



古有丝绸之路，今有海淘服务

垂直海淘app研究报告

极光数据研究院

2016.09

1 2016年海淘用户规模及渗透率变化

2 2016年8月市场渗透率Top5海淘应用

3 国内海淘发展

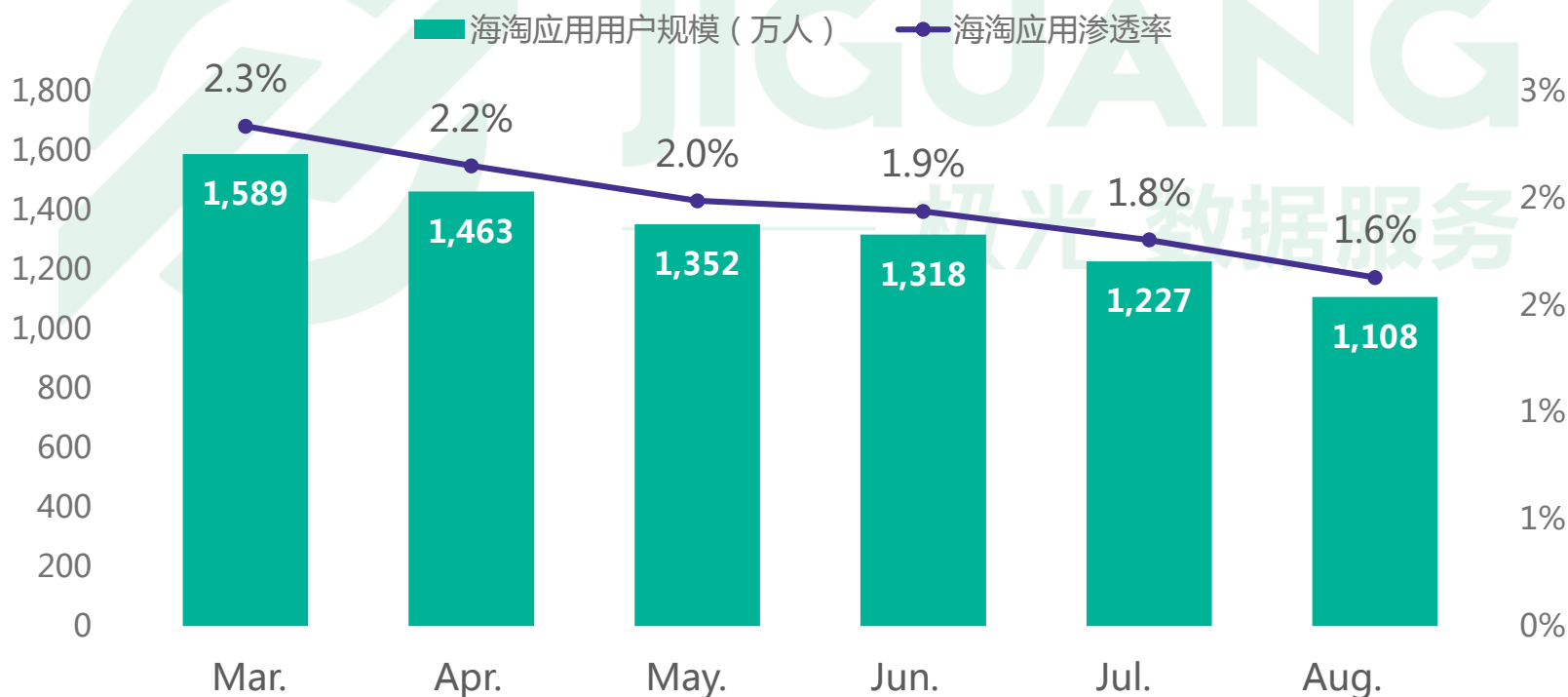
4 垂直海淘app案例分析

2016年垂直海淘app用户规模及渗透率变化

垂直海淘app用户规模及渗透率在过去6个月持续下降，或受4月8日施行的海淘税收新政策影响

- 截止至2016年8月，垂直海淘app用户规模为1108万，在移动互联网渗透率为1.6%
- 垂直海淘app渗透率相比今年3月下降了0.7%，用户规模缩减

2016年过去6个月垂直海淘app用户规模及海淘应用渗透



*数据来源：极光数据研究院

垂直海淘app概念

垂直海淘app目前的经营模式可以分为跨境电商类，海购返利类，境外买手类三大类

- 跨境电商类垂直海淘app指电商品牌主自营进口商品的经营模式，有利于品牌主对商品的统一把控，提高议价能力；海购返利类垂直海淘app指电商品牌主通过导购的方式让用户进入国外购物网站，自行购买境外商品，完成交易后电商品牌主和用户都能获得一定返利的经营模式，在自身没有库存压力的情况下为用户提供购物优惠；境外买手类垂直海淘app指电商品牌主向境外卖家和境内买家提供交易平台进行自由交易的经营模式

垂直海淘app

跨境电商类



*数据来源：公开资料整理，以上为应用示例，不包括全部参与者，排名不分先后

1 2016年海淘用户规模及渗透率变化

2 2016年8月市场渗透率Top5海淘应用

3 国内海淘发展

4 垂直海淘app案例分析

2016年8月市场渗透率Top5垂直海淘app

小红书在垂直海淘app中的8月渗透率位列Top1，网易考拉紧随其后

- 目前垂直海淘app的普及率不高，即便是排名Top1的海淘应用小红书，其渗透率也未超过0.5%，意味着每200个移动网民中才可能有1个人安装了小红书

分类排名	应用名称	渗透率
1 =	 小红书海外购物神器	0.32%
2 =	 网易考拉海购	0.24%
3 =	 蜜芽	0.16%
4 =	 达令全球好货	0.10%
5 =	 Lazada	0.10%

*数据来源：极光数据研究院

1 2016年海淘用户规模及渗透率变化

2 2016年8月市场渗透率Top5海淘应用

3 国内海淘发展

4 垂直海淘app案例分析

2011-2016年海淘搜索指数变化概况

海淘从2011年开始进入国人视野，2014年进入全面井喷期

- 2011年中，海淘逐渐开始受到国人的留意，经过两年的发展，在2014年全面进入井喷期
- 2014年和2015年，国人对海淘的关注度保持在较高的状态，海淘应用也在这一时期蓬勃发展

