

2017上半年中国跨境 电商市场研究报告

2017H1 China Importing E-Commerce Market
Research Report

(内部精简版)



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与跨境电商用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2017年6月底，北极星采用自主研发技术已经实现对7.65亿独立装机覆盖用户行为监测。
- [面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，详情可咨询research@iimedia.cn。](mailto:research@iimedia.cn)

目录

1 2017上半年中国跨境电商市场现状分析

2 2017上半年中国跨境电商用户行为研究

3 2017上半年中国跨境电商市场案例分析

4 2017年中国跨境电商市场发展趋势



PART ONE

2017上半年中国跨境 电商市场现状分析

2017H1中国跨境电商市场动态

注：本报告讨论的跨境电商平台主要为进口零售电商平台

企业战略布局

网易考拉海购在今年4月启动“欧洲战略”，宣布将在未来3年斥资至少30亿欧元，采购欧洲高品质商品，并将对优秀企业及新兴品牌入华提供全方面扶持。6月召开澳新招商会，在已成为澳洲商品最大中国电商采购方的基础上，进一步加速拓展澳新市场。

天猫成立硅谷新品实验室：天猫5月26日在美宣布成立“天猫硅谷新品实验室”，首批合作伙伴包括Intel、Microsoft、Radius等10余家顶尖技术公司及实验室。天猫此举旨在让大数据成为“新能源”，打通与国际品牌合作，深入供应链生产真正的趋势产品，并引入核心技术完成产品升级。未来天猫计划继续在欧洲、日本等地开设新品实验室。

京东入驻西安航天基地，打造全球物流总部：京东集团于5月22日与西安航天基地签订京东全球物流总部、京东无人系统产业中心、京东云运营中心合作协议，双方展开深入合作，在智慧供应链领域进行全方位、系统性布局。

艾媒咨询分析师认为，2017上半年各家电商巨头在跨境领域都有战略性布局的动作。网易考拉海启动大规模海外布局，升级供应链上游，提高商品质量；天猫合作国际高技术企业，升级产品并直切用户消费升级需求；京东则在供应端进行国际物流布局，强化供应链打造。

2017H1中国跨境电商市场动态

平台商品监管

网易考拉海购与国家监测中心达成质检合作：3月8日，网易考拉海购与国家检测中心达成跨境电商质检合作，双方将在信息互通、数据共享、质量共治、协同处置等机制以及信息发布合作等多个方面展开联动共治合作。网易考拉海购与国检机构的合作将加强对平台上商品的质量保障。

天猫国际就母婴产品制定各项商品及服务规范：天猫国际在平台内就海淘热门品类母婴类产品及服务制定各项规范如红屁屁无忧服务规范、过敏无忧服务规范、婴幼儿乳制品行业标准等，旨在通过规范制定提高平台内母婴类产品的质量。

工商总局等十部委发布《2017网络市场监管专项行动方案》：该行动方案加强对跨境电商、微商等网络市场发展新模式新业态中违法行为的研判和联合查处。加大对跨境电商进出口环节通过利用虚假交易、支付、物流数据实施逃避海关监管行为的整治力度。

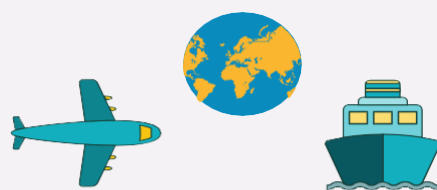
艾媒咨询分析师认为，商品质量是跨境电商用户最为关注的产品维度之一。2017上半年无论是各大电商平台还是国家政府部门都着重加强对平台商品质量的监管，未来市场规范及监管力度将会进一步提升。

2017H1中国跨境电商整体环境分析

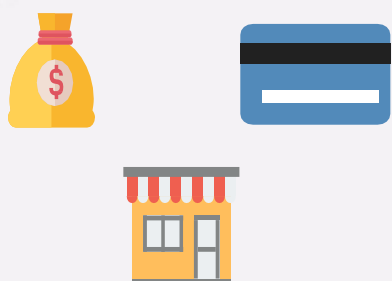
2017年上半年中国跨境电商整体发展环境向好：人们消费需求提升助推对外贸易特别是进口贸易持续繁荣；网购已经成为消费者重要的购物方式，对商品质量要求逐渐提高的消费者也开始养成海淘的习惯；国内多项政策举措也指向鼓励进口零售业务。



2016年中国移动
电商用户规模达：
4.18亿人



2017年前五月进口
总值**4.88万亿元**，
增长**26.5%**



2016年中国人均消费
支出达**17110元** 增
长率为**8.9%**



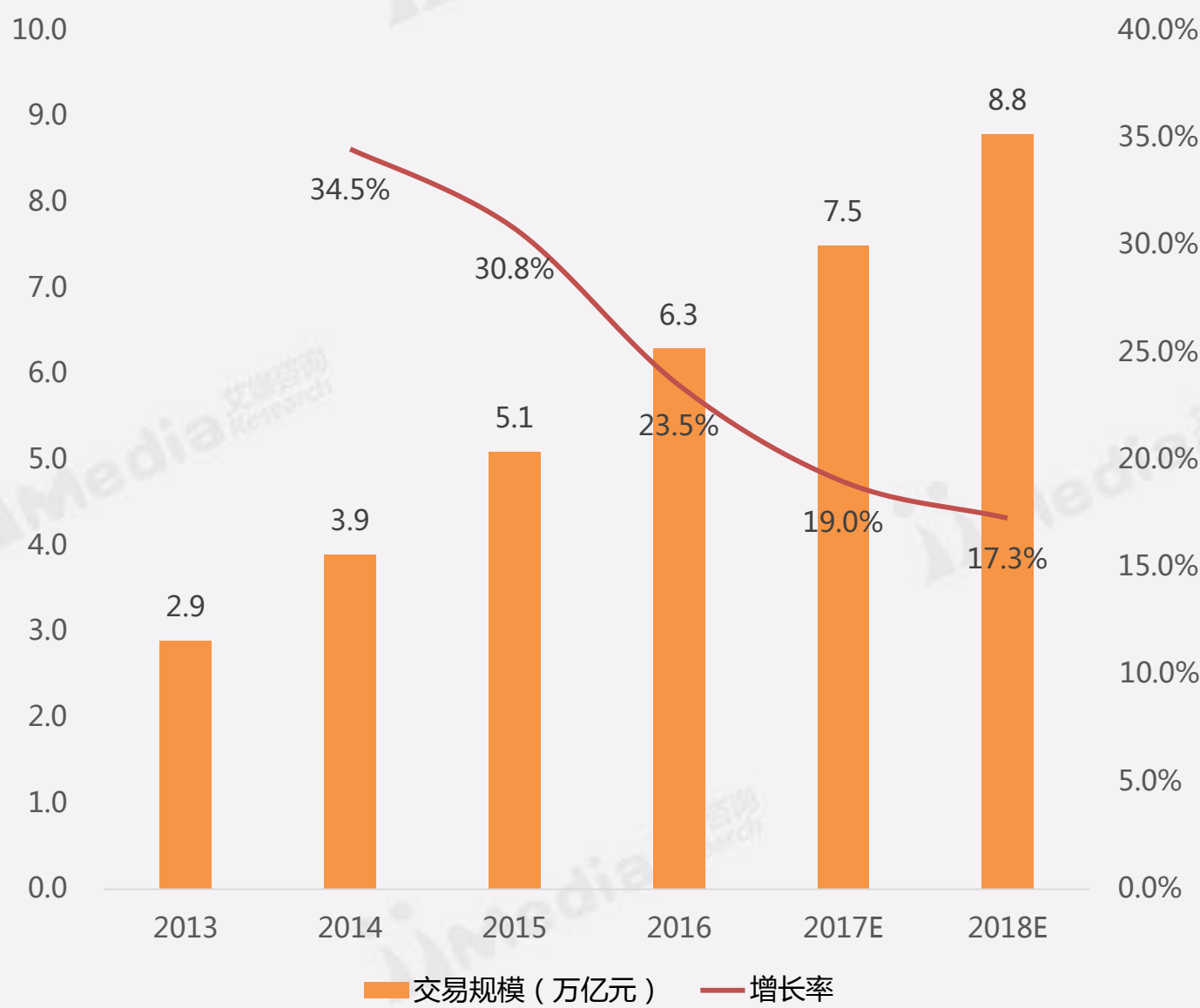
- 2017年起大幅度**降低进口海产关税**
- 3月税改新政**明确跨境电商进口零售商品监管标准**

