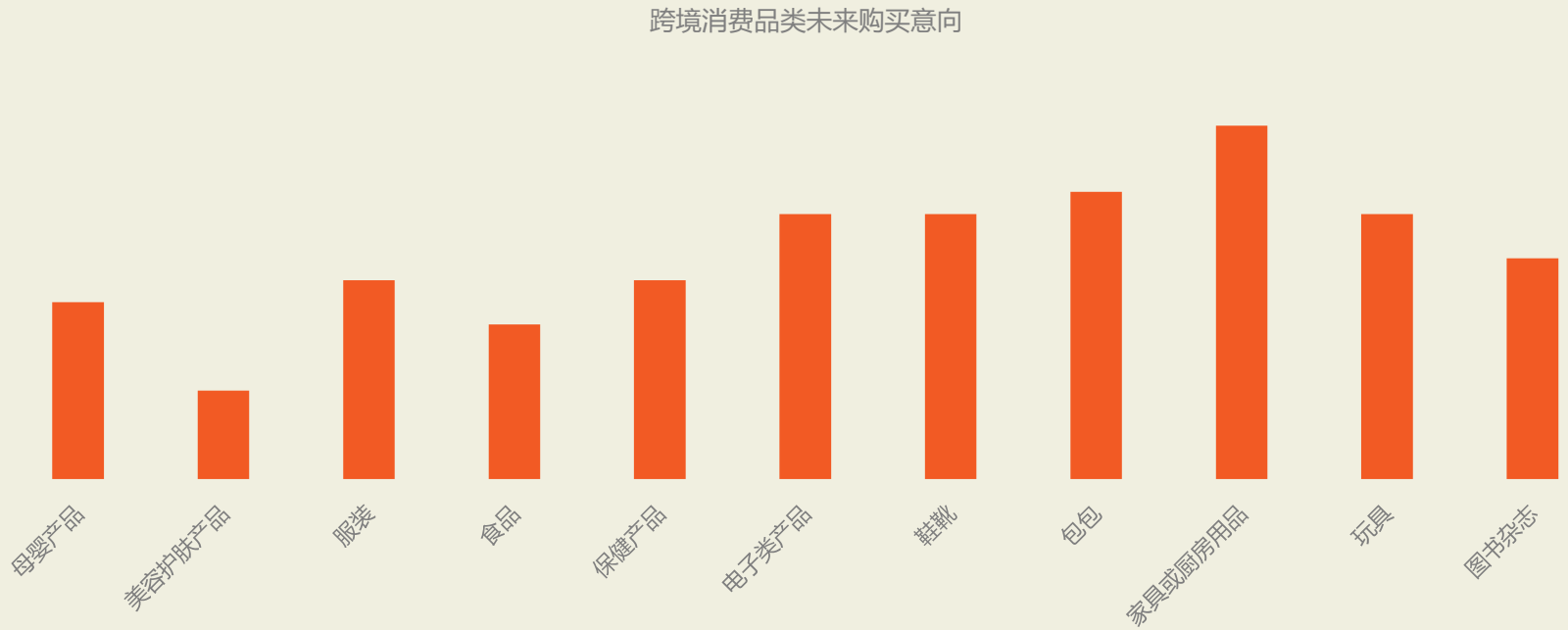
美迪惠儿 、诺优能、 花王、佳思敏、柯克兰成为消费最喜爱的美妆、奶粉、纸尿裤、保健品和零食品牌

各品类最受消费者青睐的品牌

美妆		奶粉		纸尿裤		保健品		零食	
美迪惠尔	MEDIHEAL 美迪惠尔	诺优能	Nutrilon	花王	kao	佳思敏	Nature's Way	柯克兰	KIRKLAND Signature
水宝宝	Coppertone	喜宝	HiPP	大王	GOON 大王	佩迪克	PEDIAKID	优鲜沛	Ocean Spray
AHC	A.H.C	爱他美	Aptamil	尤妮佳	moony	Bio island	bioisland	台湾糖村	SUGAR & SPICE 糖村
科颜氏	Kiehl's SINCE 1851	佳丽雅	LABORATOIRE Gallia	帮宝适	Pampers	澳佳宝	BLACKMORES 澳佳宝	费列罗	FERRERO ROCHER
水光	JAYJUN	A2	a2	好奇	HUGGIES	Swisse	Swisse	好时	HERSHEY'S

随着消费者对于品质的追求，对跨境网购品类的需求会更加丰富

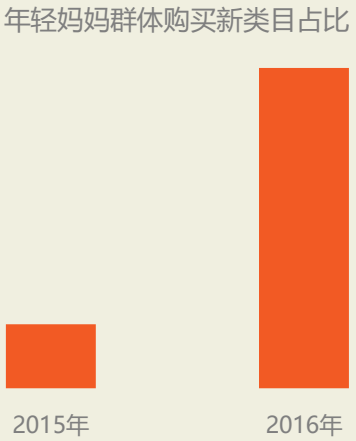
- 随着消费者对于品质的追求，更愿意将跨境消费作为日常生活采购的一种选择，逐渐成为一种生活方式。在目前一些购买渗透率较低的品类上，例如家具或厨房用品、玩具、图书杂志等，消费者同样拥有较强的购买意愿，说明消费者实际对跨境网购品类的需求更加丰富。