2011-2016年“海淘”搜索指数

指数趋势 ? 海淘 2011-01-01 至 2016-09-04 全国

整体趋势

PC趋势

移动趋势

最近

7天

30天

90天

半年

全部

■ 海淘

搜索指数

2011-07-17 ~ 2011-07-23 周平均值

■ 海淘: 85

进入国人视野

井喷期

□ 平均值

14,000
12,000
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000

2011年

2012年

2013年

2014年

2015年

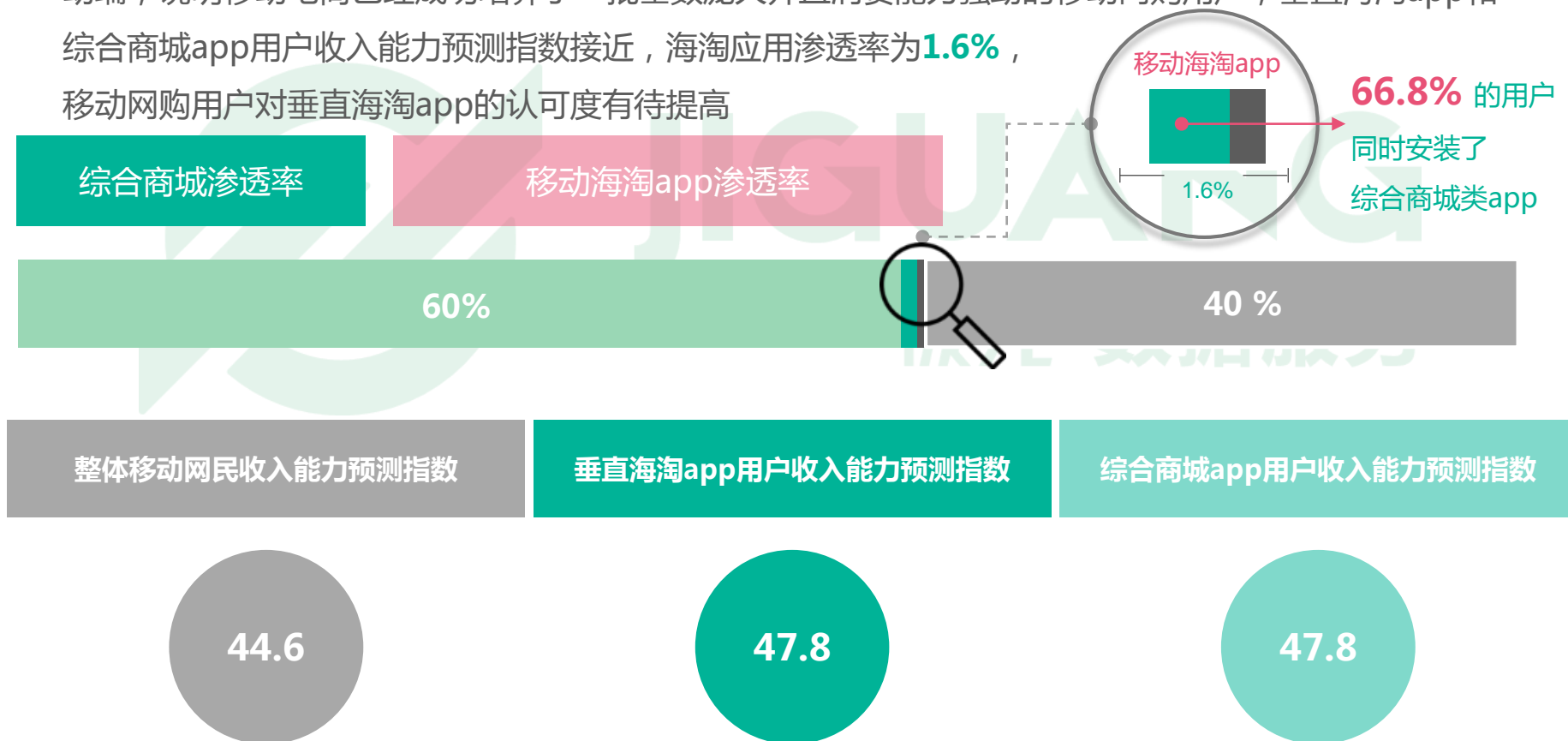
2016年

*数据来源：百度指数

垂直海淘用户与整体移动网购用户差异化不明显

移动海淘app用户与综合商城app用户重合度接近7成，用户收入能力高于整体移动网民

- 综合商城app渗透率为**60%**，其中手机淘宝和手机京东的渗透率为**51%**，与此同时，阿里Q2业绩报告中提到移动端为其零售平台贡献了**75%**的GMV，京东Q2业绩报表中提到其核心业务订单量*有**79%**来自移动端，说明移动电商已经成功培养了一批基数庞大并且消费能力强劲的移动网购用户；垂直海淘app和综合商城app用户收入能力预测指数接近，海淘应用渗透率为**1.6%**，移动网购用户对垂直海淘app的认可度有待提高



*数据来源：极光数据研究院
*不包括拍拍网

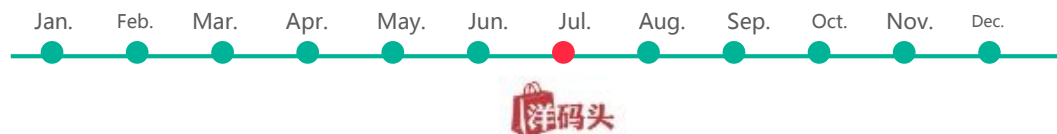
大品牌主增加跨境电商业务，入局海淘市场

2014年至2015年期间，有一定网购用户基础的网站争先入局海淘市场

- 2014年，阿里上线了天猫国际，苏宁易购开启了海外购业务，美妆垂直网站聚美优品和特卖垂直网站唯品会也纷纷涉足海淘，海淘垂直app独角兽小红书也诞生于这一年
- 根据网易和阿里巴巴2016年Q2业绩报告显示，其旗下的海淘业务发展势头稳健

2016年Q2业绩

2011



2014



2015



網易

“毛利率同比和环比的改善主要得益于
网易考拉海购等网易电商业务毛利率的改善”

libaba Gro
阿里巴巴集团

“跨境业务方面，受快速消费品、数字设备及家电等类目的强劲增长带动，
天猫国际的季度GMV按年增长逾130%”

*数据来源：公开资料整理

1 2016年海淘用户规模及渗透率变化

2 2016年8月市场渗透率Top5海淘应用

3 国内海淘发展

4 垂直海淘app案例分析

垂直海淘app市场中的独角兽——小红书

小红书的成功得益于其优质的UGC和对数据的应用意识

- 小红书目前在垂直海淘app中的渗透率名列Top1，已正式上线接近3年
- 在成立之初，小红书以一个海淘购物社交分享的社区出现，积累了大量有海淘需求的用户以及受欢迎的sku
- 经过了一年的用户积累和数据沉淀，小红书福利社横空出世，涉及品类不算大而全，在少量转化率高的sku的拉动下亦获得了不错的销量

小红书

发展 **大** 事记

2013年6月 小红书成立

2013年12月 小红书app上线

2014年12月 小红书福利社上线

2015年6月 小红书周年大促

2015年9月 小红书获总理点赞

2015年11月27日 小红书推出“红五”

- 小红书周年大促持续3天，**销售额突破一个亿**，轻松达到“小目标”
- 在此期间，小红书在App Store的排名攀升至**总榜第四**，**生活类榜第二**

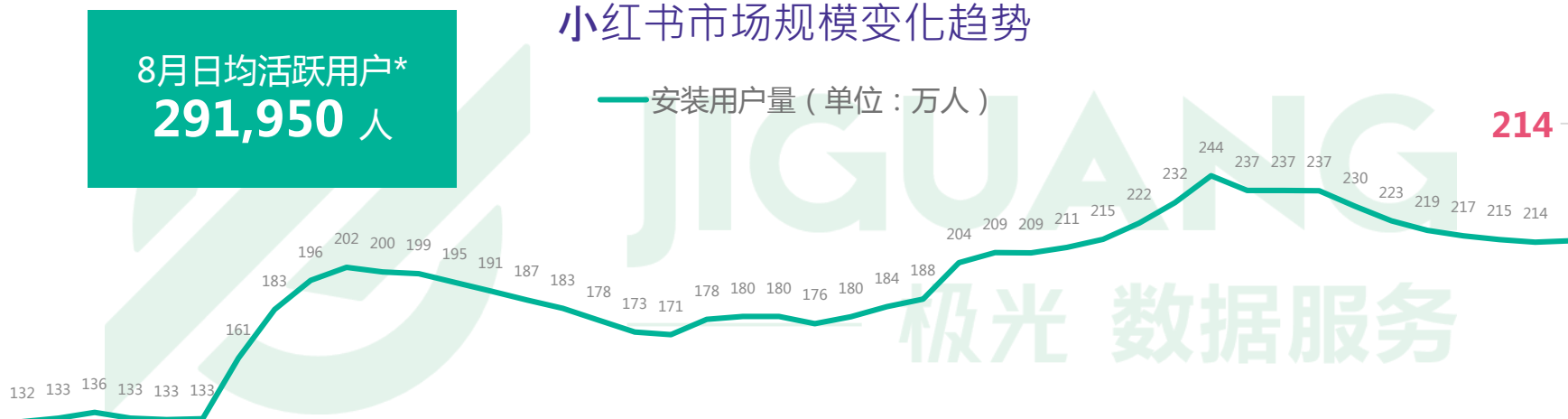
*数据来源：公开资料整理

小红书市场概况

小红书整体发展状态良好，市场规模基本保持扩大趋势

- 在2015.11—2016.08期间，小红书整体市场规模基本保持扩大趋势，截止至8月最后一周，小红书的市场渗透率为**0.32%**，安装用户数量为**214万**人；相对于过去半年垂直海淘app整体市场渗透率的下降情况，小红书的发展趋势乐观，8月安卓端日均活跃用户接近**30万**

小红书市场规模变化趋势



Nov.	Dec.	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May.	Jun.	Jul.	Aug.
2015		2016							

