**shopee的模式以及所处细分市场的竞争格局**

**shopee的模式：**

Shopee的起步就是C2C，在急速发展后逐渐在融入B端。最初作为C2网站启动，后期很快发展成为B2C模式。通常，在电子商务销售和实现方面，它采用C2C和B2C混合方法。

**C2C：**消费者向消费者间的自由交易，形式多元，例如：shopee的个人卖场。Shopee起初以C2C拍卖快速抢占市场。 在印尼、菲律宾和泰国、马来西亚都在网购App下载排行榜首。 虾皮目前主要是在各个市场分别从事C2C的拍卖平台业务并未直接串连所有市场，但是从虾皮中国的招商网页来看已有厂商能透过这个渠道直接将商品卖到东南亚多个市场。Shopee 的 C2C 模式给了他们接触多种卖家的灵活性，帮助他们快速扩张。”社群媒体粉丝数量超过3000万，拥有700万活跃卖家

**B2C：**是指企业透过网络，将商品卖给个人消费者。这是目前最常见的电商形式。shopee的官网就是典型的B2C的商业模式，因为受众会是独立的消费者，因此下单界面的购买率乃至社群的经营如何吸引受众，都被认为是很重要的。

细分市场的竞争格局

细分市场：细分市场可以从产品出发，分为中高低端细分市场；也可以做品类化专业，从消费者年龄层、性别等条件进行细分；还可以从风格化差异入手，拥有自己的风格，给人留下深刻印象。

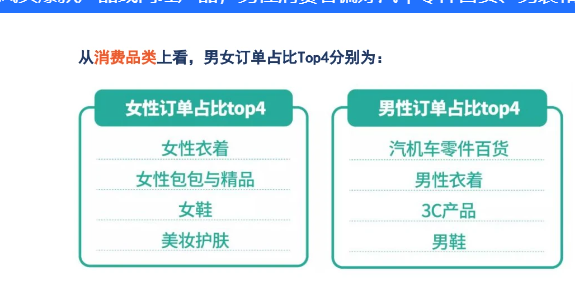
市场细分可以有很多不同的角度，本次我们按照使用Shopee的**国家**划分细分市场。

大分的话shopee可以分为三个细分市场：**东南亚市场，中国台湾市场和巴西市场。**

**台湾市场**：2015年Shopee开始起网运营，台湾是其首批开通服务的站点之一。**台湾站点是平台各个站点中流量高，客单价最高的市场，当然也是加入卖家最多的站点。**由于受淘宝网购影响，台湾消费者网购意识较强，目前网购已经超越线下实体店，成为消费者最受欢迎的购物方式。

尽管是一家外国公司，Shopee自2015年进入台湾市场以来，一直是台湾消费者最喜爱的电商平台。

台湾消费者的偏好和大陆相似，消费者尤其喜欢日韩风，对价格较为敏感，对提供包邮的产品更为青睐。女性购物频率高，男性消费金额高。台湾地区，在Shopee消费的主要人群为18-30岁的女性，买家喜欢跟风买爆款产品或网红产品；男性消费者偏好汽车零件百货、男装和3C类产品，相关订单增长势头强。



台湾市场电商平台众多，除了shopee外还有诸如乐天台湾、PChome、Yahoo 奇摩、露天拍卖、东森购物等。

台湾电商2022年排名：

1. Shopee（61%）
2. Momo(59%)
3. PChome(43%)
4. Yahoo(23%)
5. 东森购物（12%）

…

台湾人民的平台黏度高，百分之80的消费者集中使用前三个平台。虽然shopee的普及率最高，但是momo紧追在后。数据分析显示女性使用shopee购物的比例远超于男性，男性较女性更喜欢PChome ，Yahoo以及露天拍卖。对于这点最显著的原因是男性订单占比Top4中有3C产品，而PChome在3C和家电购物方面表现优于Shopee，抢先占领了男性市场。

Shopee 与台湾当地的竞争对手相比，为台湾市场带来了更多创造性的玩法。Taiwan起源于在线游戏，虽然其他平台也有游戏，但是规模较小。而 Shopee 应用程序的用户可以玩各种各样的手机游戏，包括 Shopee Pets，玩家可以在其中照顾虚拟宠物并最终赢得奖品，以及 Shopee Candy，类似于游戏 Candy Crush，用户可以在其中匹配并清除糖果以赢取 Shopee 硬币。Shopee 为台湾市场带来了比本地电商公司更多的创意，并成功利用了 Facebook 等社交媒体平台。

但本地的电商公司正在迎头赶上，自 2020 年以来，来自 Shopee 的威胁，以及 Covid-19 带来的不确定性，已引发台湾电商参与者纷纷采取行动。

momo招了 700 多人来扩展产品开发、仓储和其他互联网技术业务。在 2020 年新建了 30 个仓库，去年宣布计划再建 10 个。陌陌还成立了新的物流子公司 Fu Sheng 物流，帮助公司在台北、新北、高雄和台南等主要城市开展当日达业务。台湾企业在面临来自 Shopee 等外国企业的挑战时，加快交付的能力将是他们的主要优势之一。