她时代已经来临 年轻妈妈群体消费潜力巨大

- 随着中国女性社会和经济地位的不断提高，女性在家庭中开始拥有更大的话语权，成为今天大多数家庭的消费决策者，以母婴用品为中心，拓展到更多类目。





跨境消费者画像

- 典型的跨境消费者：80、90后女性为主，拥有大学以上学历，夜猫型爱晚上购物，注重品质是60%的消费者选择跨境电商消费的原因。



目录

1 跨境电商发展概述

2 跨境电商消费者洞察

3 跨境电商趣味数据

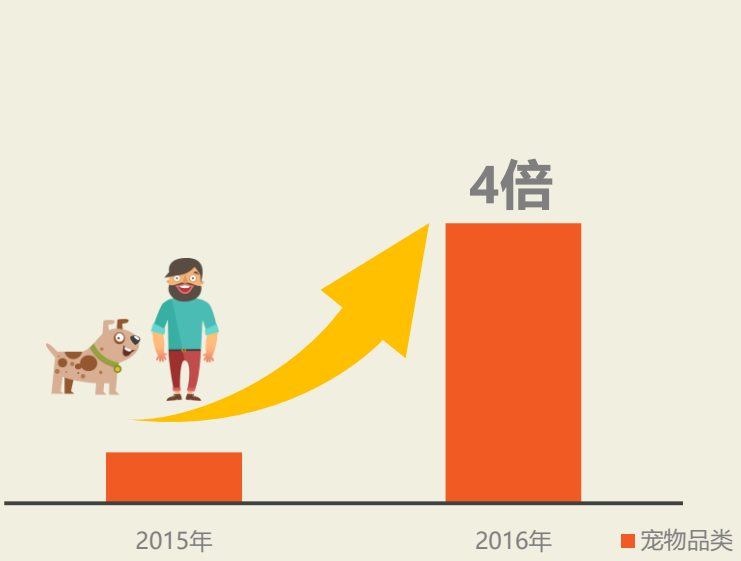
4 报告小结

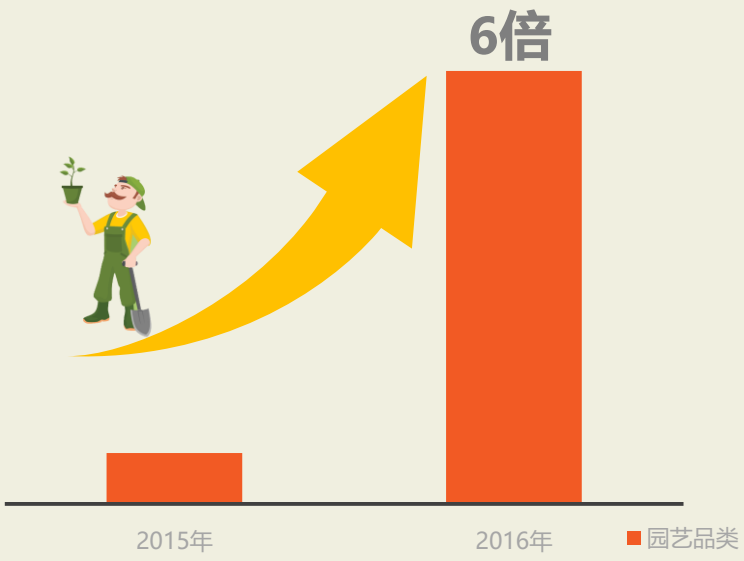


这是个连你家的狗都在吃洋零食的时代

- 随着跨境电商愈发普及，剁手党们的需求也日趋多元，一些非主流品类也开始逐渐进入消费者的视野，比如你原本没想到的园艺、宠物、工具、家装等品类，近来的增势却最为强劲。园艺品类2016上半年的销售总额已经达到了2015全年销售总额的近6倍，宠物品类2016上半年的销售总额也达到了2015全年销售总额的4倍以上。