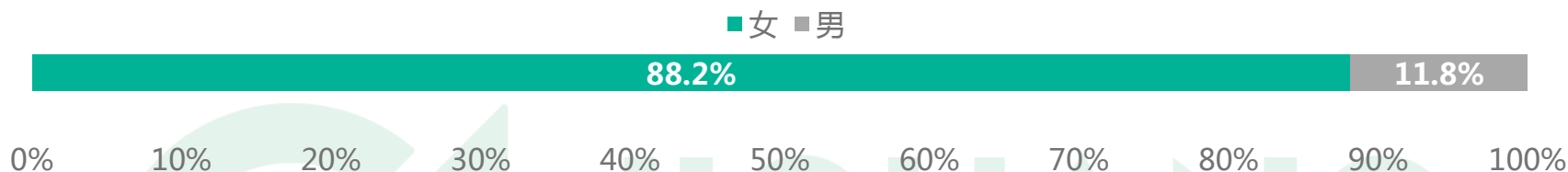
*数据来源：极光数据研究院；取数节点：周

*仅含安卓客户端

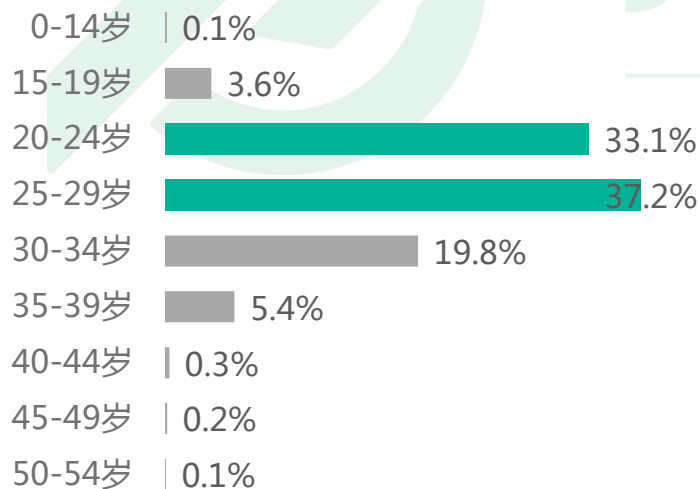
小红书用户画像

小红书用户中接近9成为女性，超过7成用户年龄分布在20-29岁之间，最感兴趣的话题依次是美食，潮流时尚和旅行

小红书用户性别比例



小红书用户年龄分布



小红书用户Top3兴趣标签

美食

76.1%

潮流时尚

75.7%

旅行

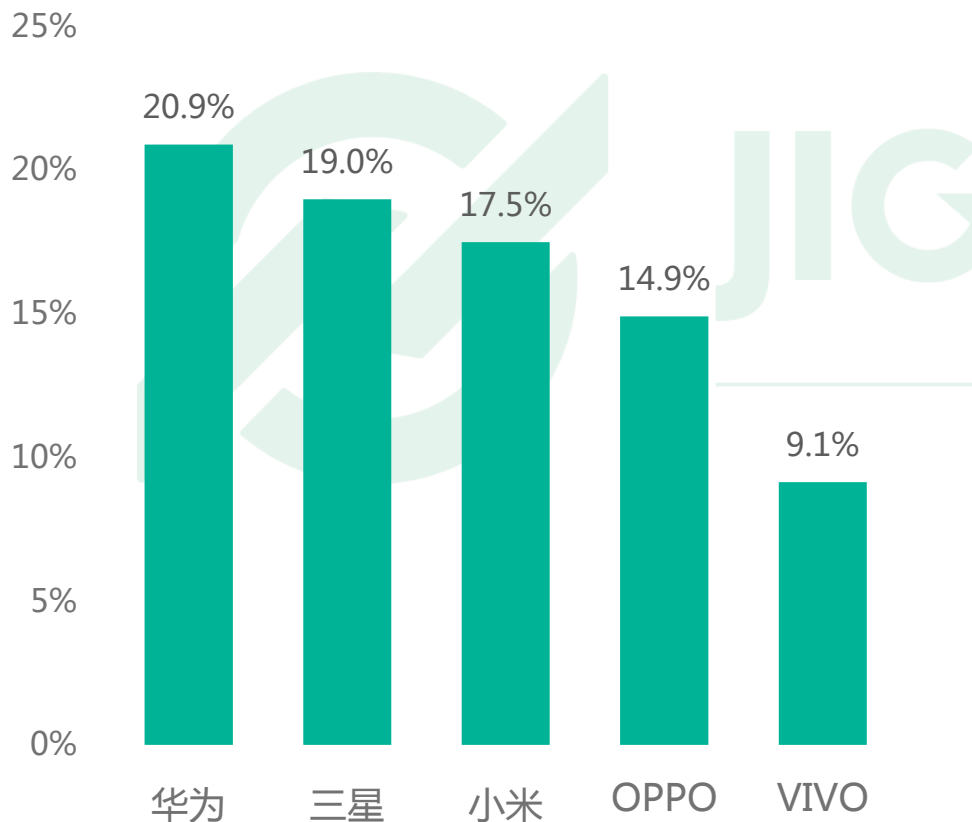
55.3%

*数据来源：极光数据研究院

小红书用户画像

使用安卓系统的小红书用户中有1/5使用的是华为，每个用户日均使用小红书1.6次，使用频率最高的时间段为下午3点到4点之间

小红书用户Top5手机品牌分布*



*数据来源：极光数据研究院

*仅含安卓客户端

数据说明：小红书使用习惯取数范围为9月4日，每半小时内的所有打开动作统计为一次

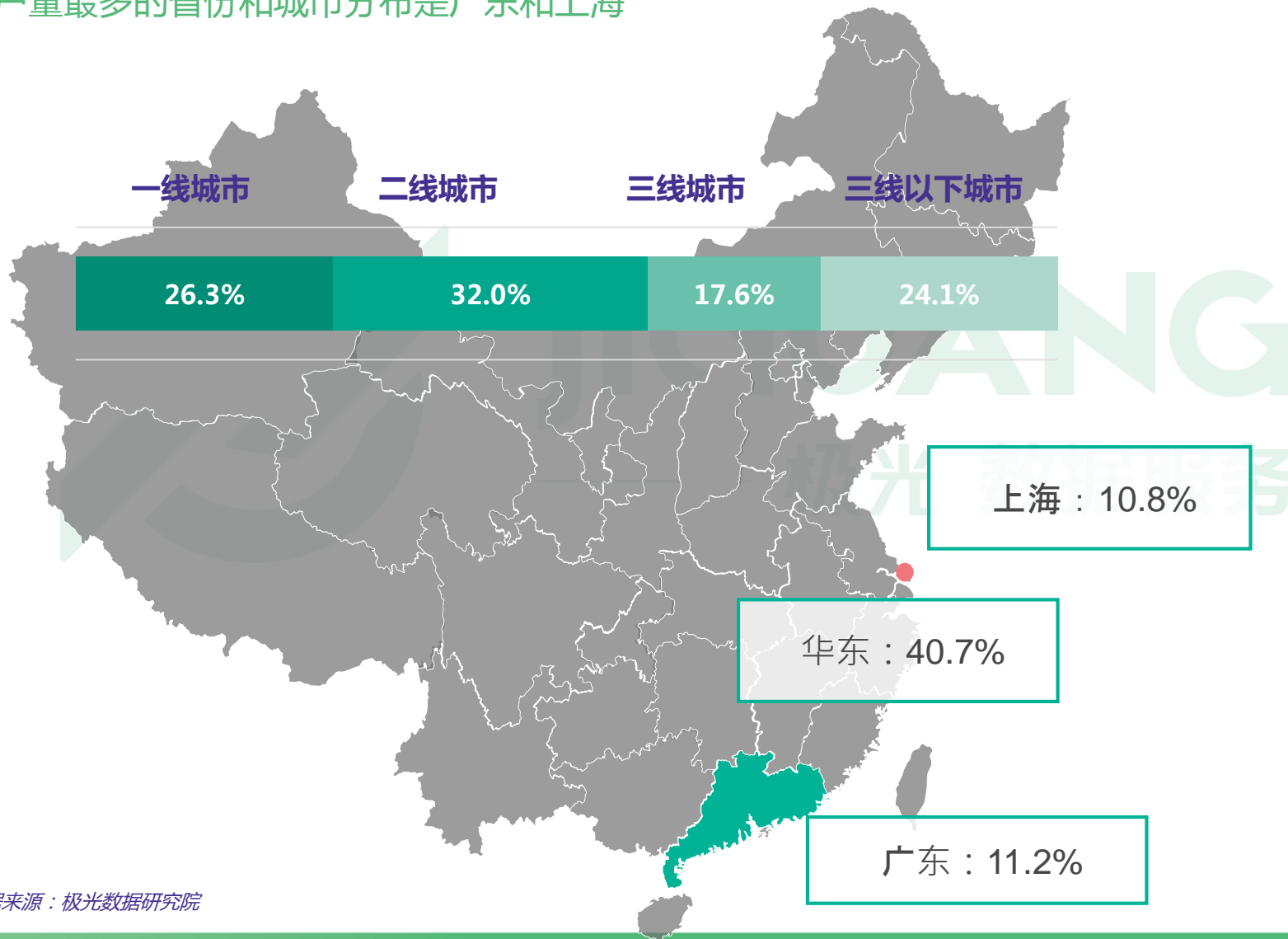
小红书用户使用习惯

日均使用次数
1.6 次

使用高频时段
3 : 00—4 : 00 PM

小红书用户画像

接近6成的小红书用户分布在一线和二线城市，超过4成的小红书用户分布在华东地区，用户量最多的省份和城市分布是广东和上海



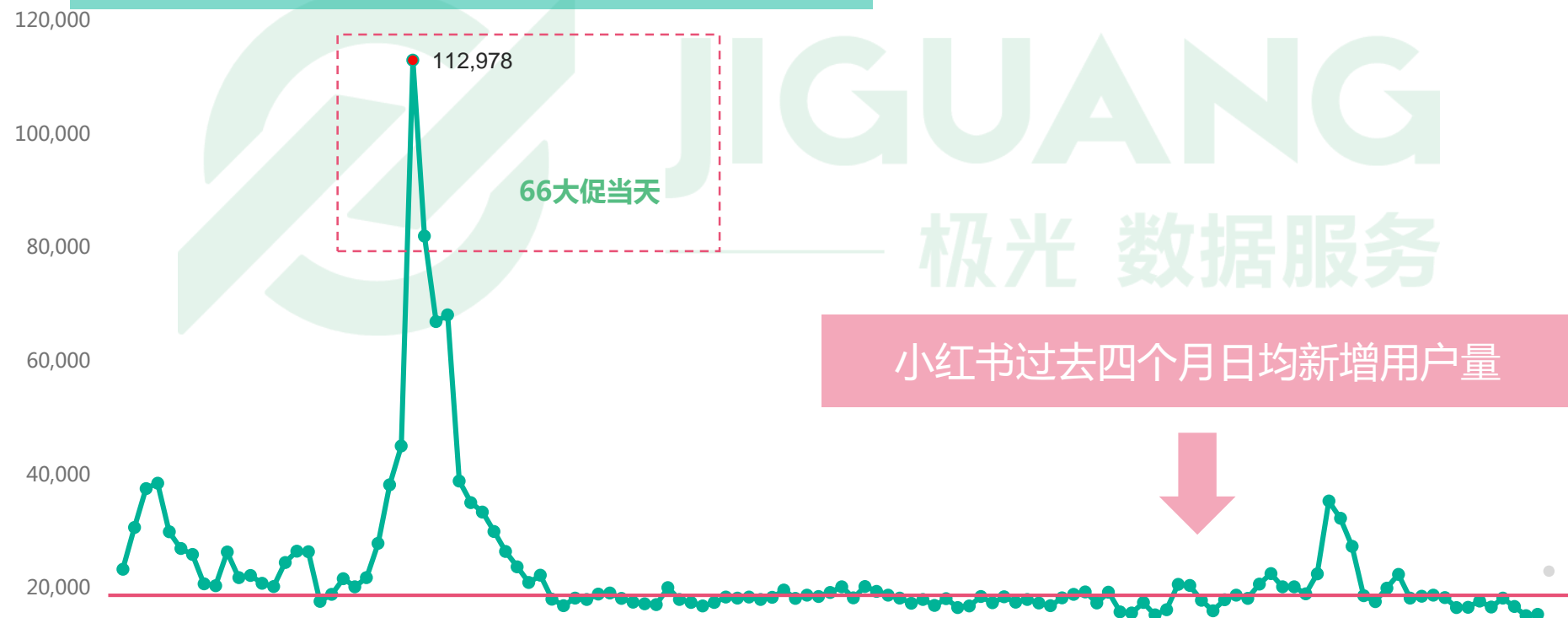
*数据来源：极光数据研究院