数据来源：艾媒咨询、中国国家统计局、中国海关

消费升级助推跨境电商交易规模增长

艾媒咨询分析师认为，受国内消费升级趋势及国家注重进出口贸易发展影响，中国跨境电商市场近年发展迅速。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年跨境电商整体交易规模（含零售及B2B）高达6.3万亿元人民币，较2015年增长23.5%。预计2017年跨境电商交易规模仍以较高增速发展，有望增至7.5万亿元。

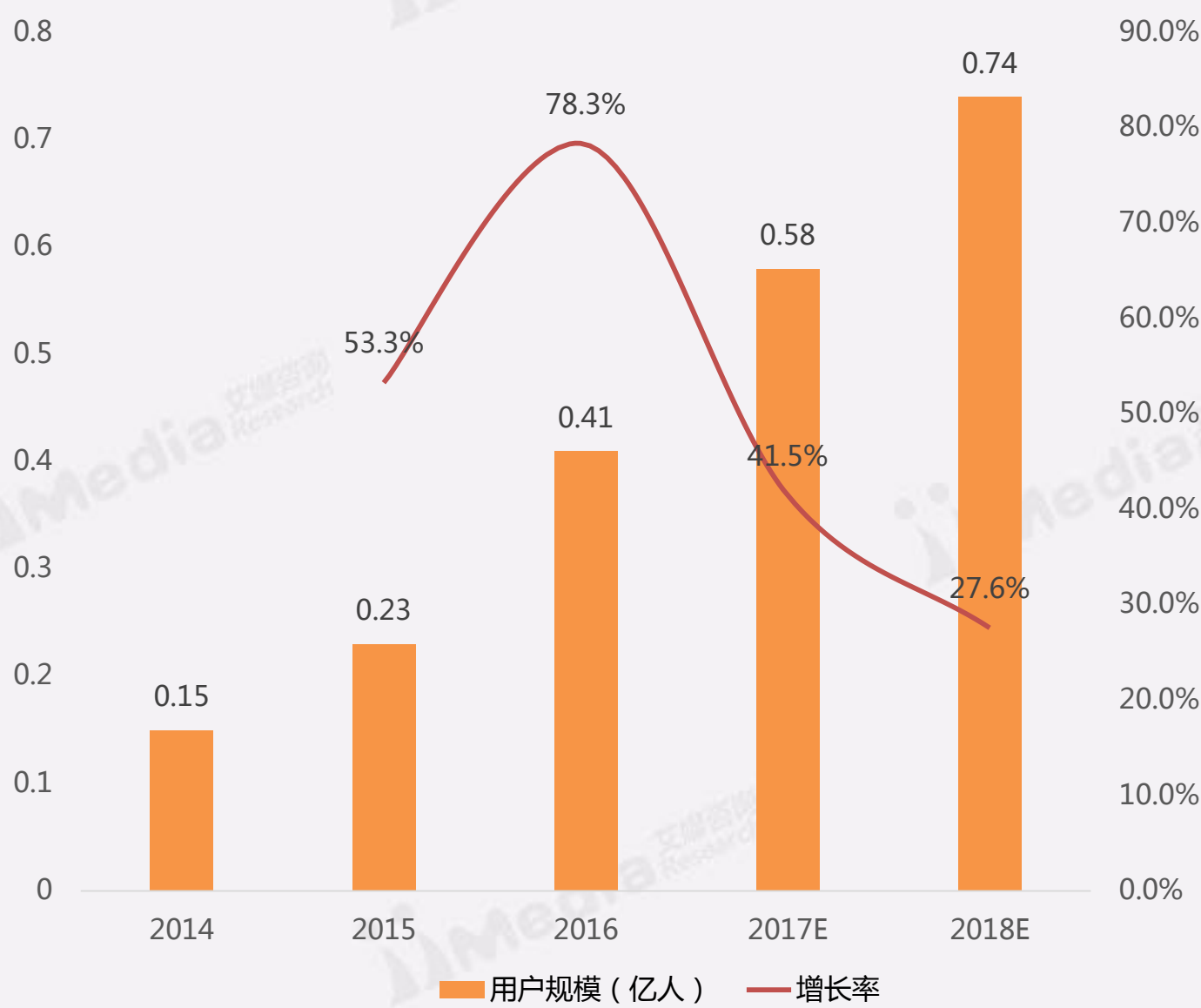
2013—2018年中国跨境电商交易规模及预测



用户红利期平台应加速发展

随着国际物流及供应链技术不断发展，海淘已逐渐成为消费者选购物渠道，中国海淘用户规模也以高速增长。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国海淘用户规模以高达78.3%的增长率升至0.41亿人，海淘用户市场未呈现饱和状态，未来预计仍能维持较高增速。