PChome 也进行了各种变革。该公司通过推出 Pi 钱包（由 Pi Mobile Technology 创建的移动支付平台，该平台于 2020 年与 PChome Pay 合并）提高了其在 00后中的知名度。PChome 于 2021 年还推出了 PChome（Fresh）以销售和运送新鲜食品。同时，PChome 正在东南亚市场扩张，是唯一一家跨境贸易蓬勃发展的台湾本地电商公司。

**其次的市场是东南亚市场，也是shopee的主要市场**，**东南亚市场中包括了6个国家，**综合起来东南亚市场有很大的人口红利；东南亚地区与中国离得不远，所以近几年国内的产品大量的销往东南亚，**东南亚的人们对中国产品有很强的认可度。**

**东南亚市场中的各个站点具体情况也存在不同，**像是马来站点是东南亚市场中发展最成熟和出单最快的站点；印尼站点是人口最多的市场，发展潜力很大，且大都喜欢多件一起下单，因为人口红利大，所以印尼很有可能成为东南亚的第一大市场，再加上泰国市场也是很不错；唯一美中不足的是这俩站点以小语种为主，在沟通上可能不是那么方便。

目前，东南亚电商市场形成“头部三足鼎立、随后群雄紧追”的格局。**Shopee、Lazada、Tokopedia 三分天下**，为第一梯队，且 Shopee 在 2021 年当之无愧地成为东南亚的明星平台。据 iPrice 报告，2019 年 Shopee 斩获总下载量、月活用户数量以及用户留存率三大冠军，全面超越阿里巴巴持股的Lazada。公开数据显示，Shopee 的店铺数量已经超过了 Lazada，以马来西亚站数据为例，Shopee 的店铺数有 23 万，Lazada 的店铺数为 14 万。

不过，这些年随着市场环境的变化，电商巨头补贴的手段也不那么管用了。曾经的Shopee一向烧钱（砸钱买流量，大搞补贴），但近年收入增速放缓，加上东南亚电商环境的改变，例如本地供应链与独立站的崛起，让Shopee也感受到了压力。有数据显示，2021年美国Top电商零售商占比中，亚马逊占约41%，Shopify占10%。以Shopify、Shein为代表的独立站越来越火，正在吸引一批忠实的消费者。这些竞争对手也会逐步渗透东南亚的市场份额。

Lazada和Shopee，虽然已经成为两大巨头，但地位显然被虎视眈眈。

**巴西市场：**

巴西市场是2019年十月开启的，**巴西的人口数量和印尼差不多，都是人口大国，**电商肯定是一个十分具有潜力的行业，并且巴西相比于印尼来说，经济更发达一些，消费者更有挖掘的潜力，同时在巴西，跨境购物被认为是一件习以为常的事情，因为在巴西实体店购买产品会有巨额税需要缴纳，所以为了不花这些“冤枉钱”，巴西的消费者都选择跨境购物。

除此之外，巴西的节日也是不少的，像是母亲节，[情人节](https://www.cifnews.com/ccee/distribution/4-21-1287?origin=article_word)，父亲节，儿童节，黑色星期五等之外，西方的大型节日如圣诞节，[复活节](https://www.cifnews.com/ccee/distribution/4-21-1292?origin=article_word)等都可以在巴西市场完美展现。

在巴西，最受欢迎的品类为**电子产品和配件品类，包括耳机、条形音箱、电视棒、显卡等，**占比 18.1%；**服装**排在第二位，占 14.1%；而购买量排在第三的则是**美容产品，**约占 1%。

在2022年iBest的电商平台综合排名中，top10分别是：

1. AliExpress
2. Amazon Brasil
3. Americanas
4. Casas Bahia
5. Dafiti
6. Magazine Luiza
7. Mercado Livre
8. Netshoes
9. OLX
10. Shopee

Shopee只排名第十，说明它抢占巴西市场的目标仍然任重而道远。

但它的成长态势不容小觑，据Similarweb数据显示，在2022年3月巴西电商平台的访问量统计中，Shopee以7600万的月访问量排名第五。第一是Mercado Livre （美客多）访问量超过2.41 亿次，排在第二位的是 Americanas（1.08 亿），第三位的是亚马逊巴西站（9700万）。高盛在一份报告中称，2021年Shopee在巴西电子商务市场中大概占有5%的份额，到今年年底，这一数字将会增至更大。

在拉美市场，对于shopee来讲的头号竞争对手就是Mercado Libre。[Mercado Livre是巴西本土最大的C2C平台](https://www.ikjzd.com/articles/144887" \t "_self)，像中国的淘宝一样，是此前海外卖家入住巴西的首选。

目前，Shopee平台在巴西销售的商品平均价格约为40雷亚尔，不到[MercadoLibre](https://www.ikjzd.com/w/1405)的三分之一，后者销售的更多的是单价更高的产品。

要说Shopee面临最大的挑战还是在物流端，因为MercadoLibre已经建立了一个覆盖巴西90%的物流网络，而Shopee作为新入局者者，还在依赖巴西邮政服务，这会导致包裹的交付速度变慢。Shopee也意识到了这一点，所以去年11月在巴西建立其第一个配送中心，该仓库所在城市，距离圣保罗市仅半个小时车程，大大缩短了Shopee的交货时间。