小红书近4个月新增用户数量变化趋势

小红书在66大促当天新增用户数量达到最近4个月的峰值

- 6月6日，小红书开启周年大促，当天新增用户数量超过11万人，活动效果显著
- 从今年5月12日至9月11日，小红书日均新增用户数量为**22,952**人

小红书近4个月新增用户数量变化趋势



*数据来源：极光数据研究院

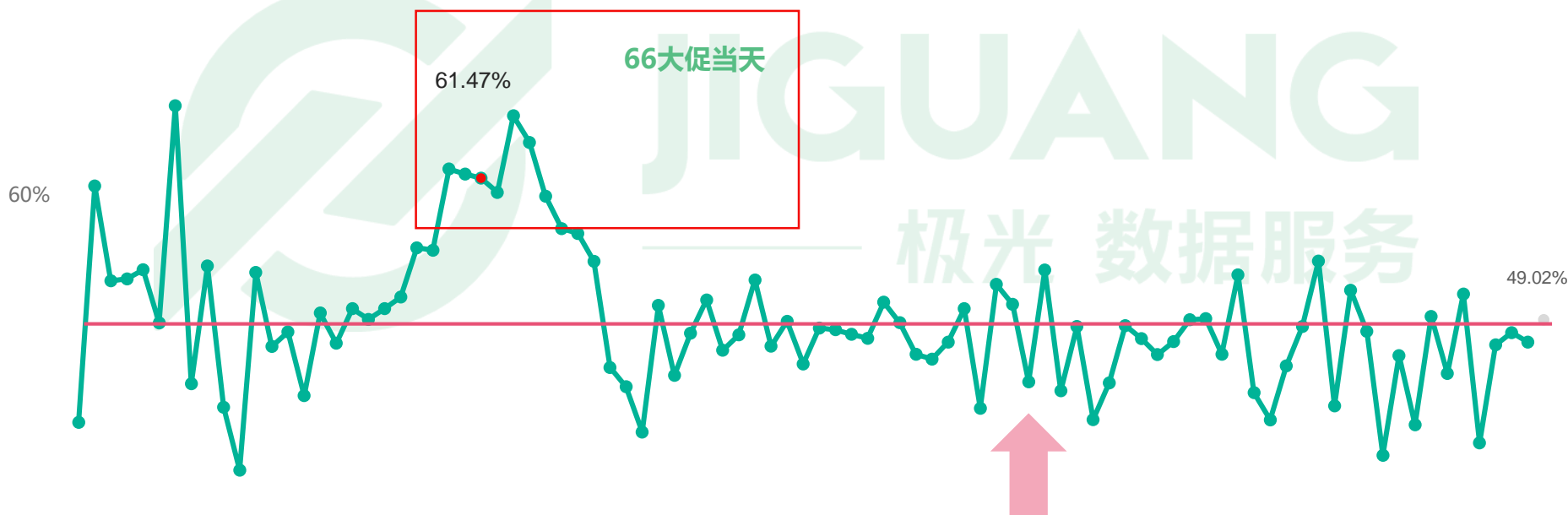
0

小红书5月13日—8月12日30天用户流失率变化

小红书在66大促当天的30天用户流失率为61.5%，明显高于近4个月平均水平

- 小红书在5月13日—8月12日期间的平均30天用户流失率为**49%**，意味着小红书的新增用户中大约有一半的用户会在一个月内卸载掉小红书

小红书30天用户流失率



小红书5月13日—8月12日期间的平均30天用户流失率

20%

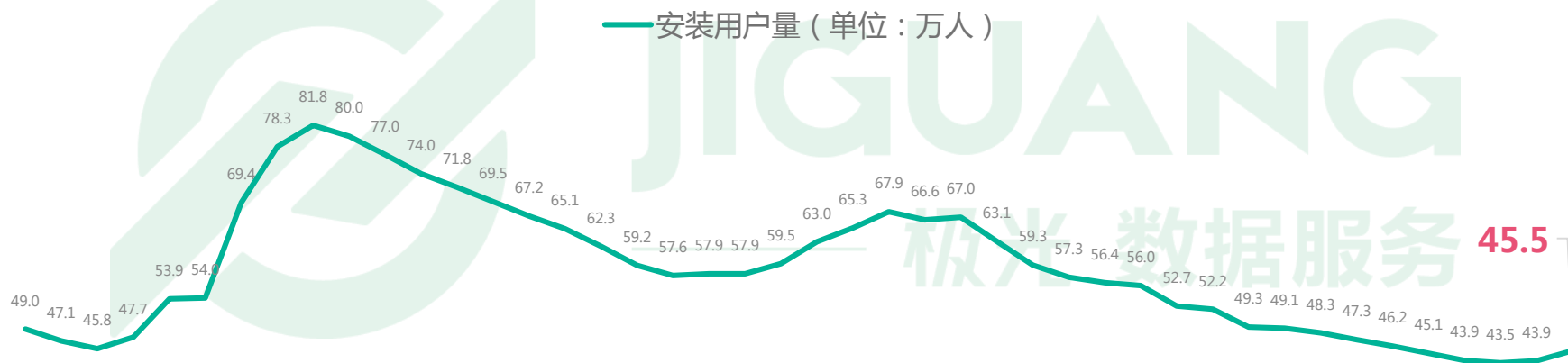
*数据来源：极光数据研究院

洋码头市场概况

洋码头市场规模基本稳定，但有缩减趋势

- 洋码头的市场渗透率近四个季度的峰值在2015年12月，之后持续处于下降状态
- 根据极光iAPP的数据显示，洋码头8月的市场渗透率为**0.07%**，安装用户量为**45.5万**

洋码头市场规模变化趋势



Nov.	Dec.	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May.	Jun.	Jul.	Aug.
2015		2016							

