# 跨境电商助力下的中国进口消费市场分析

数字化驱动跨境电商成长——宝贝格子案例分析













- 本分析主要通过对中国进口消费 市场整体形势、政策环境等方面 的分析探究进口消费市场当前和 未来的发展形态及发展趋势。
- 本分析所包含的地域为:中国 (不包含港澳台地区)。

### 分析方法

除标明来源以外,其余皆来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈,以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。

### 核心发现

- 跨境电商平台在新政策实施后将有更大的发展空间。
- 一般贸易与跨境电商结合、线上与线下结合,将是进口消费市场主要的发展模式。



1.

中国整体进口消费形 势向好 2.

跨境电商在政策层面 上有了更大的空间

3.由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

**1.** 

线上线下融合的进口 服务厂商案例 **5**.

中国进口消费市场未 来的趋势

# 社会经济发展促成的消费升级是进口消费不断扩大的基本因素



不要的数据分析

### 社会基础服务体系逐步完善

- 养老、医疗等社保覆盖面逐步扩大,城镇职工和城乡居民逐渐得到保障全覆盖。
- 居民保障力度连续多年得到提高, 城乡居民实际生活水平得以提升。
- 九年制义务教育得到全面普及,学前教育投入力度将逐渐加强。
- 在基础设施建设、住房安居、个税调整等方面充分释放惠民政策 红利。

### 居民可支配收入明显增加

### 全国居民人均可支配收入增长情况



数据来源: 国家统计局 • 易观整理 www.analysys.cn

● 人均可支配收入在近几年间快速 增长,增速明显快于同期GDP的 增长率。

### 居民的刚需消费逐渐减少

### 全国居民人均消费支出构成变化情况



数据来源:国家统计局 • 易观整理 www.analysys.cn

以食品、居住为代表的刚需支出在整体消费中的占比逐渐减少,服务 类消费占比明显增加。



后顾之忧逐渐减少

消费基础显著夯实

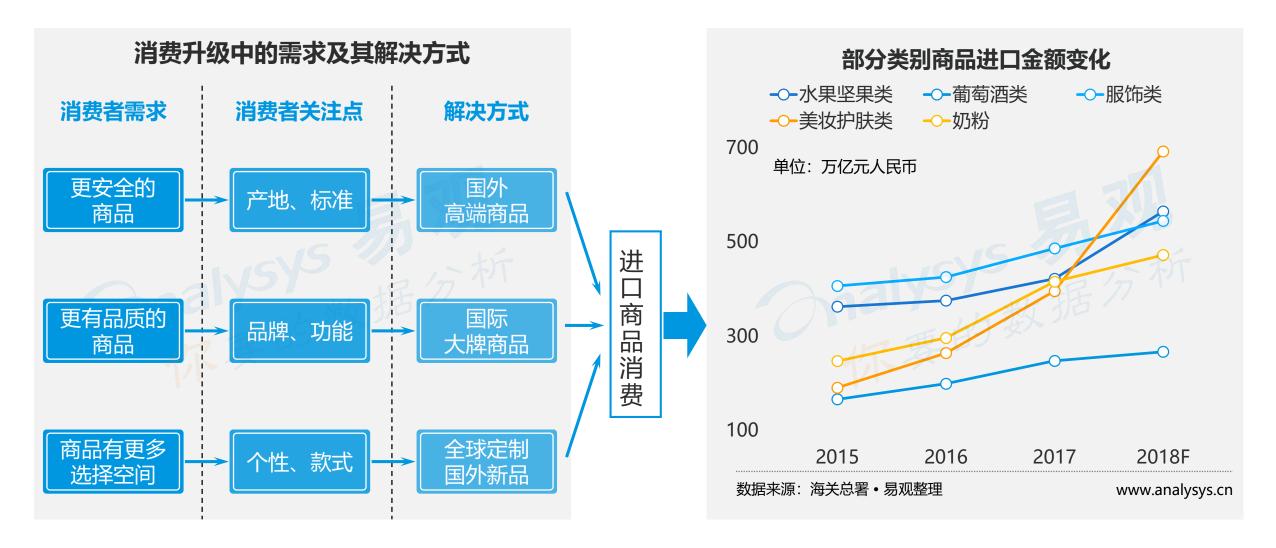


消费理念进一步转变



# 进口商品可以很好满足消费升级带来的新需求





消费升级促进了对进口商品消费的需求,进而促使以化妆品、奶粉、水果等为代表的商品进口额逐年增高

# 国家对扩大进口予以大力度的支持



### 税率调降

- 关税:近两年来,多次降低关税,涉及到汽车、生鲜、日用品、电器、保健品、服饰、婴儿食品用品等多个消费品类别,关税总水平在2018年底已降至7.5%。
- 进境物品进口税:从2016年 10月至今,已经对税目进行 了两次调整,降低了普通化妆 品的税率,将药品列入税目, 并降低了税目2、3中高两档 的税率。