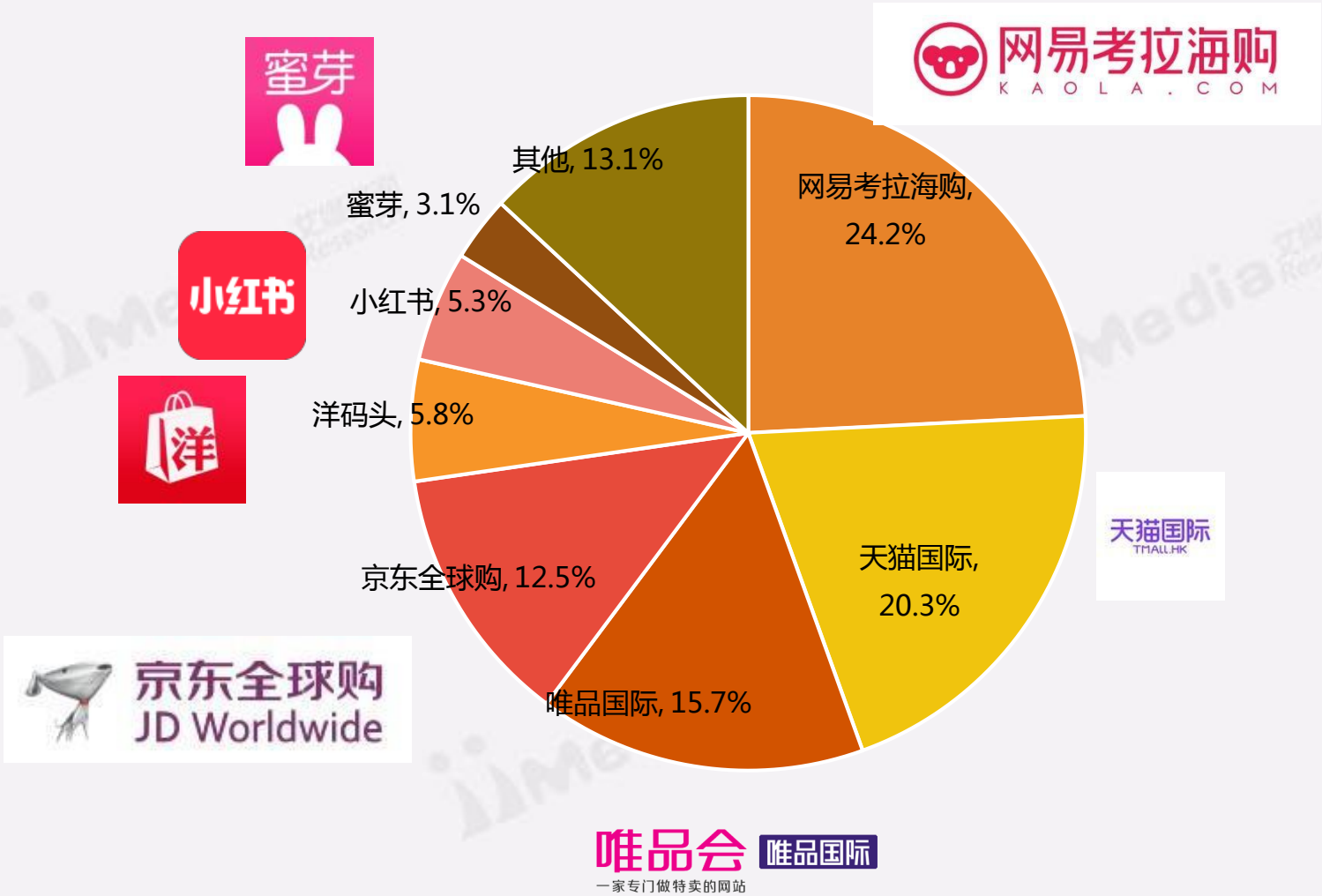
2014—2018年中国海淘用户规模及预测



网易考拉海购市场份额占比居首

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，网易考拉海购以24.2%的占比占据2017年上半年跨境电商平台市场份额分布首位，天猫国际、唯品国际以及京东全球购位列其后。艾媒咨询分析师认为，网易考拉海购、天猫国际这种跨境电商平台背靠互联网巨头企业，在商品品类、品牌合作方面具有优势，满足消费者升级消费需求且占据较大市场份额。另外唯品国际、京东全球购等依靠综合电商平台开展海淘业务的跨境电商则凭借强供应链布局及电商平台导流在市场上占据一定位置。

2017H1中国跨境电商平台市场份额分布





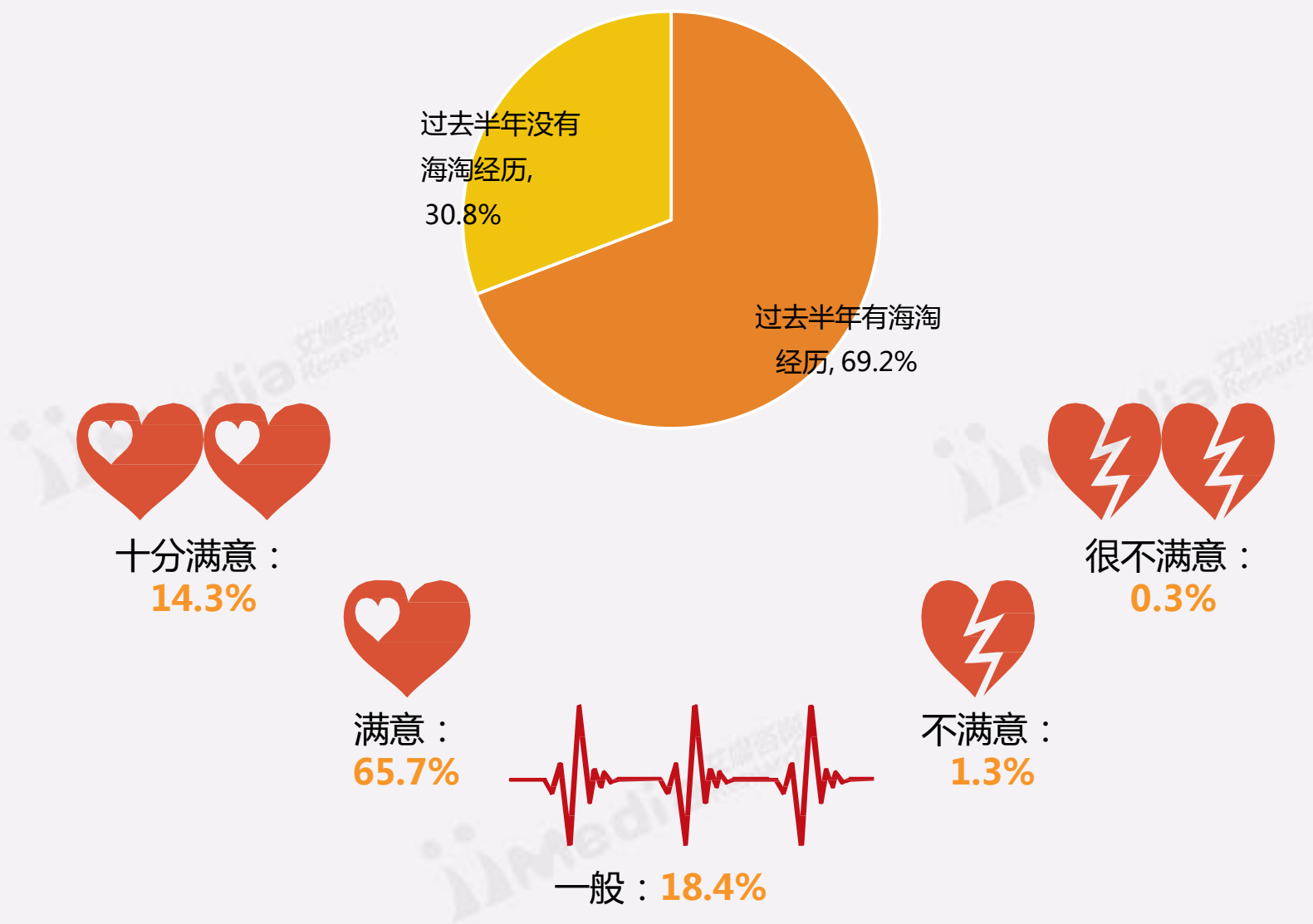
PART TWO

2017上半年中国跨境 电商用户行为研究

消费者普遍满意海淘经历

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国近七成海淘用户过去半年有过海淘经历，其中仅1.6%的消费者将近一年的海淘经历表示不满。艾媒咨询分析师认为，经济发展使国内跨境电商平台对高品质商品和商品品类的覆盖度不断扩大，技术进步也助力跨境电商服务质量的提高，目前国内跨境电商平台在满足消费者升级海淘需求方面表现良好。

2017H1中国海淘用户过去半年海淘情况调查



消费者对近一年海淘经历满意程度

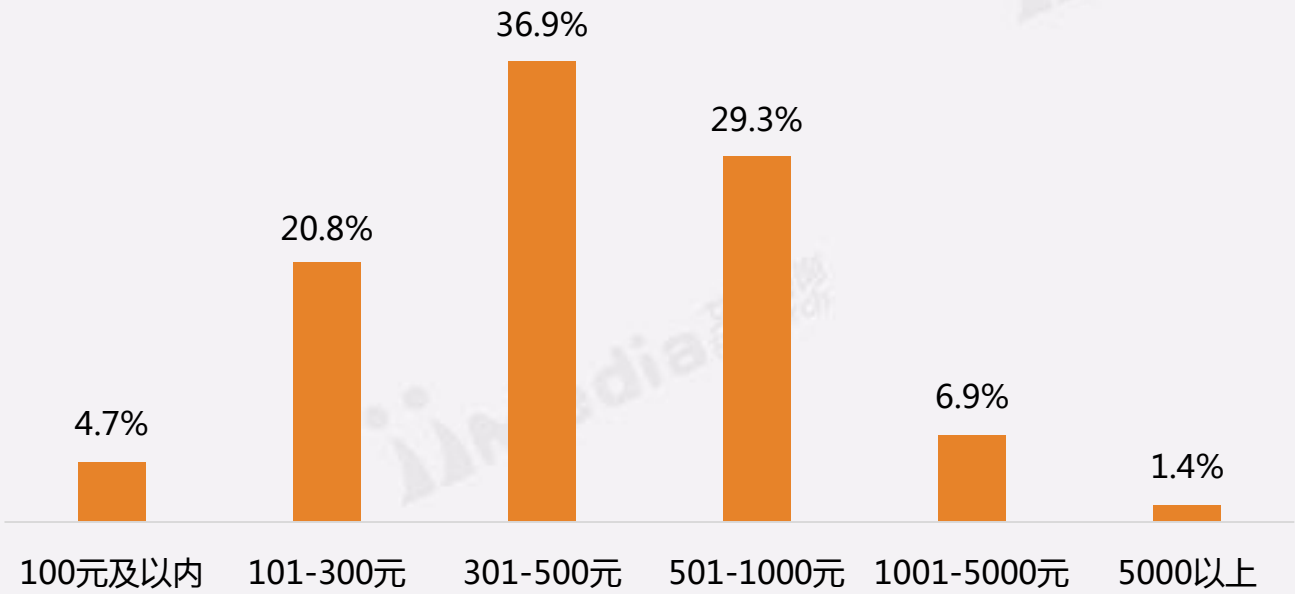
海淘用户愿为优质产品进行高消费

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，57.7%的海淘用户选择海淘的原因出于对高质量商品的需求，同时各有三成以上用户出于对商品性价比、品牌丰富度及正品保障度的考虑而选择海淘。海淘用户单次消费金额则集中在301-1000元的区间（66.2%）。艾媒咨询分析师认为，用户对海淘消费支出普遍较高，他们更愿意为商品质量、品牌丰富度、正品保障度等满足自身消费体验的维度买单。