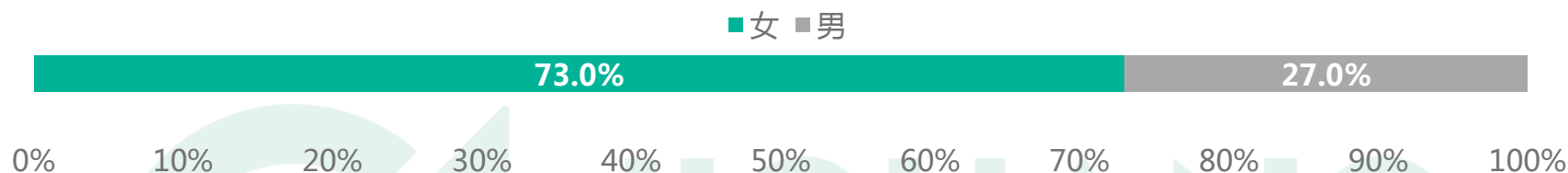
*数据来源：极光数据研究院；取数节点：周

*仅含安卓客户端

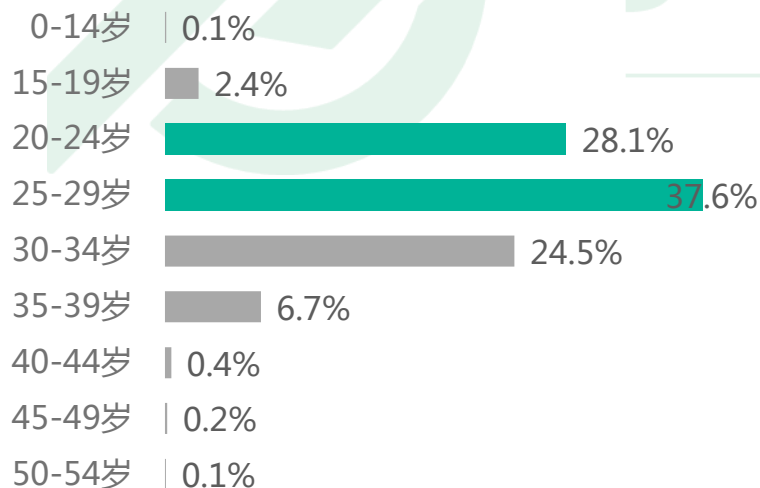
洋码头用户画像

洋码头用户中超过7成为女性，超过6成用户年龄分布在20-29岁之间，最感兴趣的话题依次是潮流时尚，美食和旅行

洋码头用户性别比例



洋码头用户年龄分布



洋码头用户Top3兴趣标签

潮流时尚

77.4%

美食

74.8%

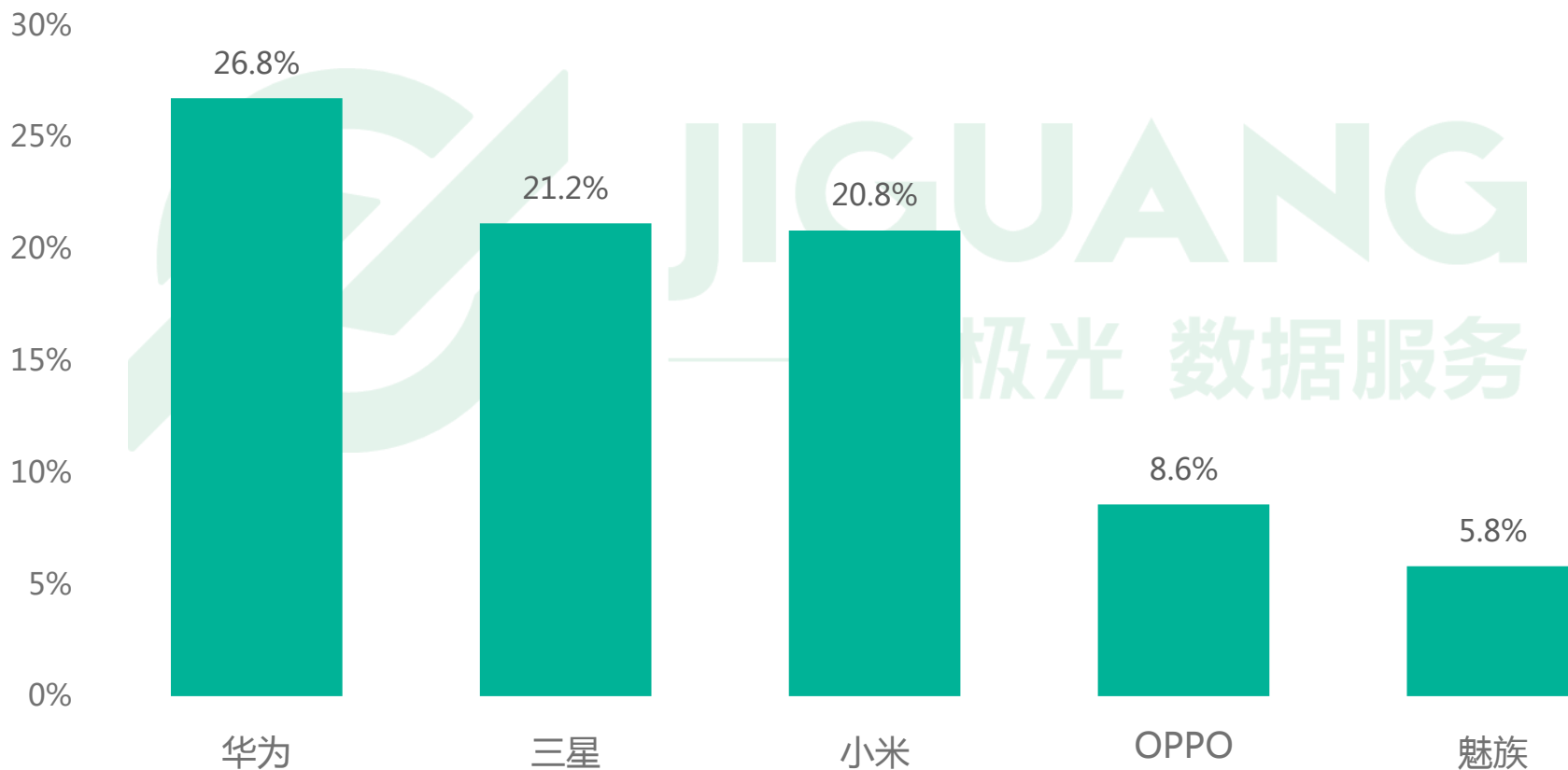
旅行

64.0%

*数据来源：极光数据研究院

使用安卓系统的洋码头用户中有1/4使用的是华为，使用三星和小米的用户均占1/5左右

洋码头用户Top5手机品牌分布*

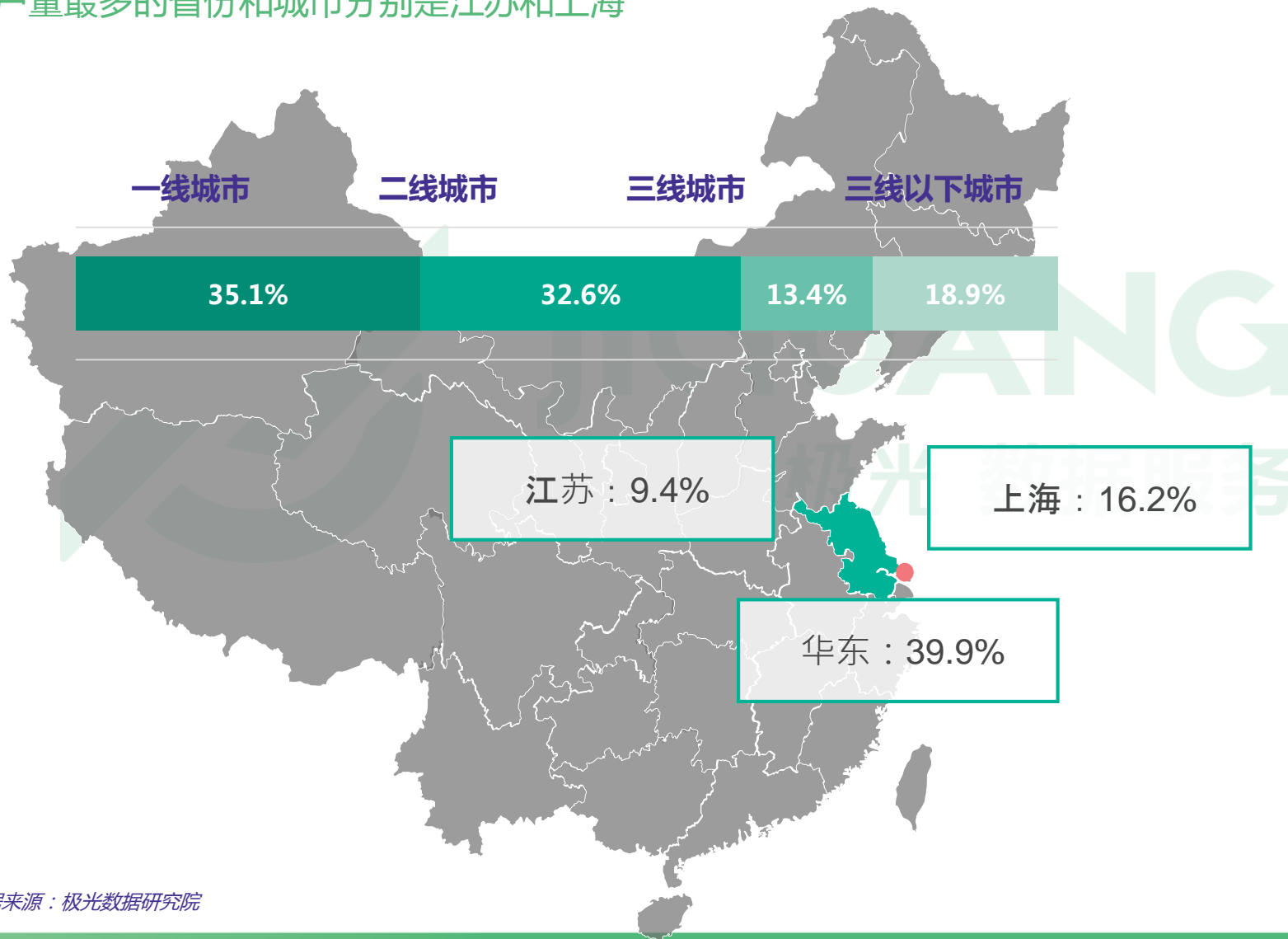


*数据来源：极光数据研究院

*仅含安卓客户端

洋码头用户画像

接近7成的洋码头用户分布在一线和二线城市，接近4成的洋码头用户分布在华东地区，用户量最多的省份和城市分别是江苏和上海



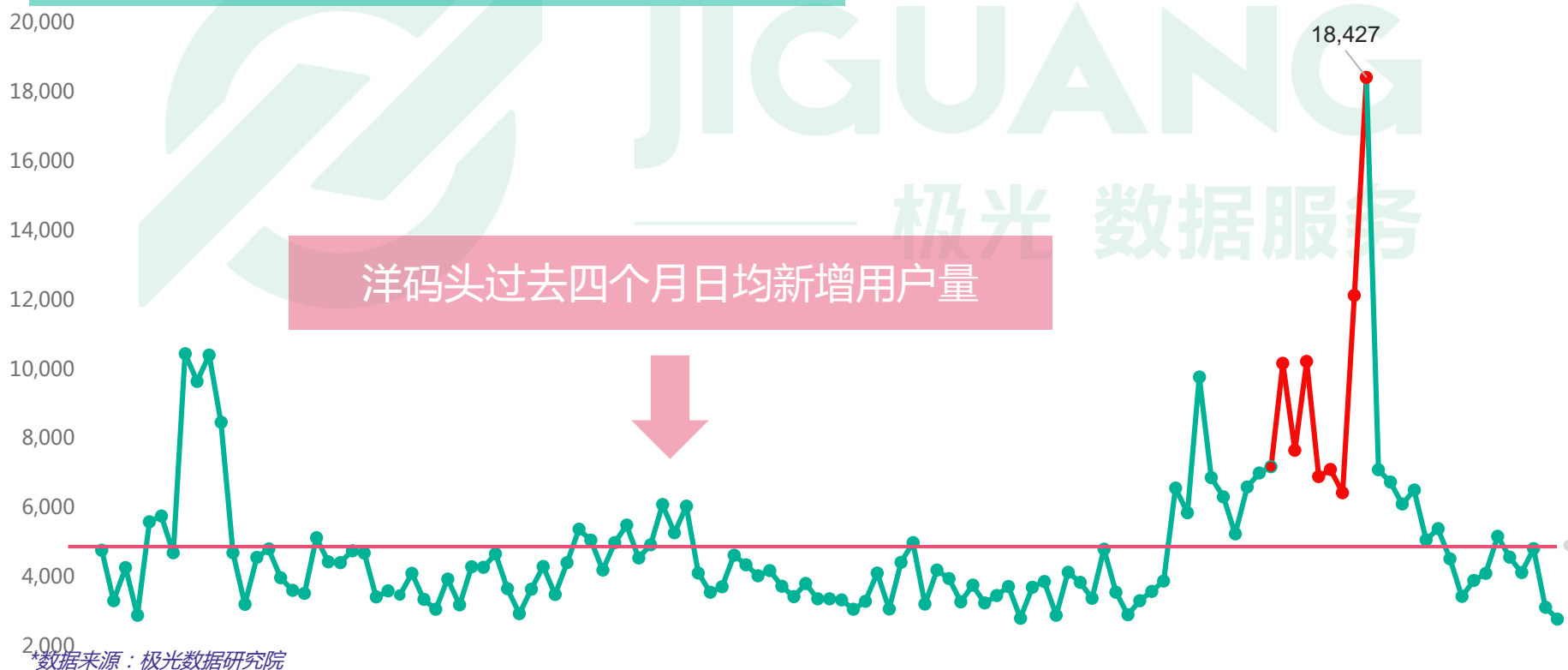
