



—— 洋气的中国海淘族 ——  
**国人“黑五”热情不输“双11”**

TalkingData移动数据研究中心

A blue-toned geometric network background consisting of numerous interconnected triangles, creating a sense of connectivity and data flow. Superimposed on this background are several orange triangular callout boxes containing brand names: "洋码头" (left), "美丽说 HIGO" (center-left), "达令" (bottom center), "值得" (right), and "小红书" (top right).



1

## 海淘应用行业概况

---

2

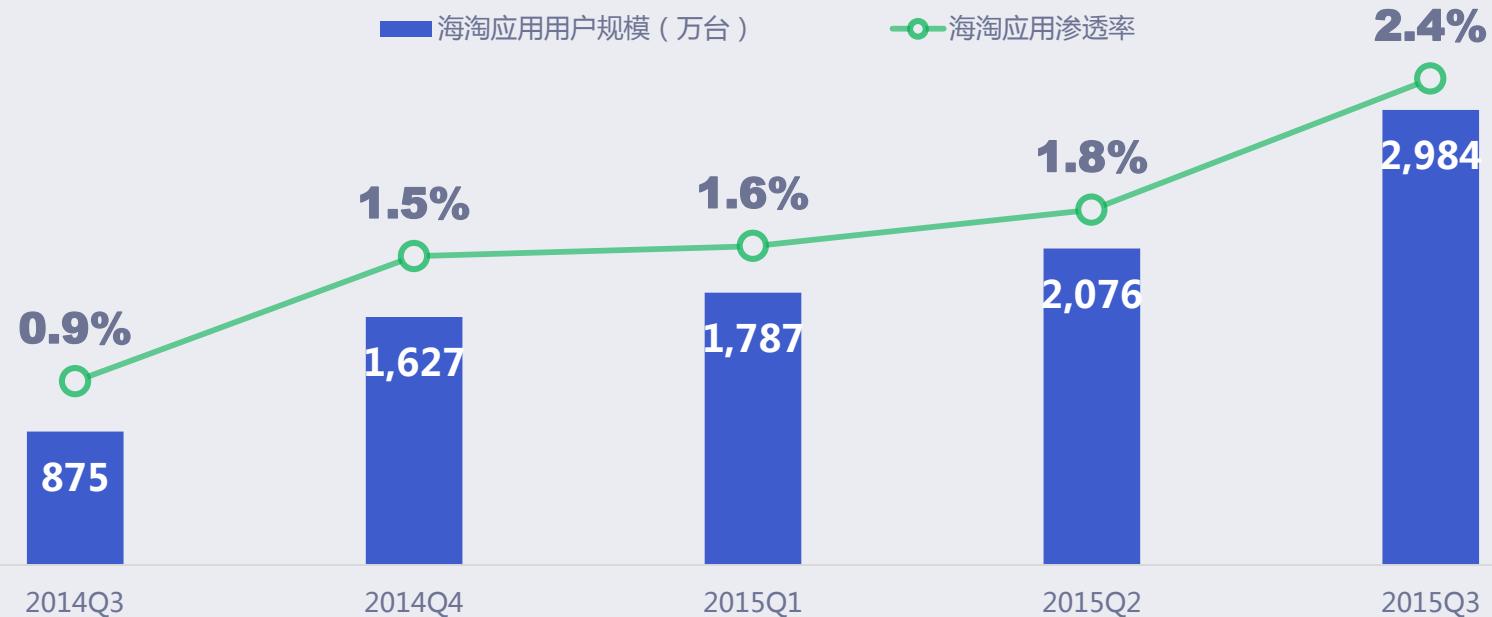
## 海淘应用人群画像

3

## 海淘应用使用行为

- 截止2015年Q3，海淘应用用户规模接近3000万，在移动互联网的渗透率达到2.4%，海淘应用渗透率相比去年同期的0.9%增长2倍多，海淘逐渐成为电商行业比较热门的领域，海淘移动化趋势越来越明显，市场前景比较看好

2014Q3-2015Q3 海淘应用用户规模&海淘应用渗透率



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2014年Q3-2015年Q3，海淘应用用户规模指使用过海淘应用的移动端累计活跃设备总数；海淘应用渗透率指海淘应用用户规模在移动互联网用户规模中的占比

- 海淘应用以满足用户跨境购物为出发点，涵盖导购、电商、支付、转运和物流等多个环节，经市场运作而逐渐演变为跨境电商、海淘导购、海外直购等细分领域，海淘应用逐渐成长为用户跨境购物的重要渠道和平台