2017H1中国海淘用户选择海淘原因（Top 4）

海淘原因	比例
优质产品	57.7%
高性价比	34.4%
品牌丰富	30.9%
正品保障	30.2%

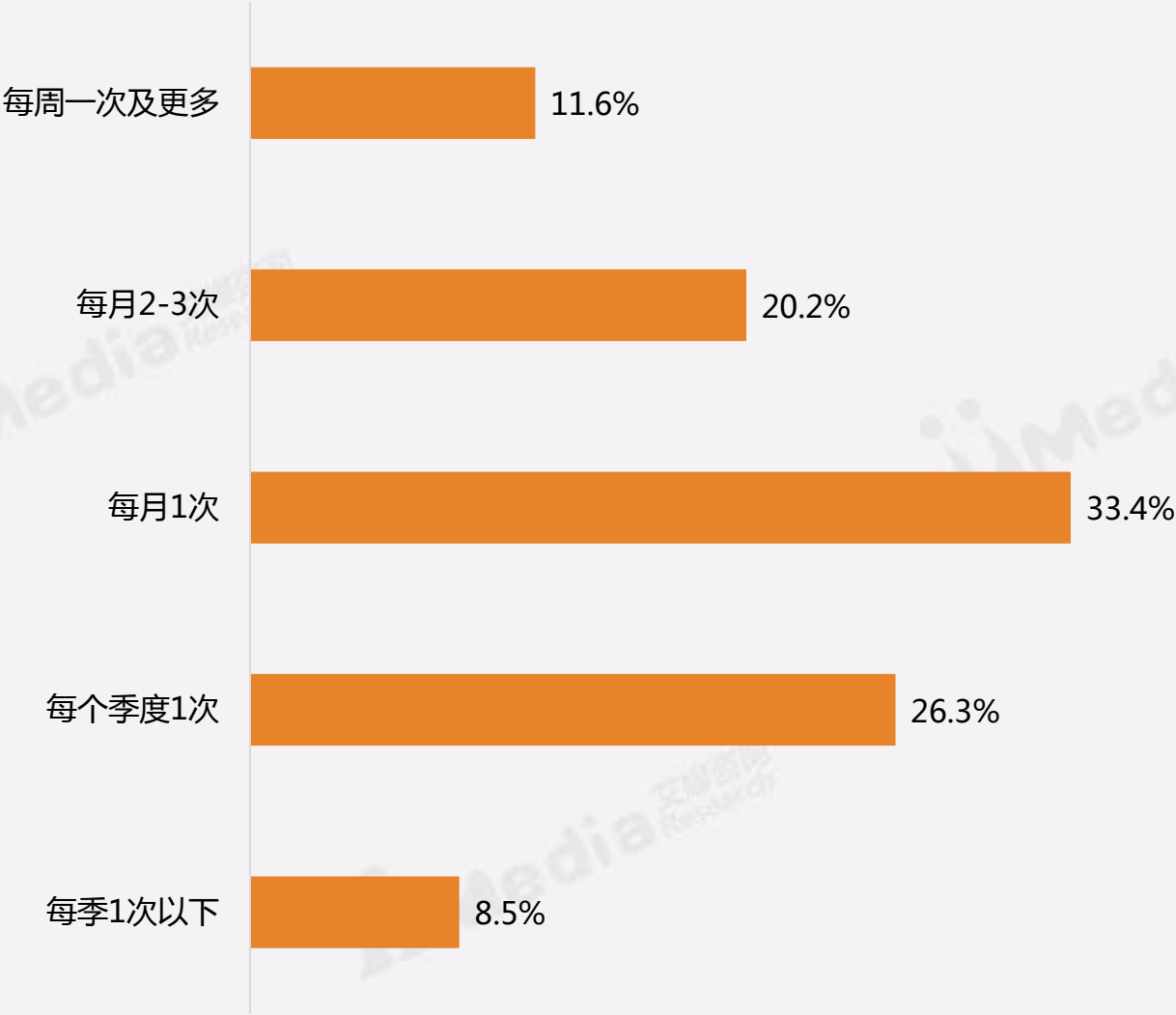
2017H1中国海淘用户单次海淘消费金额分布



海淘用户倾向高频率消费

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，每月至少有一次海淘经历的用户高达65.2%，其中有11.6%的用户每周都有进行海淘消费。艾媒咨询分析师认为，海淘已逐渐成为消费者购物的一个重要渠道，优质海淘商品和平台良好服务体验也使海淘用户愿意持续海淘。未来在消费升级趋势驱动下，对商品质量、正品度有需求的用户将继续提高海淘频率。

2017H1中国海淘用户海淘频率分布



网易考拉海购成新海淘用户首选平台

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，新海淘用户（海淘经历在一年及一年以下）更倾向于使用网易考拉海购进行海淘，有34.1%的新用户主要使用的海淘平台为网易考拉海购。艾媒咨询分析师认为，海淘市场的容量扩展靠新海淘用户，网易近年发力电商平台，以平台商品质量保障和良好服务在市场上建立口碑，占领新海淘用户市场。