*数据来源：极光数据研究院

洋码头全球折扣扫货季期间新增用户

洋码头的新增用户在全球折扣扫货季活动的最后一天达到近四个月来的峰值

- 8月18日至8月26日，洋码头为庆祝成立六周年上线“全球折扣扫货季”活动，活动最后一天新增用户数量激增；从今年5月12日至9月11日，洋码头日均新增用户数量为**4,906**人

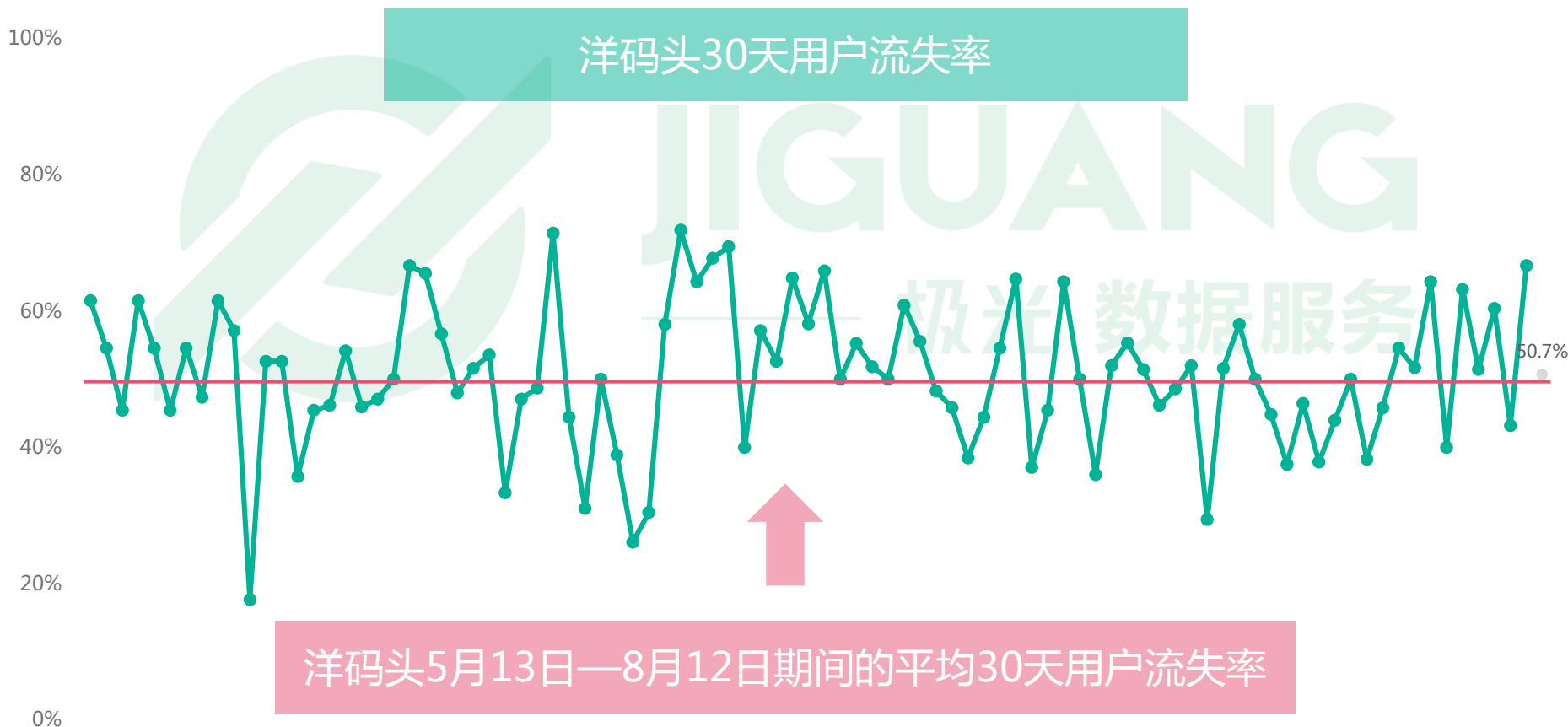
洋码头近4个月新增用户数量变化趋势



洋码头5月13日—8月12日30天用户流失率变化

洋码头在全球折扣扫货季

- 洋码头在5月13日—8月12日期间的平均30天用户流失率为**50.7%**，意味着洋码头的新增用户中有超过一半的用户会在一个月内卸载洋码头

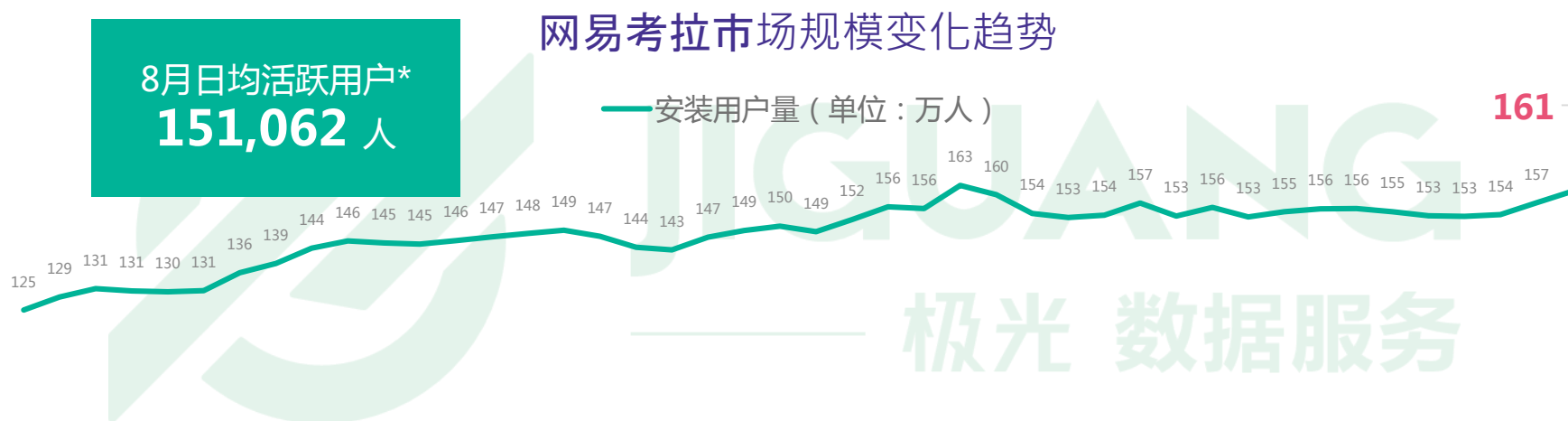


*数据来源：极光数据研究院

网易考拉市场概况

网易考拉市场规模整体呈扩大趋势

- 在2015.11—2016.08期间，网易考拉发展势头良好，截止至8月最后一周，网易考拉的市场渗透率为**0.24%**，安装用户数量为**161万人**；网易考拉8月安卓端日均活跃用户超过**15万人**