海淘应用主要细分类型



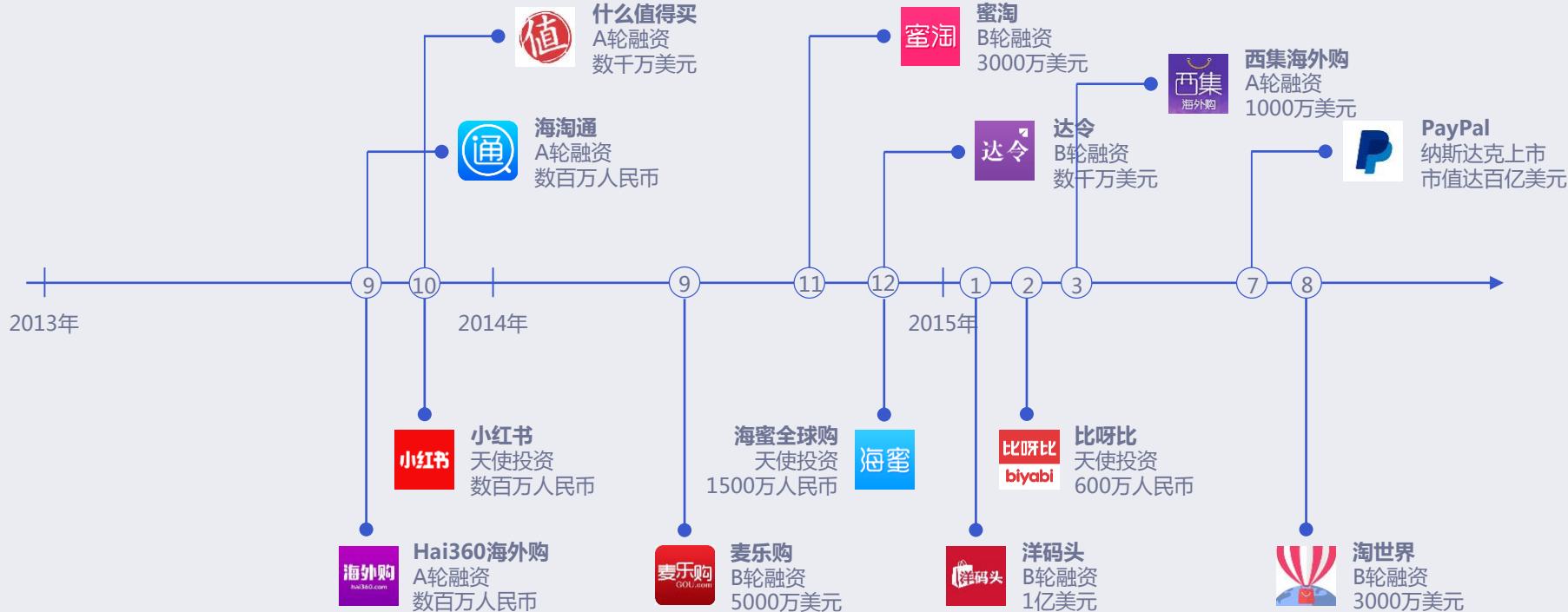
## 行业概况：产业链条

- 随着海淘产业链条越来越完善，配套服务与海内外商家的衔接更加流畅，用户跨境购物的选择也更加便利多样，用户除了能够直接从海外商家购得所需之物，还可以利用国内商家以及导购平台购买海外商品，海淘市场逐渐扩大



数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心 , 公开资料整理

- 近年来海淘领域开始涌现出一大批公司，包括导购、跨境电商平台等，海外购物全产业链化不仅降低了用户海淘的门槛，而且提高了国内市场对海外商品的需求，海淘的市场竞争正随着传统电商、资本等的介入逐渐加剧