新海淘用户主要使用海淘平台



34.1%



32.0%



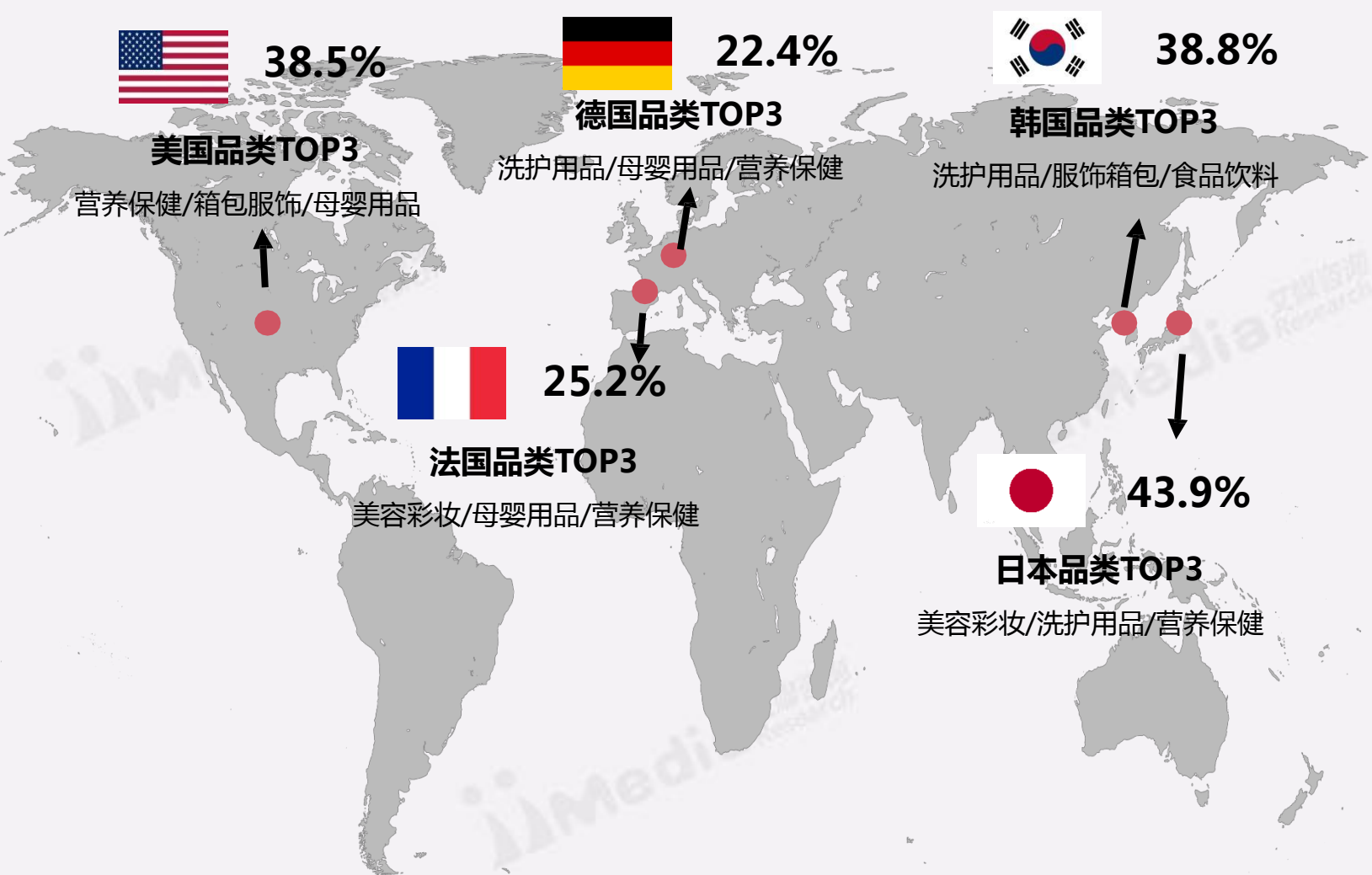
26.4%



21.5%

日韩欧美成最热海淘原产地

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，海淘用户倾向于海淘日韩欧美地区的商品，其中选择日本地区商品的用戶比例高达43.9%。消费者在日韩地区海淘洗护用品较多，而在欧美地区海淘用户则倾向于购买营养保健品及母婴用品。艾媒咨询分析师认为，日韩欧美等发达地区的商品质量相对有保障，更受消费者青睐。消费者在不同地区海淘品类也有所区别，日韩地区时尚潮流更符合消费者偏好，其洗护、服饰类商品更受欢迎，而欧美地区母婴及保健品品牌更具知名度，海淘消费者更倾向于消费欧美地区的此类商品。

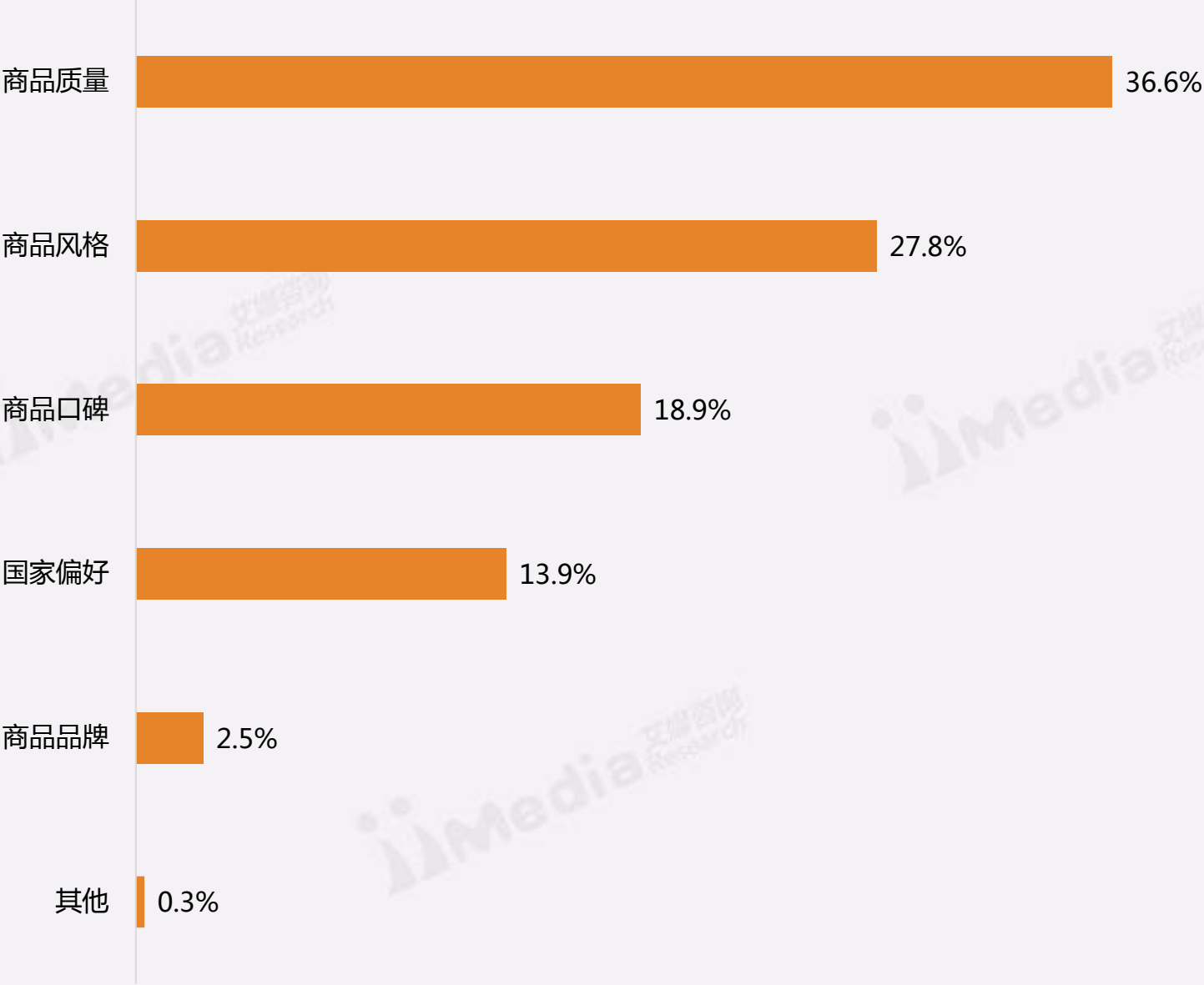


数据来源：iiMedia Research

商品质量成海淘原产地选择第一考虑因素

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，商品质量和商品风格是海淘用户海淘原产地选择最为考虑的因素，分别有36.6%及27.8%的海淘用户选择商品原产地时比较看重商品质量和商品风格。艾媒咨询分析师认为，商品质量仍然是海淘用户进行海淘时最为重视的因素，而许多发达国家知名品牌的商品质量普遍较好，中小型商品企业国内市场知名度不高，用户对不同地区的品牌商没有特别偏好。