极光 数据服务

Nov.	Dec.	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May.	Jun.	Jul.	Aug.
2015		2016							

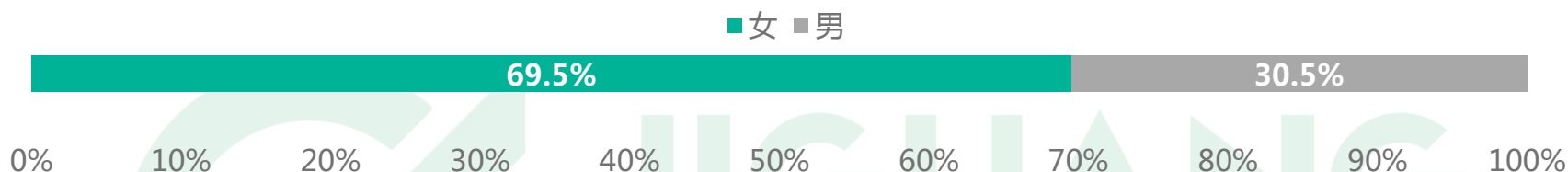
*数据来源：极光数据研究院；取数节点：周

*仅含安卓客户端

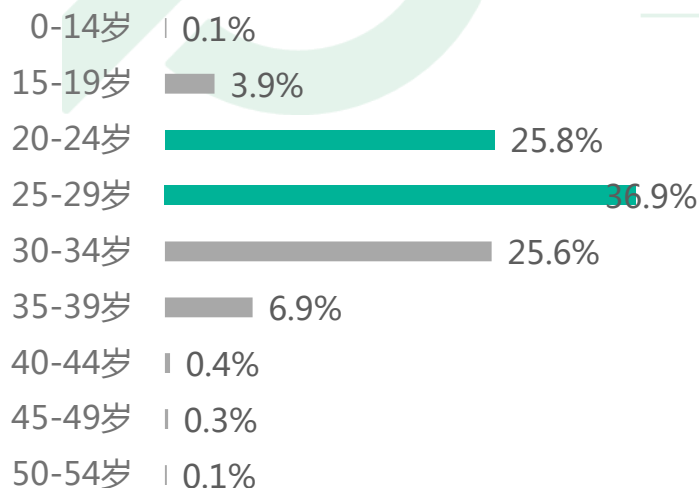
网易考拉市场概况及用户画像

网易考拉用户中7成为女性，超过6成用户年龄分布在20-29岁之间，最感兴趣的话题依次是潮流时尚，美食和旅行

网易考拉用户性别比例



网易考拉用户年龄分布



网易考拉用户Top3兴趣标签

潮流时尚

78.1%

美食

74.9%

旅行

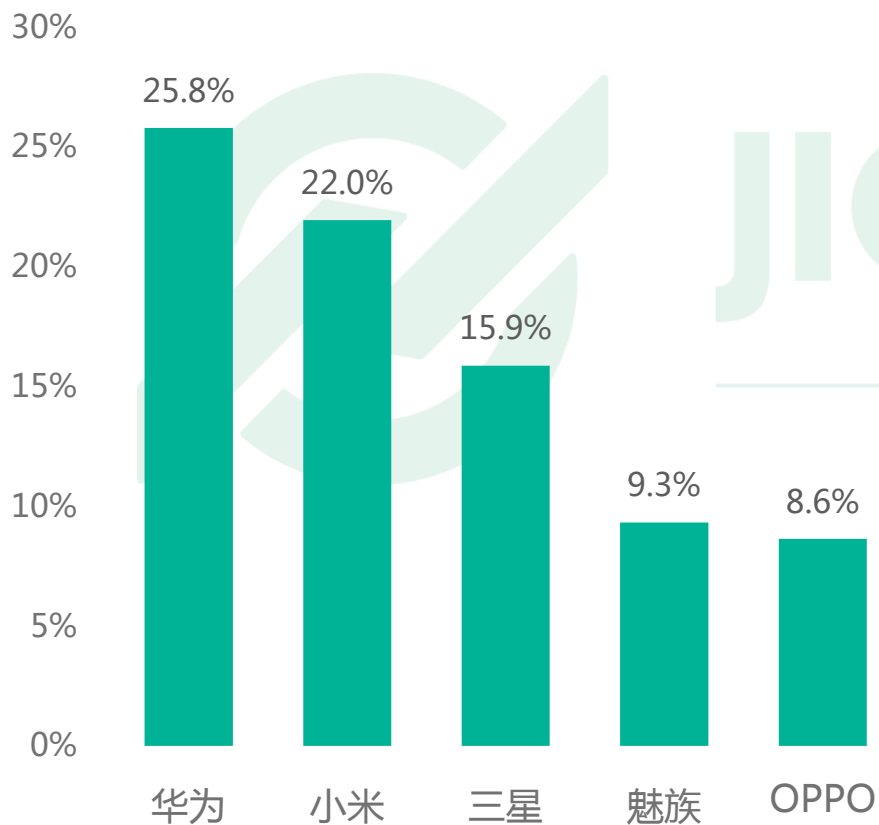
56.9%

*数据来源：极光数据研究院

网易考拉用户画像

使用安卓系统的网易考拉用户中有超过1/5使用的是华为，每个用户日均使用网易考拉1.27次，使用频率最高的时间段为晚上11点到12点之间

网易考拉用户Top5手机品牌分布*



网易考拉用户使用习惯

日均使用次数
1.3 次

使用高频时段
23 : 00—0 : 00 PM

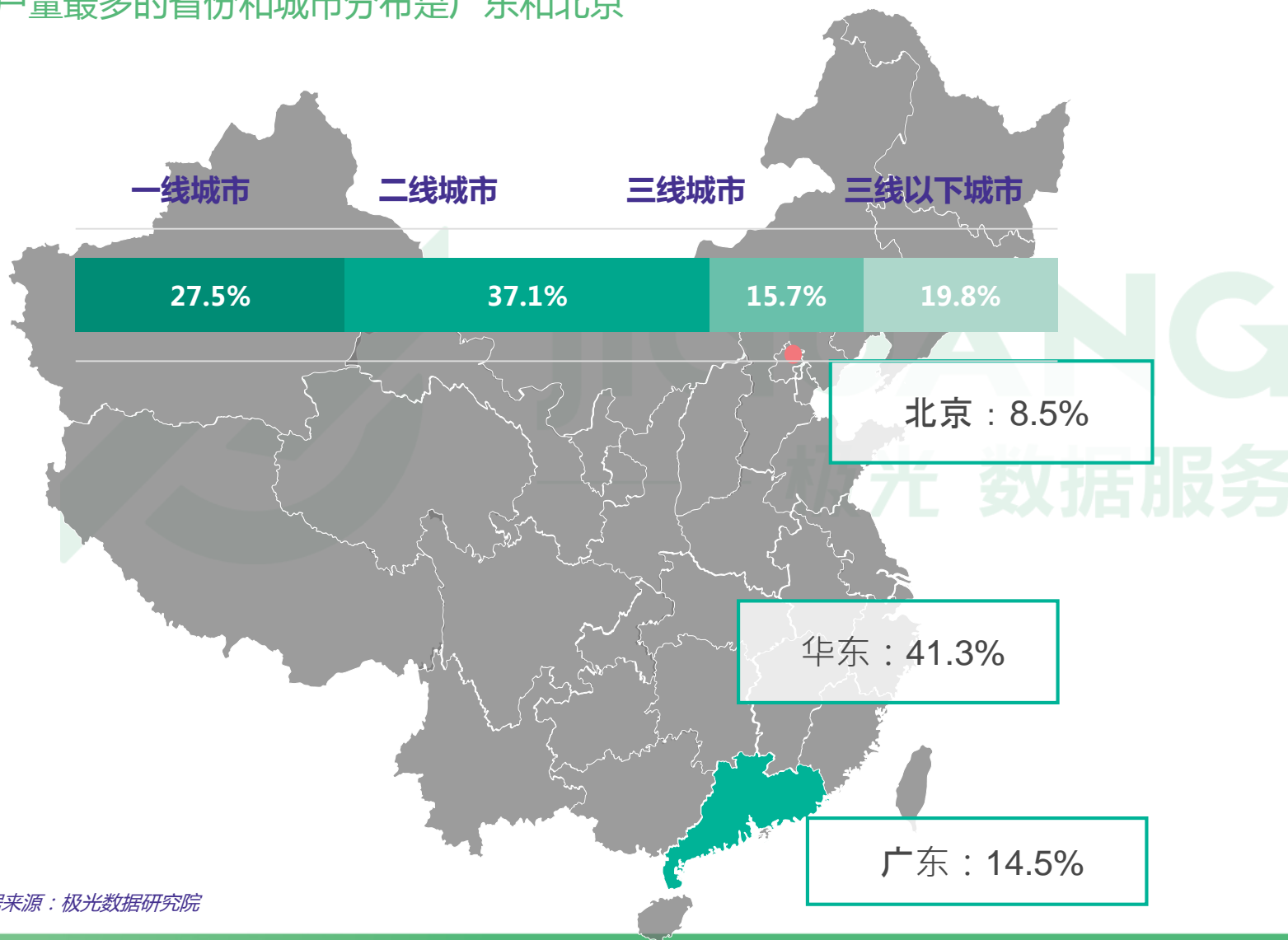
*数据来源：极光数据研究院

*仅含安卓客户端

数据说明：网易考拉使用习惯取数范围为9月4日，每半小时内的所有打开动作统一统计为一次

网易考拉用户画像

超过6成的网易考拉用户分布在一线和二线城市，超过4成的网易考拉用户分布在华东地区，用户量最多的省份和城市分布是广东和北京



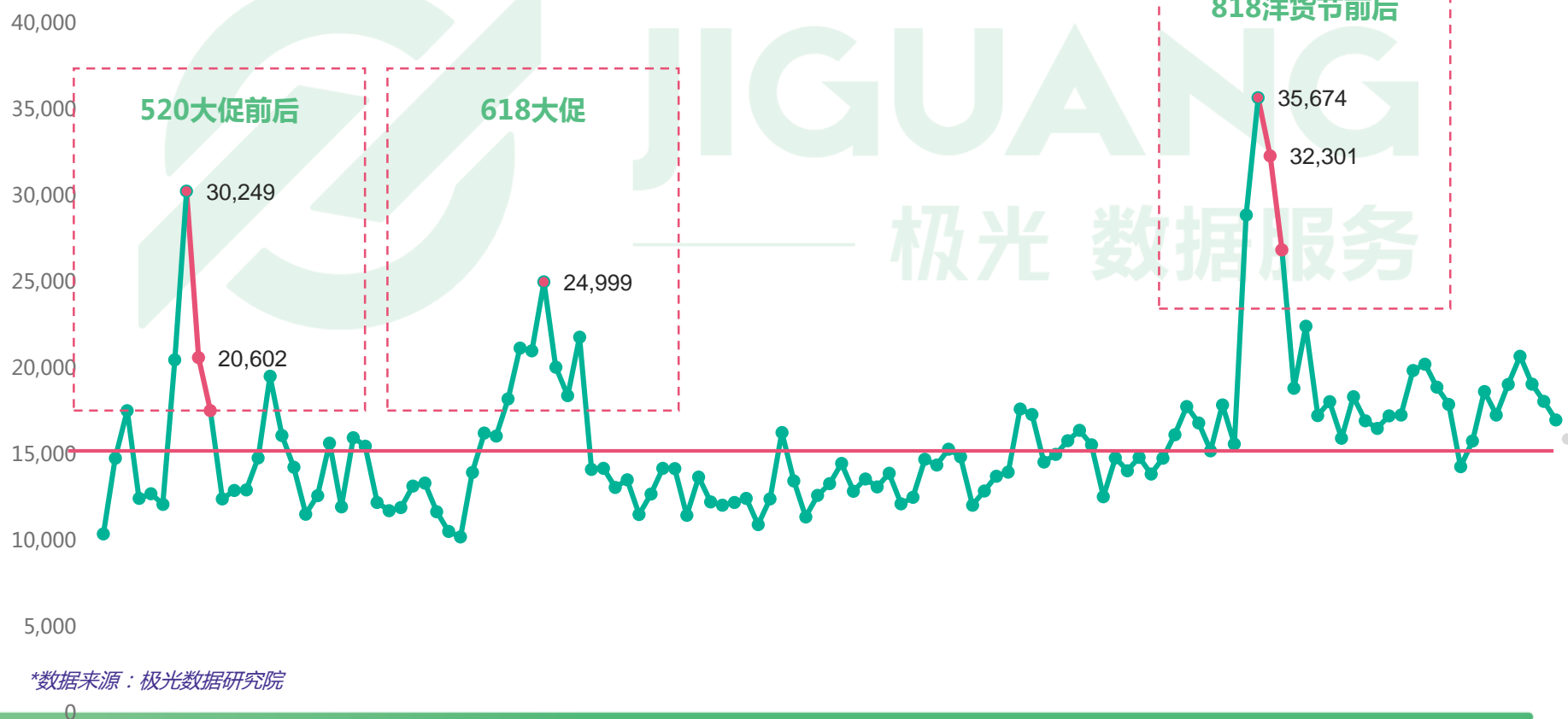
*数据来源：极光数据研究院

网易考拉近4个月新增用户数量变化趋势

网易考拉在大促前后的新增用户量明显高于平日水平，其中818洋货节前的新增用户量最高

- 520大促，618大促和818洋货节前后，网易考拉的新增用户数量飙升，活动宣传效果显著
- 从今年5月12日至9月11日，网易考拉日均新增用户数量为**15,890**人