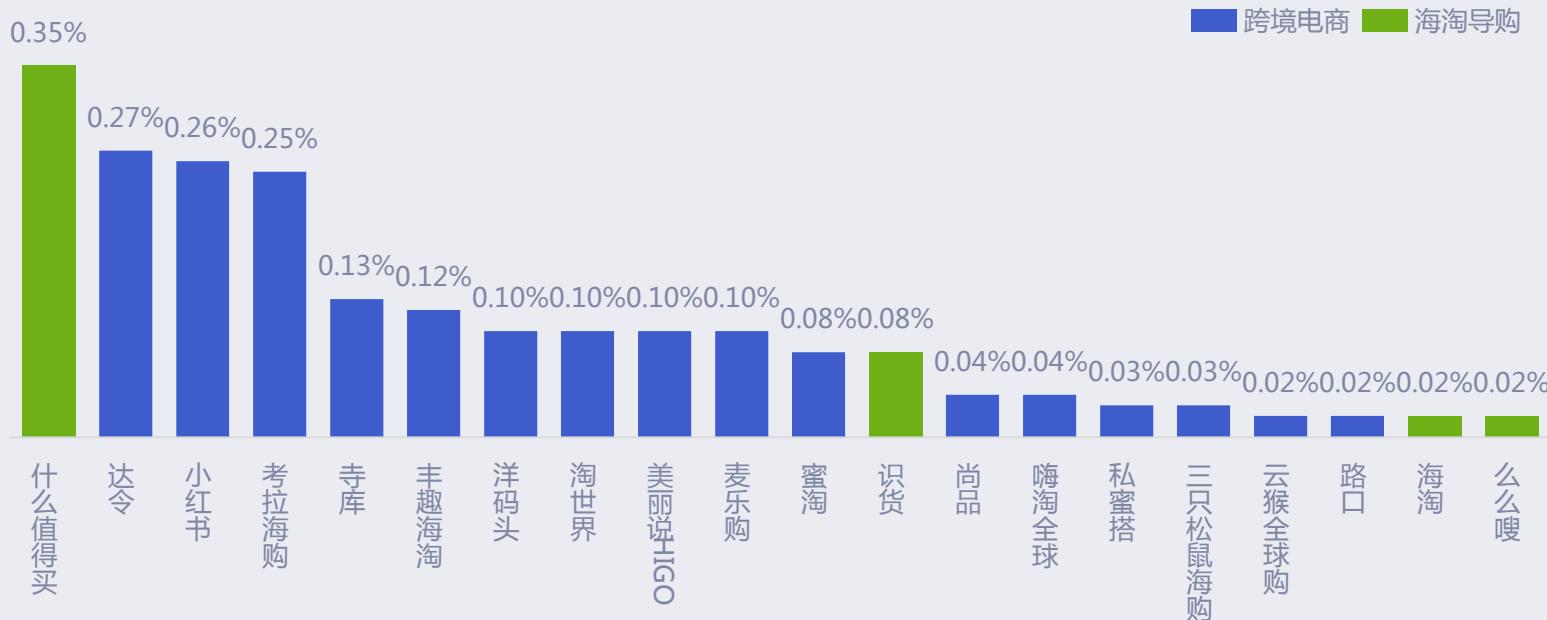


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，公开资料整理

## 行业概况：海淘应用覆盖TOP

- 海淘应用覆盖TOP20中主要以跨境电商类应用为主，海淘用户大部分通过本土跨境电商平台购买海外商品，本土的海淘服务及质量逐渐得到用户认可；海淘导购类应用利用爆料或推荐海内外电商优惠商品，也沉淀大量海淘用户