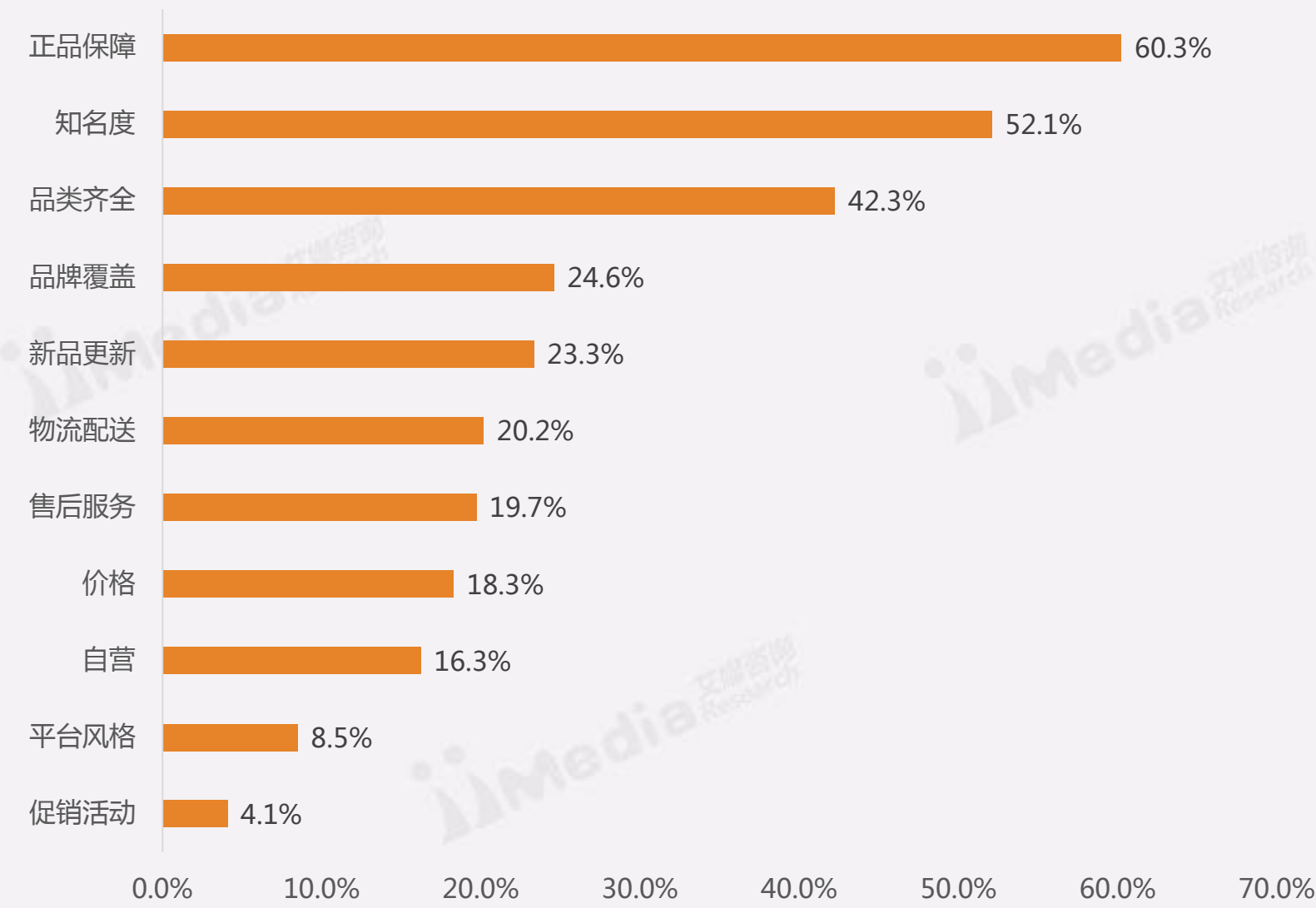
2017H1中国海淘用户原产地选择考虑因素分布



海淘用户跨境电商平台选择考虑因素分析

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过六成用户选择跨境电商平台考虑其正品保障能力。平台知名度（52.1%）、商品品类丰富度（42.3%）、品牌覆盖度（24.6%）及新品更新速度（23.3%）同样是用户重要考虑因素。艾媒咨询分析师认为，正品保障度一直是用户海淘最为关注的因素，而消费升级浪潮下，用户消费将更注重满足自身个性化需求，对商品品类、品牌丰富度及新品更新速度的关注度在不断提高。

2017H1中国海淘用户跨境电商平台选择考虑因素分布

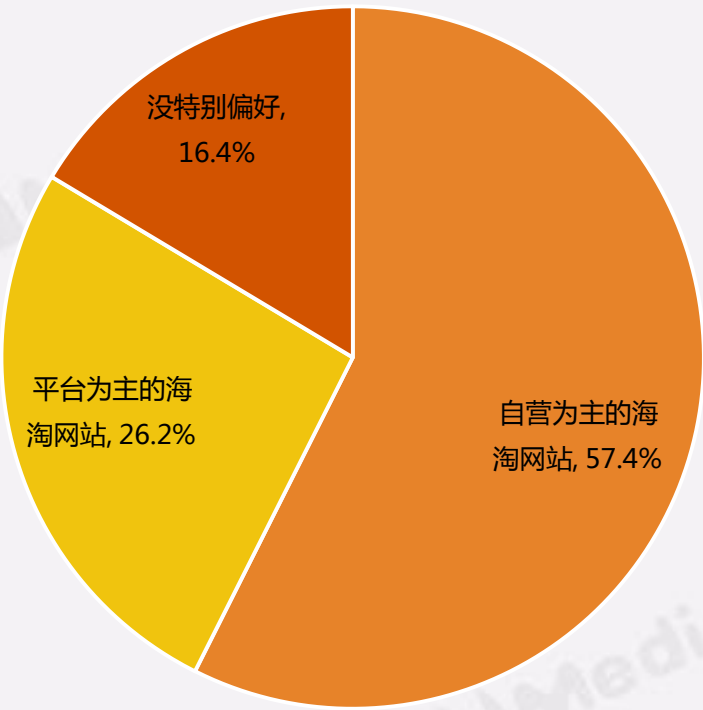


数据来源：iiMedia Research

自营跨境电商平台受青睐

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，57.4%的海淘用户青睐使用自营跨境电商平台，其中51.7%的用户选择自营跨境电商的原因是平台质量管控能力强，同时分别有48.4%及34.6%的用户认为自营平台具有较强专业性且能对商品进行精挑细选。艾媒咨询分析师认为，目前国内海淘消费者对商品质量要求较高，自营为主的跨境电商网站如网易考拉海购等在平台商品质量监管上具有优势。要迎合消费者日益渐长的个性化需求，平台商品选品方面的能力也决定这期未来发展空间，而自营为主的海淘网站在这方面也具有一定优势。

2017H1中国海淘用户平台使用分布



选择原因分布

- 质量管控：51.7%
- 强专业性：48.4%
- 商品严选：34.6%
- 价格优惠：28.0%
- 售后服务：14.3%
- 物流速度：11.0%

网易考拉海购正品信任度排名第一

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，38.2%的手机海淘用户认为网易考拉海购是商品正品保障最值得信赖的跨境电商自营平台，亚马逊海外购（29.5%）和小红书（26.8%）分列二三位。艾媒咨询分析师认为，自营跨境电商平台在商品质量把控上具有优势，而网易考拉海购更是凭借网易带来的品牌认知度和资源优势，在正品保障上更受海淘消费者信赖。