网易考拉近4个月新增用户数量变化趋势

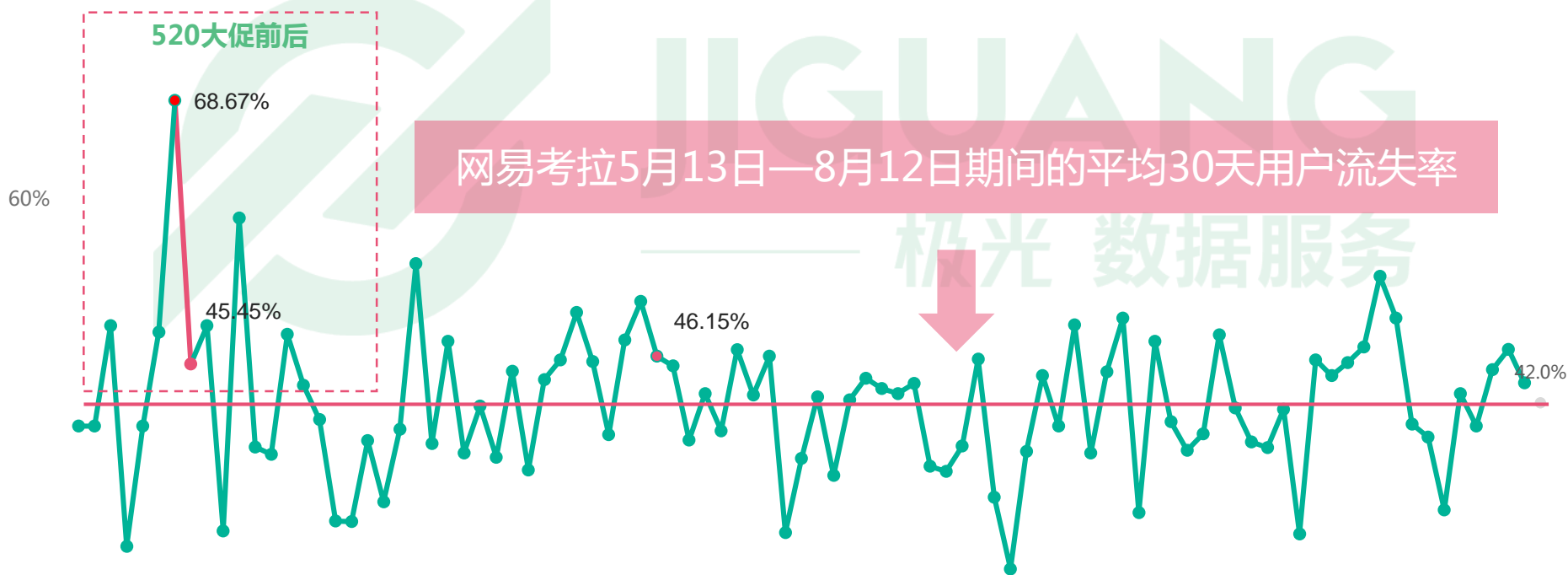


网易考拉5月13日—8月12日30天用户流失率变化

网易考拉在520大促和618大促当天的新增用户30天流失率在45%左右

- 网易考拉在5月13日—8月12日期间的平均30天用户流失率为**42%**，意味着网易考拉的新增用户中有接近6成的用户在一个月后仍保留了这个app

网易考拉30天用户流失率



20%

*数据来源：极光数据研究院

1. 数据来源

极光数据服务，源于极光云服务平台的行业数据采集和各类公开数据的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据说明

垂直海淘app包括小红书，网易考拉，蜜芽等347款应用

综合商城app包括手机淘宝，手机京东，天猫等25,257款应用

3. 数据周期

报告整体时间段：2015年11月-2016年8月

4. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

极光（www.jiguang.cn）是中国领先的移动大数据平台和移动应用云服务提供商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata、中国移动等。公司自2011年成立以来专注于为APP开发者提供稳定高效的推送、即时通讯和短信验证码等开发者服务。至今我们已经服务了超过40万款移动应用，累计覆盖超过50亿个移动终端，月活跃用户超过6亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光广告服务和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光广告服务：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率



洞见数据，智判先机



极光数据研究院

Allen

Tel: +86 139-1153-2320

Email: dataservice@jiguang.cn