2015年11月 海淘应用覆盖TOP20

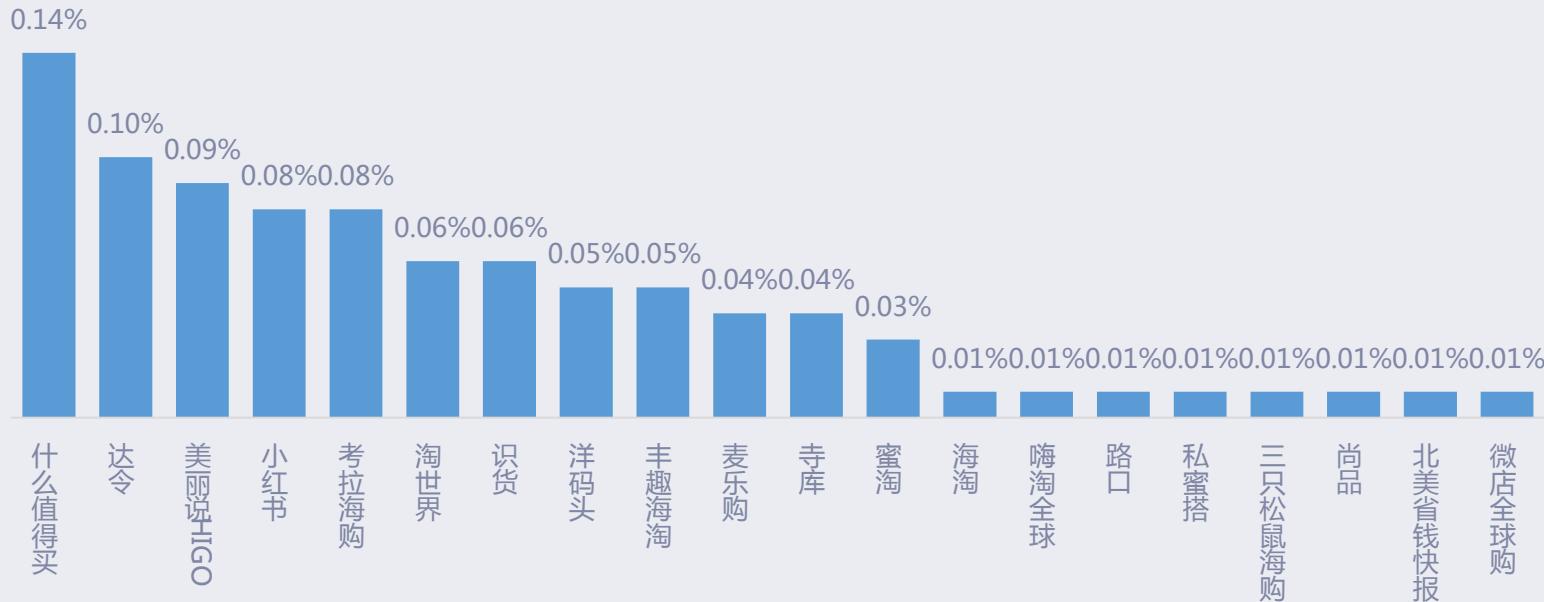


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年11月Android平台数据

## 行业概况：海淘应用活跃TOP

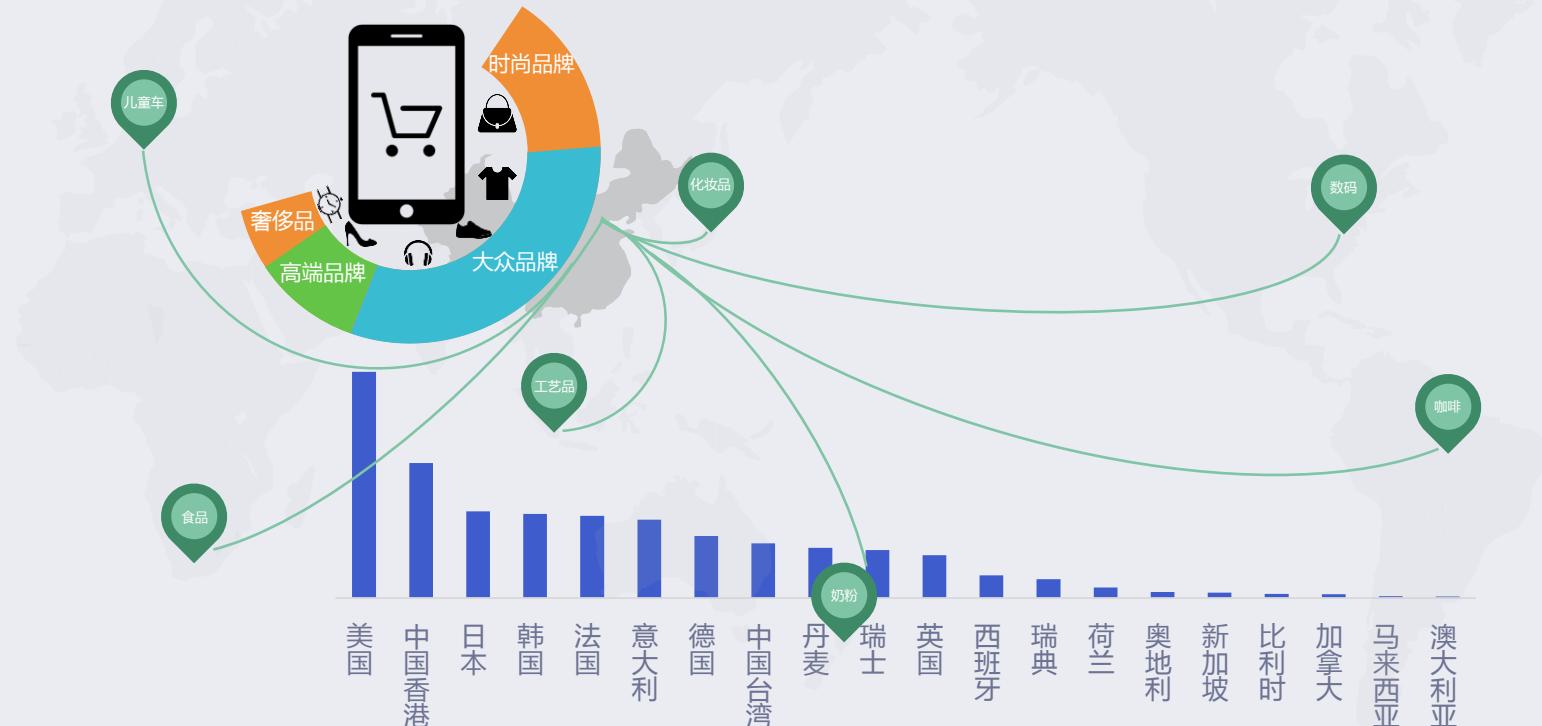
- 什么值得买的活跃相对较高，海淘用户比较关注促销优惠、海淘攻略等信息，达令、美丽说HIGO和小红书等跨境电商也较为活跃，不过差距并不明显；目前海淘应用尚处于发展阶段，国内用户在移动端的海淘习惯仍需培养