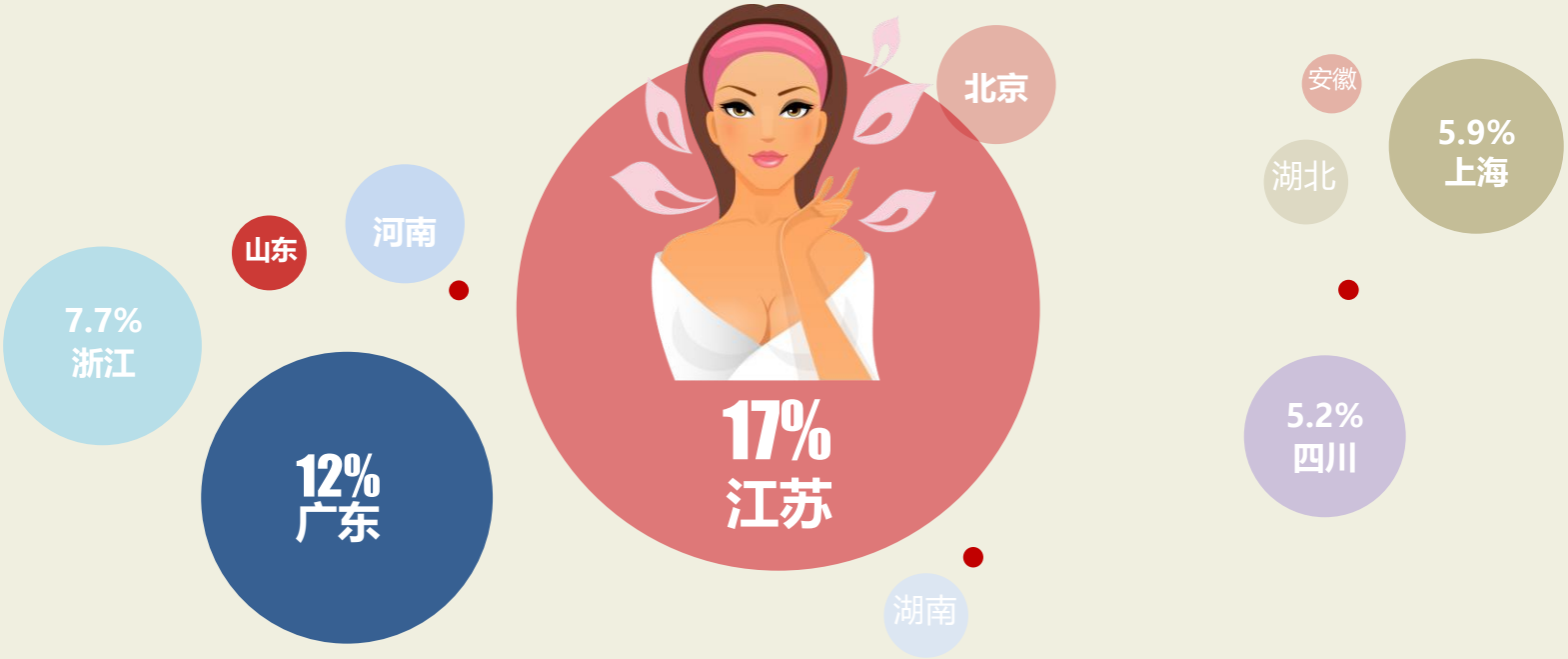
2014-2018年中国跨境消费用户规模及预测





做自信女人 丰胸消费力TOP榜江苏女生包揽第一

- 进口丰胸霜产品消费前十大省市地区的榜单中，江苏包揽了进口丰胸霜17%的销量。



购买风靡全球的进口减肥品毫不手软 北京勇争第一

在购买风靡全球的进口减肥品排名前五的城市



目录

1 跨境电商发展概述

2 跨境电商消费者洞察

3 跨境电商趣味消费数据

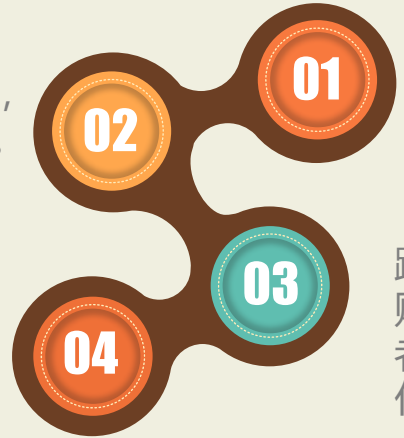
4 报告小结



报告小结

移动端跨境消费日益流行，80、90成跨境消费主力军，妈妈一族占消费主导。

消费人群正从大城市向中小城市延伸，特别是四五六线城市的增速尤其明显。



跨境消费普及化的同时，消费者的品位和购买需求也正在发生变化。当前国内消费者的购买需求已逐渐从标品爆款走向个性化、差异化，同时向多品类发展。

国家政策和热点事情影响消费者购物行为，及时关注和应对行业变化及市场热点。

南讯软件旗下研究咨询中心与亿邦动力旗下DT电商联合出品

南讯研究咨询中心，一个专注于零售行业CRM领域，研究了解消费者行为及品牌运营，

为合作企业提供数据服务以及研究咨询服务的专业机构。


Thanks!!
Nascent
南讯软件
ebrun亿邦动力
www.ebrun.com 影响电子商务