### 鼓励自由贸易

- 自由贸易协定:已和包括东盟、 澳大利亚、新西兰、韩国、瑞士、新加坡、秘鲁、智利在内 的多个国家和地区达成了自由 贸易协定,不断深化开放水平。
- 自由贸易试验区:已在上海、 天津、广东、福建、辽宁、浙 江、重庆、四川、湖北、陕西、 河南、海南等多个省市设立了 自贸试验区,促进贸易的自由 便利化。

### 支持跨境电商

- 政策优惠:实施区别于一般贸易的跨境电子商务零售进口监管政策,免于验核通关单,不执行有关商品首次进口许可批件、注册或备案要求,关税暂定为0,消费税和增值税按照70%征收。
- 政策延续:在监管过渡期政策 出台后,又经历至17年年底、 至18年年底的两次延长,并 于今年发布了过渡期后的衔接 政策。



1. 中国整体进口消费形 势向好 2.

跨境电商在政策层面 上有了更大的空间

3.由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4. 线上线下融合的进口服务厂商案例

5. 中国进口消费市场未 来的趋势

# 电商法和跨境电商监管政策中的相关要求,更有利于现有平台 Chalysys 易观 扩大业务



消费者



### 电商法

- -对电商卖家的要求:
- 应当办理市场主体登记。如不进行登记,则 卖家身份有可能会被定义为非法。

#### 大部分:

分流至正规合法的 跨境电商平台

### 代购

### 跨境电商监管政策

- -对跨境电商经营者的要求:
- 主体应为境外注册企业。
- 企业需要向海关传输相关数据。
- 需要建立风险防控和质量追溯体系。

### 少部分:

分流至国外电商网站

- 文字障碍
- 支付障碍
- 使用习惯障碍
- 售后服务障碍
- 知名度障碍

国外电商网站

本就是主要渠道的跨境电商平台,随着代购客户大部分分流至此,其业务还将进一步扩大

# 监管政策松绑了消费者更多、更高的需求、进一步增强了行业 Chalysys 易观 信心



### 监管方向

### 个人消费额度

### 税目清单

对跨境电商零售进口商品 按个人自用进境物品监管

单次限额:提高至5000元 年度限额:提高至26000元

清单新增63个税目





- 再次明确了跨境电商零售进口的性 质,明确了其不同于一般贸易的常 态监管方式,避免了执行监管标准 时因地区的不同导致的差异, 以及 因人员操作上的不同而导致的差异。
- 单次限额的提高,放松了对中高端 商品的跨境零售限制,很大一部分 的安全座椅、高端化妆品/女包/手 表/服装等母婴女性类、数码家电类 的商品可以用跨境模式销售。
- 用户每一年可以购买的商品数量和 金额增加,有利于跨境电商平台进 一步挖掘用户的消费潜力。
- 新增的税目中包括了有一定市场热 度的食品类、酒类、家具类、饰品 类、电器类、文具类等品类的商品, 这些以前不能通过跨境模式销售的 商品,以后也可以通过跨境模式引 进国内,能更多更好的满足消费者 的多样化需求,刺激消费者的购物 欲望,提升跨境电商平台的营收。

### 监管政策降低了企业的法律风险,将进一步促进行业良性发展



你要的数据分析

标准

跨境商品在原料类型、原料配比、生产过程、生产方式、质量要求、卫生环保、使用操作等方面执行的是原产国的相关标准,其与中国现有的标准有所差异。

包装

之前 之后

2019年1月1日

因为大多数跨境商品 不是专门针对中国市 场生产的,所以其外 包装和预包装都没有 中文标签,特别是包 中文标签,特别是包 合预包装的食品,在 不可能加贴中文标签 的情况下,与相关法 律的规定不符。 告知