2015年11月 海淘应用活跃TOP20



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年11月Android平台数据

- 从消费偏好看，海淘用户比较倾向大众、时尚和高端等品牌，对食品、化妆品等品类海外商品具有较高需求，同时还喜欢购买美国、中国香港、日本、韩国以及法国等欧洲地区品牌商品



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；WIFPIX线下商场数据采集



1 | 海淘应用行业概况



2 | 海淘应用人群画像

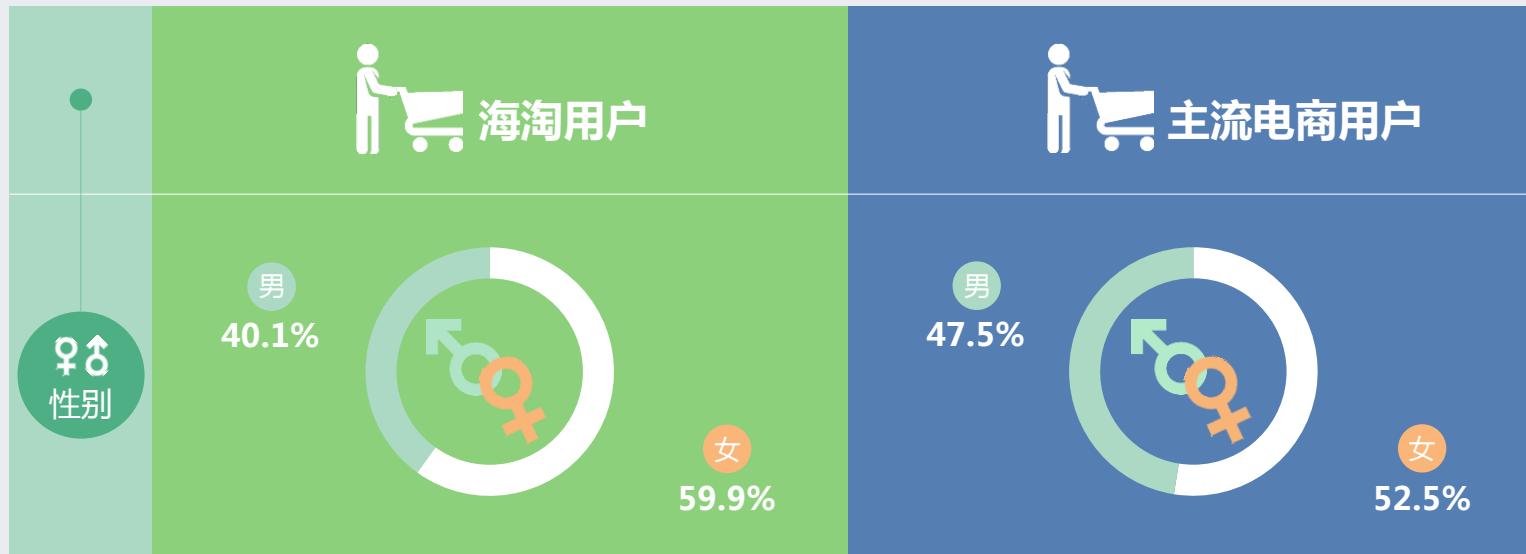
---

3 | 海淘应用使用行为

## 人群画像：性别

- 海淘用户中女性占比59.9%，较主流电商用户中女性占比高出7个百分点

2015年11月 海淘&主流电商用户性别分布

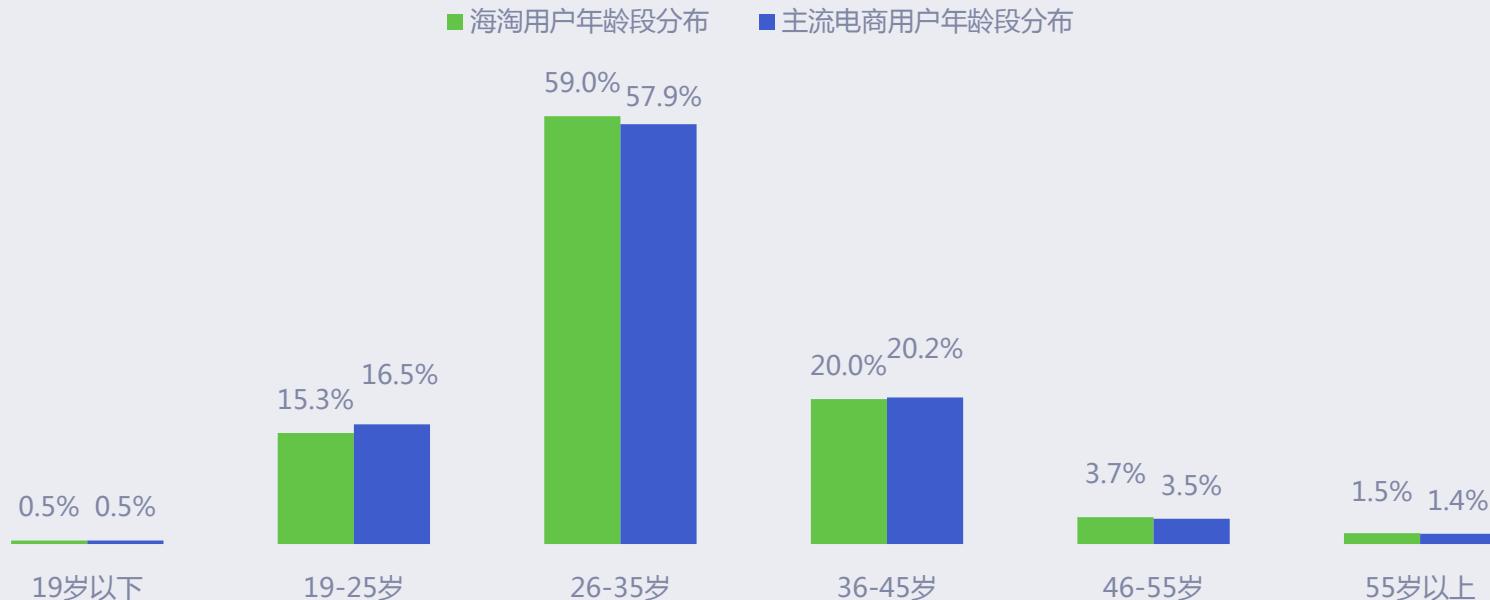


数据来源 : TalkingData 移动数据研究中心

## 人群画像：年龄段

- 海淘用户以19-45岁年龄段群体为主，其中年龄段在26-35岁用户占比接近60%，海淘用户多为收入稳定，可观或对海外商品有较强需求的群体，例如职场白领、幼儿父母等