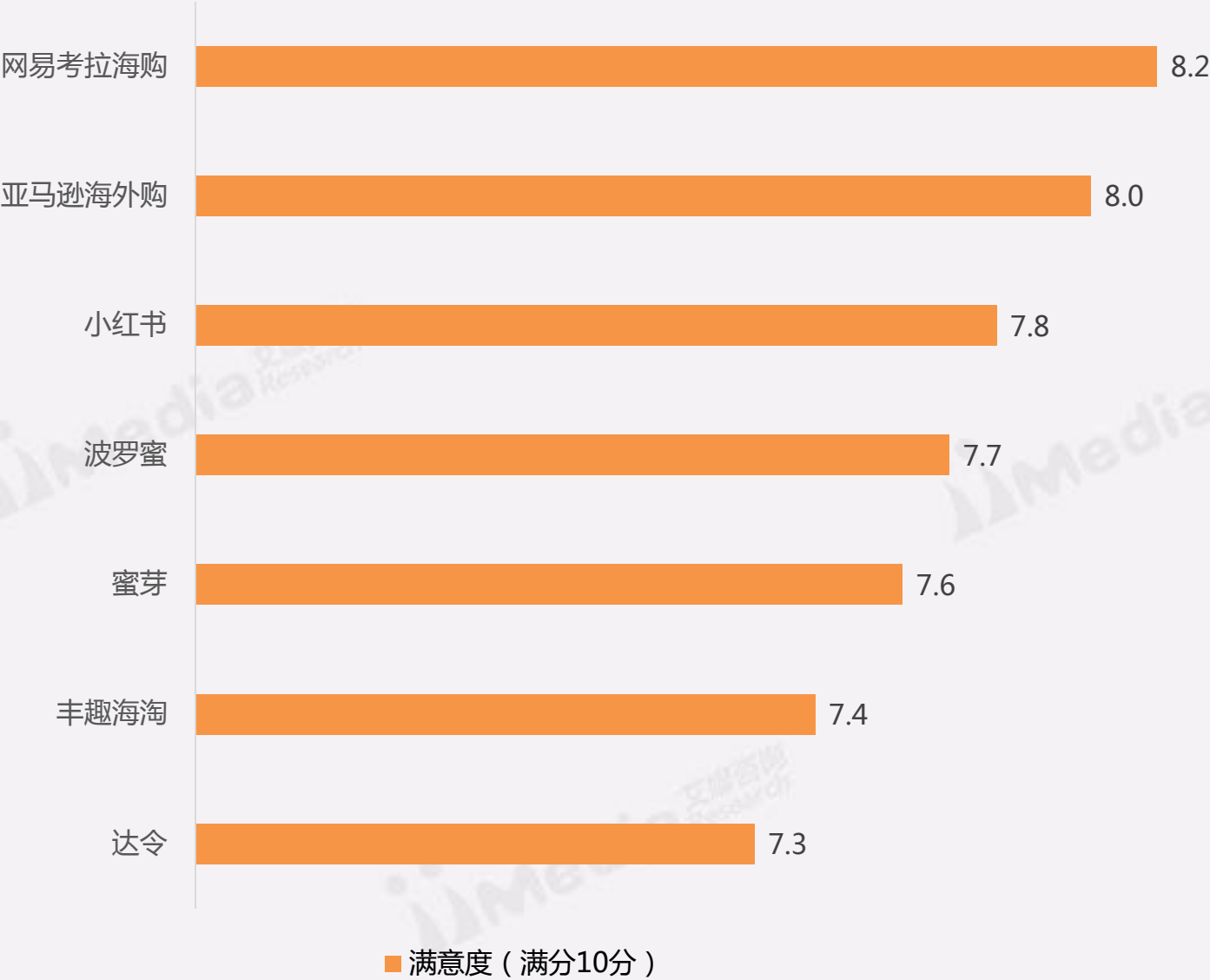
2017H1中国跨境电商自营平台正品信任度排名

平台	信任度
网易考拉海购	38.2%
亚马逊海外购	29.5%
小红书	26.8%
蜜芽	16.7%
达令	14.3%
波罗蜜	7.0%
丰趣海淘	6.3%

资源优势助网易考拉海购市场满意度居首

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017上半年自营跨境电商满意度排名中，网易考拉以8.2的分数独占头名，亚马逊海外购8.0分紧随其后。艾媒咨询分析师认为，相较于其他跨境电商自营平台，考拉海购依靠网易拥有资源优势，同时平台以优质商品和服务在市场上打下良好口碑。全球电商巨头亚马逊在商品质量上也具有较高口碑，消费者满意度同样居高。

2017H1中国跨境电商自营平台满意度排名





PART THREE

2017上半年中国跨境 电商市场案例分析

跨境电商平台加强圈占国际供应商

2017H1中国跨境电商主要平台国际品牌合作/进驻情况

2-3月



犬印本铺



网易考拉海购



四洲集团



格格家



满趣健



网易考拉海购



ALDI



天猫国际

4月



ASDA



京东全球购



拜耳



京东全球购



GardenofLife



天猫国际

5月



A' kin



天猫国际



德龙



京东全球购

跨境电商平台加强圈占国际供应商

2017H1中国跨境电商主要平台国际品牌合作/进驻情况

5月



TAIPATEX



网易考拉海购



Spa Treatment

天猫国际

天猫国际



Libresse轻曲线



网易考拉海购



宝琪b&h



蜜芽

6月



花王乐而雅



网易考拉海购



西班牙邮政Correos

天猫国际

天猫国际

KitchenAid

KitchenAid 凯膳怡



京东全球购
JD Worldwide

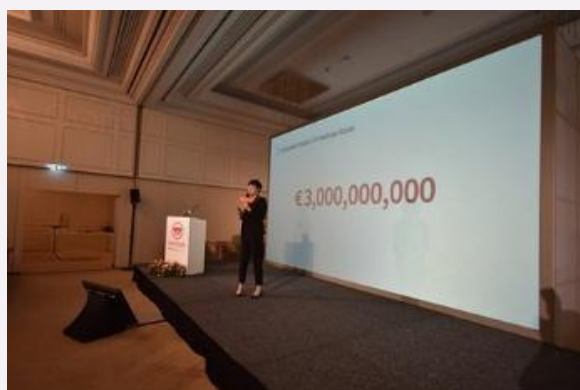
京东全球购

2017上半年，各大电商平台，特别是巨头平台如网易考拉海购、天猫、京东等都抓紧与国际品牌商合作。艾媒咨询分析师认为，上游供应链升级打造对跨境电商平台的重要性日渐凸显，消费者海淘个性化需求增强，对商品品牌和品类的选择正在拓宽，随着海淘消费群体不断壮大，跨境电商扩展与国际品牌的合作已成为战略必需。

网易考拉海购：品质品牌合伙人

网易2016年财报显示其2016年总收入及净利润均创新高，而2015年1月才上线的网易考拉海购成为推动网易增长的主要引擎。网易考拉海购是以自营直采为主要业务的跨境电商平台，凭借优秀的商品质量保障和良好的服务在市场建立口碑。进入2017年，网易考拉海购加强平台建设和加强供应链优势布局，在保持亚洲地区布局优势的同时开展与欧洲地区品牌商的战略合作。

品牌合作升级



欧洲招商会



澳新地区招商会

在日韩、澳洲、欧洲等地区广泛开展战略布局，欧洲、澳新地区招商会与多家当地知名品牌签订合作协议。

加大投入，未来3年在欧洲投入30亿欧元直采当地优质商品。

帮助海外企业品牌在中国推广，助力其在中国市场建立品牌感知。

网易考拉海购：品质品牌合伙人

打造平台质量

质量监管

- 商品溯源、第三方检验、品牌方共建等活动保障平台商品品质；
- 与国家监测中心在信息互通、数据共享、质量共治、协同处置等机制共建及信息发布进行质检合作；

物流配送

- 在英、法、西、意、澳等地广泛布局，扩大海外直邮仓和集货仓布点；
- 通过升级“瑞麟”、“祥龙”等物流云系统和保税区仓储布局扩大“次日达”服务覆盖范围；



品牌推广

直邮自采减轻海外品牌商运营负担，让其专注保障商品生产品质；媒体型电商优势助力宣传，“超级品牌日”活动，通过合作互动活动在平台进行品牌推广；

艾媒咨询分析师认为，网易考拉海购上半年度加强与产业链上游品牌供应商合作，同时优化配送服务及平台监管质量，平台运营往品牌和品类拓展方向发展。与全球品牌商战略合作既有利于海外企业在中国市场推广，也有助网易考拉海购平台扩大品牌量，满足海淘消费者日益旺盛的个性化需求。

天猫国际：服务一亿新中产

切中消费升级潮 服务一亿新中产

在2017年4月18日天猫国际举办的全球商家大会上，总经理刘鹏透露天猫国际未来发展目标：服务1.17亿新中产阶层。新中产阶层是目前海淘主要消费人群，对商品质量及个性化有较强需求。对于该消费群体的争夺，天猫国际正在切合国内消费升级热潮进行战略布局。