2015年11月 海淘&主流电商用户年龄段分布

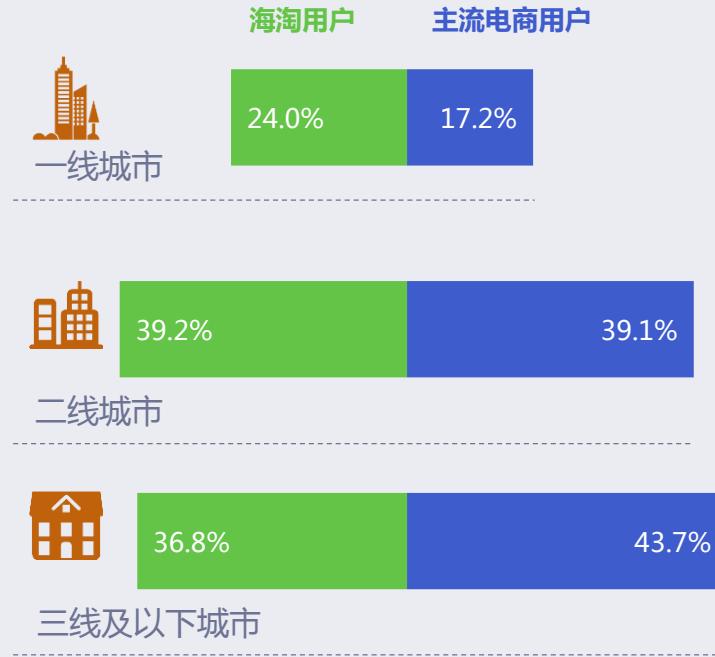


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 从常驻城市分布看，海淘用户主要分布于二线城市，有别于主流电商用户的集中于三线及以下城市；同时，海淘用户在一线城市的分布比例达到24%，高于主流电商用户的一线城市占比，一二线城市用户海淘意愿相对较高

2015年11月 海淘&amp;主流电商用户常驻城市分布

( Android )



排名	海淘用户		主流电商用户	
	城市名称	覆盖率	城市名称	覆盖率
1	北京	11.9%	北京	8.0%
2	上海	5.8%	天津	4.5%
3	天津	5.3%	广州	3.1%
4	广州	3.5%	成都	3.1%
5	成都	3.1%	上海	3.1%
6	杭州	3.0%	深圳	3.0%
7	武汉	2.9%	杭州	2.6%
8	深圳	2.7%	郑州	2.5%
9	南京	2.7%	武汉	2.4%
10	西安	2.2%	西安	2.3%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：一线城市为北上广深，二线城市为各省会、直辖市、以及厦门、珠海、汕头经济特区，三线及以下城市为除一二线城市之外其他城市。

- 从Android设备品牌分布看，海淘用户相对主流电商用户更倾向于使用三星、LG、索尼等海外品牌

2015年11月 海淘&amp;主流电商用户设备TOP10品牌分布

( Android )

海外品牌



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年11月Android平台数据



1 | 海淘应用行业概况

2 | 海淘应用人群画像

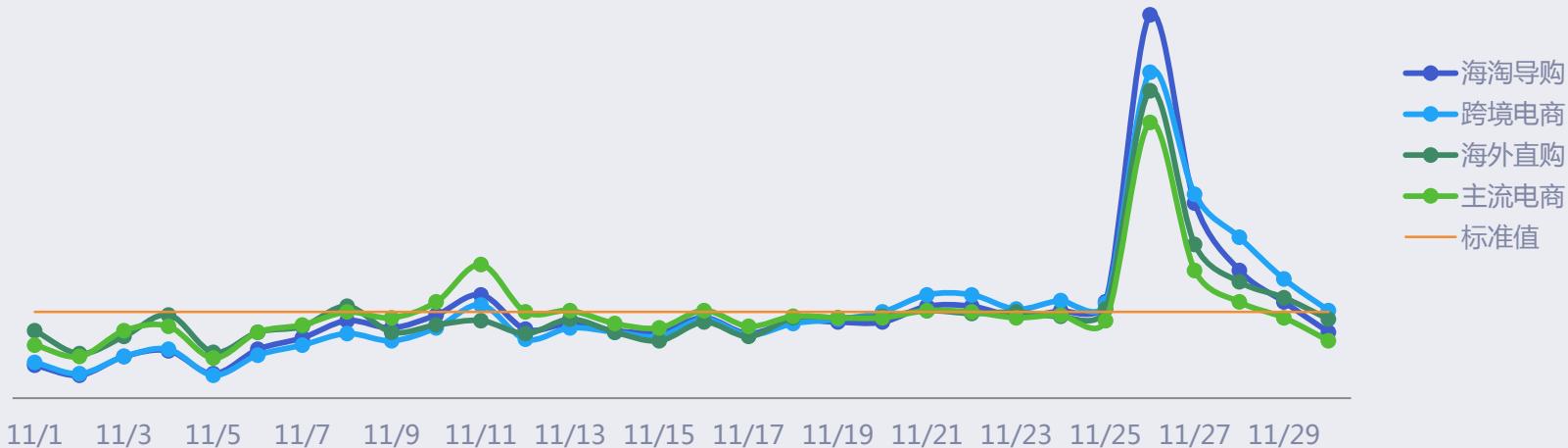


3 | 海淘应用使用行为

---

- 在“黑五”到来前一周，各类海淘应用的活跃频次TGI逐步提升，且TGI指数整体上高于主流电商应用；同时，“黑五”促销相比“双11”更加集中，促使海淘应用的活跃频次TGI在27日前后出现大幅增长，且高于“双11”当天

2015年11月 不同类型海淘应用&主流电商应用活跃频次TGI分布



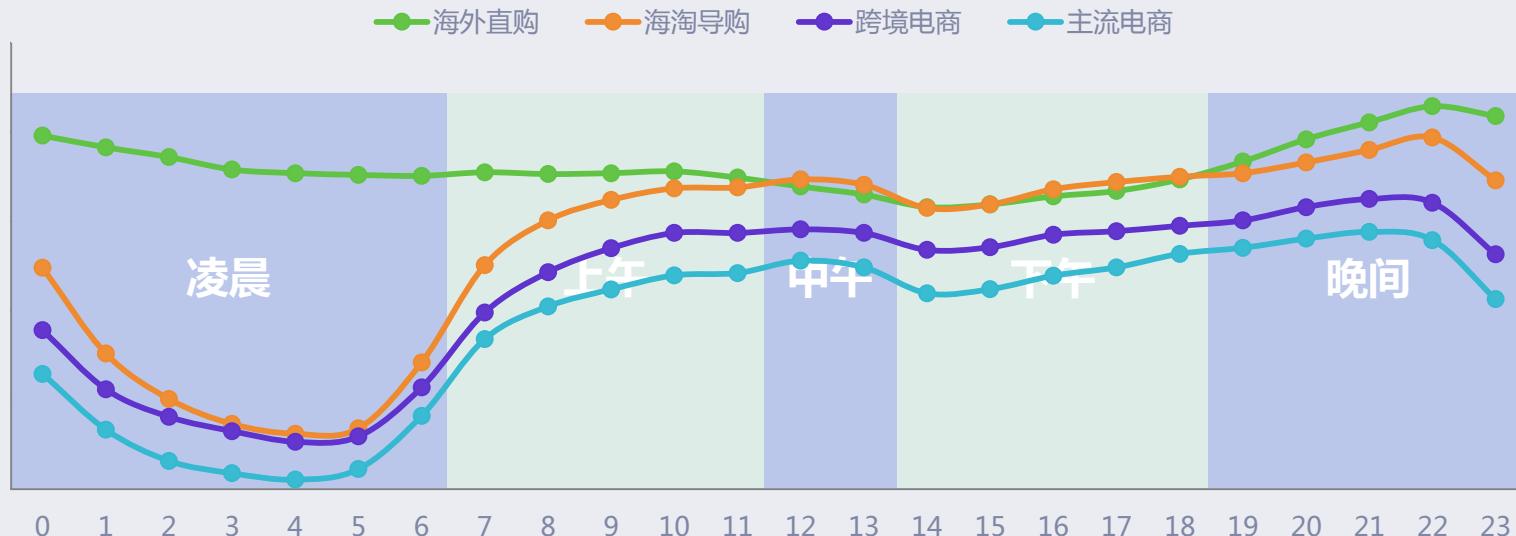
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年11月Android平台数据