从消费习惯、选品要求、服务体验上全方位满足新中产阶层

天猫国际
TMALL.HK

平台服务上需要做到全球同步、原产地溯源、次日达

全球同步

大数据



商家合作



平台入驻的63个国家推出的新品都能第一时间在天猫国际上线

原产地溯源

呼吁全球品牌共创可信赖、可溯源的全球供应链体系

实现物流全链路可溯源，为海淘消费者带来质量保障

次日达

通过数据筛选商品



将商品集中在相应地区仓库



海淘商品次日达，目前试水江浙沪地区

天猫国际：服务一亿新中产

建设海外品牌进军中国市场首选平台

通过阿里巴巴大平台生态链上的支付、数据、选品、供应链和物流的合作，为海外品牌提供全方位赋能，助力它们进军中国市场。如天猫国际的Tmall Discovery美国现场通过和四大产区三大产业的合作助力美国企业开展中国市场。



分析师观点

天猫国际上半年度的动作与天猫平台目前战略布局切合，平台打造更加贴合用户升级消费需求。天猫国际利用阿里电商行业资源和数据优势，更全面地升级用户服务体验。同时为海外品牌开拓中国市场提供技术和平台上全方位支持，吸引更多供应商。

格格家：深耕食品垂直领域

格格家作为食品类垂直电商，以经营跨境进口食品为主，业务主要为保税直营+直采模式。2016年10月获A+轮融资，目前战略布局主要是优化企业上下游两端业务，未来继续深耕食品垂直领域。

前身燕窝销量第一的“燕格格”淘宝店，积累海外**供应链**资源**优势**

2017年初**日本**设立**分公司**，提高集货速度

严苛**选品**标准，全球精选出**5000+SKU**放置平台售卖

上游



下游

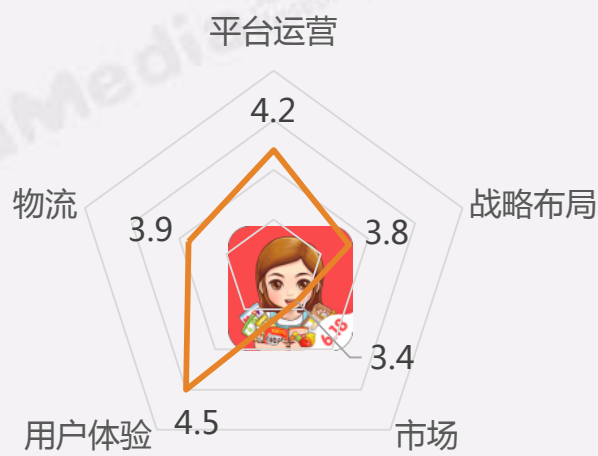
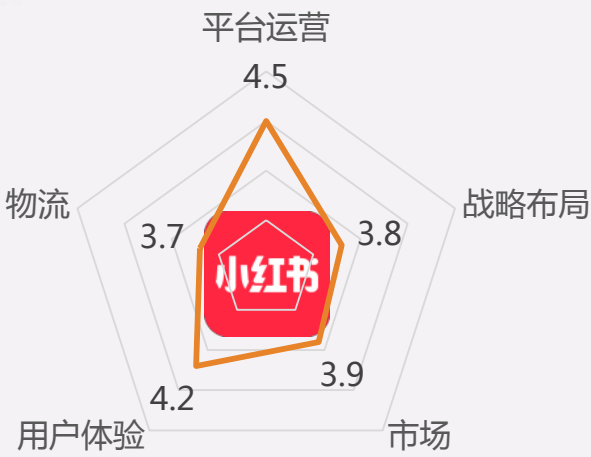
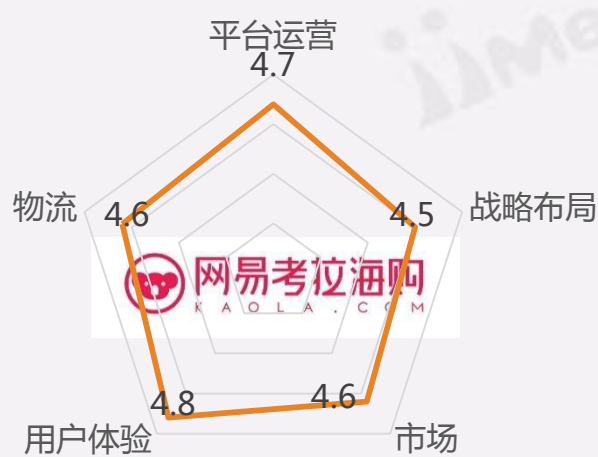
针对平台主要用户**高端女性**群体，发力**网红电商**

打造格格家果坊、九物家等**自有品牌**，建立品牌感知度

“格格家供应链”平台拓展**B2B**业务

跨境电商平台综合竞争力评分

艾媒咨询分析师认为，像网易考拉海购、天猫国际等跨境电商平台由于背靠资源丰富的企业网易、阿里，在扩展平台商品品类和国际商家合作方面占有优势，同时也能依靠强供应链打造提供优质物流服务。而其他细分垂直平台则主要依靠平台运营和用户体验方面吸引海淘消费者，未来针对自身平台主要消费群体继续精化业务是重要发展方向。



注：从平台运营、战略布局、市场、用户体验、物流五个维度进行专家评分，战略布局主要考量四家企业在国际品牌合作和品类拓展方面的布局。



PART FOUR

2017年中国跨境电商 市场发展趋势

2017年中国跨境电商行业发展趋势

综合与垂直跨境电商平台各有隐忧

艾媒咨询分析师认为，综合型平台在物流运营经验上具有优势，但随着平台不断扩充各垂直领域的电商布局，而各自领域面对消费对象不同，服务过多反而不具备自营电商深耕优势；而垂直单一品类的跨境电商平台，能够大规模采购同品类商品并集中仓储，成本控制上具有优势，但单一品类对利润控制要求较高；背靠巨头的海淘垂直平台如网易考拉海购，在体量上具有优势可拓展更多商品品类，从而有效平衡高低收益品类的利润差异，并有利于提高用户粘性，但更多的品类对仓储和物流要求更高，会带来成本上增加。

质量把控成行业主要着眼点

消费者海淘主要原因是对高质量商品的追求。海淘热卖品类如母婴类产品对商品质量的要求更高，加上2017年“3.15晚会”曝出日本核污染食品流入中国，跨境电商行业商品质量把控成为重点关注领域。艾媒咨询分析师认为，近年政府及跨境电商平台都加强对海淘商品的质量监管，未来将有监管措施及行业规范出台，监管将更为严格。同时平台对商品监管的把控也趋向于成熟，品牌溯源和第三方检验逐渐成为平台标配，提高海淘消费者对商品质量的信心。

2017年中国跨境电商行业发展趋势

圈占供应商为各家平台战略布局重要环节

进入2017年，各大跨境电商平台加强与海外品牌的合作，圈占供应商成为各平台战略布局重要一环。艾媒咨询分析师认为，国内海淘消费者个性化需求日益明显，除了商品质量外，跨境电商平台需要覆盖更多商品品类和品牌来满足消费者。为了抢占市场先机，各平台未来会继续加强上游供应链建设，扩大与国际品牌的合作并扩充商品品类。

消费升级潮流助力海淘市场高速发展

目前中国消费者消费升级已成为不可逆转的大趋势，优质商品、丰富商品品类、商品正品保障度已成为消费者极为关注的痛点。跨境电商平台通过引入高质量海外进口商品获得国内消费者的青睐，未来跨境电商行业将持续高速发展。艾媒咨询分析师认为，未来跨境电商行业商品多样化趋势会更加明显，通过加强和国内跨境电商平台合作，大量中小型海外优质品牌得以进入中国市场，满足消费者的同时，这些品牌也迎来极大发展空间。

跨境电商用户体验持续升级

艾媒咨询分析师认为，跨境电商平台加强平台质量和服 务，升级供应链物流布局，未来跨境电商用户体验将得到进一步优化。消费者的海淘消费将与日常生活形成更强联系。用户品牌体验将日趋同步，水果生鲜等特殊商品有机会第一时间运输至国内，未来用户将更大程度上享受到与国外相同的价格与服务。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

全媒体舆情预警分析引擎 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注，
所以专业！

We focus on New Economy!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的新经济行业
大数据挖掘与分析机构