各类应用活跃频次偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，  
应用活跃频次TGI= [当日用户某类型应用活跃频次/当月该类型应用的日均活跃频次]\*标准数100。

## 使用行为：时段分布

- 在“黑五”带动下，11月下旬起海淘类应用在各时段的活跃情况明显高于主流电商应用，并在晚间时段达到峰值，其中，海外直购类应用由于受到海内外用户的使用，在时差的影响下而呈现出全天候活跃的情形

2015年11月 不同类型海淘应用&主流电商应用活跃时段分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年11月Android平台数据

## 使用行为：消费偏好

- 在消费偏好方面，海淘用户比较偏好珠宝手表、零售卖场、文化教育、运动健康和化妆品等类，海淘用户对于提高生活质量方面的消费需求比较高，例如购买珠宝手表等贵重商品，出入大型实体购物中心等零售卖场

2015年11月 海淘&主流电商应用用户消费偏好TGI分布

类型 用户	珠宝 手表	零售 卖场	餐饮	文化 教育	运动 健康	化妆 品	箱包	服饰 鞋帽	数 码	家居 厨具	家用 电器	生活 服务
海淘用户	103	103	103	102	102	101	101	100	100	98	97	94
电商用户	97	97	97	98	98	99	99	100	100	102	103	106

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心和WIFIPIX线下商场数据采集

各类用户消费偏好使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，

消费偏好TGI= [用户某类型消费比例/该类型消费的平均比例]\*标准数100。

## 使用行为：关联应用

- 相比主流电商用户，海淘用户比较偏好O2O、旅游、出行和金融理财等类应用，同时倾向于使用Google Play Store、Chrome浏览器、Facebook和谷歌搜索等应用，海淘用户对海外应用需求和粘性较高

2015年11月 海淘&主流电商关联应用TGI分布

应用类型	海淘	主流电商
O2O	126	74
旅游	114	86
出行	111	89
金融理财	107	93
通讯社交	101	99
实用工具	98	102
视频	97	103
浏览器	96	104
搜索	94	106
手机助手和应用商店	94	106

海淘关联应用云（部分）



主流电商关联应用云（部分）

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心和WIFIPIX线下商场数据采集

各类用户偏好应用类型使用TGI指数表示，TGI即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，应用类型偏好TGI= [用户某类型应用关联度/该类型应用关联度的平均值]\*标准数100。

# 移动观象台

- 观数据星象，解移动风云
- 实时了解移动行业构成，以及地区、人群、设备、偏好、属性；
- 随时了解最客观的市场份额动态排名，了解竞争位置；
- 获取权威公正的数据报告、游戏行业指标对比标准值；

网址：

[https://www.talkingdata.com/index/#/mobileIndex/zh\\_cn](https://www.talkingdata.com/index/#/mobileIndex/zh_cn)



## ● 数据来源

数据来源于 TalkingData 移动数据研究中心。TalkingData数据中心数据基于来自TalkingData App Analytics、TalkingData Game Analytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商的数据，等多种不同来源复合而成。

## ● 数据周期

2015年11月1日~30日，2014年6月-2015年9月

## ● 概念定义

- ✓ 用户使用频次（即打开次数）：当月内在智能手机或平板电脑等移动设备上，使用某个海淘或主流电商应用的次数。
- ✓ 用户覆盖量：当月内在智能手机，或平板电脑等移动设备上，安装过某个海淘应用的用户数量。
- ✓ 用户活跃量：当月内在智能手机，或平板电脑等移动设备上，使用过某个海淘应用的用户数量。

# ABOUT TD

## 关于TalkingData

- ▶ TalkingData（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，TalkingData逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过20亿独立智能设备，服务超过10万款移动应用，以及8万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Ochirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。