消费者需要认识到在 跨境电商平台上购买 的相关商品与我国标 准存在差异,需要自 行承担相关风险,并 且需要在确认同意风 险告知书后,才能下 单购物。 包装

跨境电商平台的相 关商品只需在网络 上展示中文电子标 签即可正常销售, 而没有强制规定相 关商品上一定要有 原始的中文标签或 需要加贴中文标签。

### 风险:

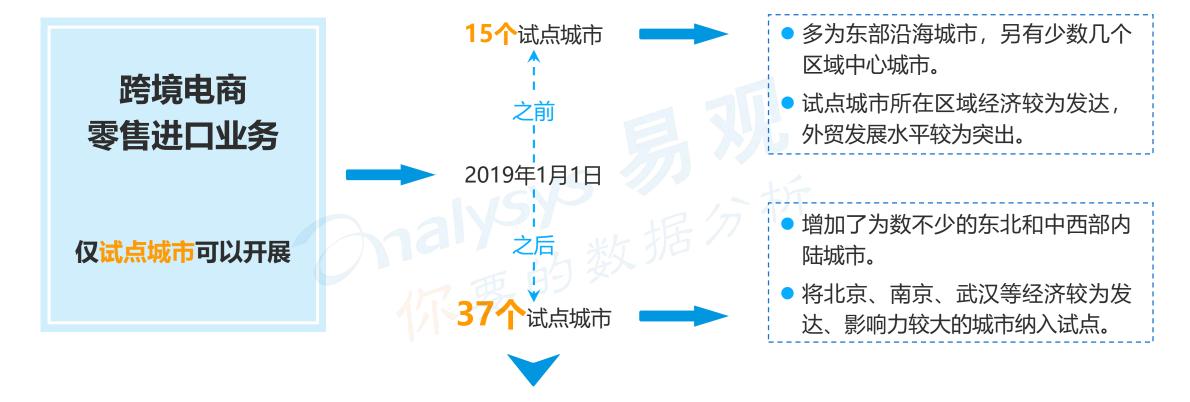
- 被有关部门查处
- 被消费者/职业打假人起诉

相关风险被彻底解除

跨境电商平台可以放心销售进口商品

# 扩大试点城市范围,有利于企业进行资源的进一步优化配置





- 效率更高、成本更低: 电商平台可根据不同地域用户对不同商品的消费情况,更大范围的调整进境口岸和保税仓的设置。
- 用户体验更佳:由于可根据口岸的地理位置及其通关速度等情况进行进境策略调整,用户从下单到收货的时间间隔更短。
- 商品将更丰富:新的试点城市由于地理上的优势,可用更具性价比的陆路运输方式引进东南亚、中亚和欧洲的跨境商品。



1. 中国整体进口消费形 势向好

2.跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

线上线下融合的进口 服务厂商案例 5. 中国进口消费市场未 来的趋势

# 跨境电商向好,一般贸易也有发展空间



### 消费品进口规模不断扩大

### 跨境电商

- 行业发展速度快:在政策红利和市场空间的影响下,短短几年时间行业中就诞生了数家发展快、规模大的厂商,而开展跨境进口业务的中小厂商则更是层出不穷。
- 用户增长快: 更具性价比的商品、更多的可选择性,以及越来越规范的行业,使跨 境电商在用户中的渗透率越来越高。

"线下自提"模式受到监管政策的限制



- **行业模式成熟稳定**:在长时间的发展过程中,一般贸易模式已经呈现出成熟稳定的特点,受到外部因素的影响相对较小。
- 渠道建设较为完善:进口商品从原产地到 终端销售有较为稳固的合作伙伴和行之有 效的运行体系,有更具深度和广度的市场。

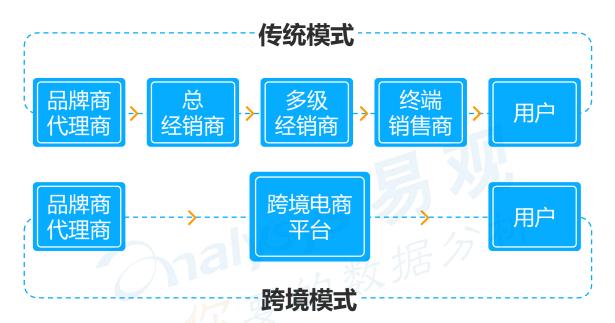
在海关特殊监管区域(保税区、自贸区等)外,线下交易的进口商品只能以一般贸易模式进口。



# 进口商品纯线上销售模式以跨境电商为主,在快速发展的同时

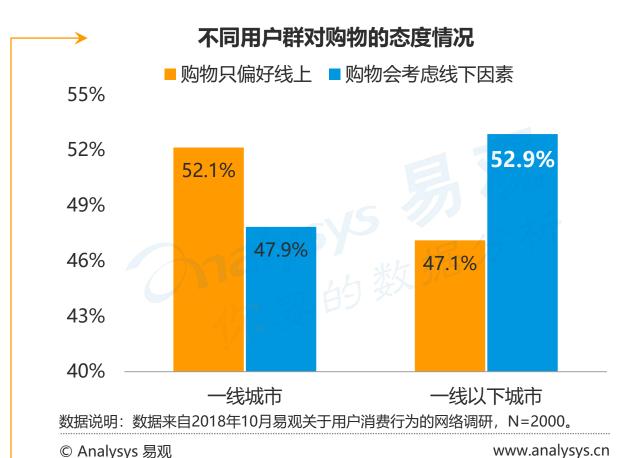


还需要进一步下沉



- 跨境电商平台取代了众多中间环节,节省了中间成本 消耗,能以更优惠的价格给用户提供商品。
- 线上模式更靠近产业链上游,对国际市场动态、市场 趋势把握的更准确。

跨境电商有更大吸引力, 发展更快 进口行业如要发展更快还需关注不同的用户群



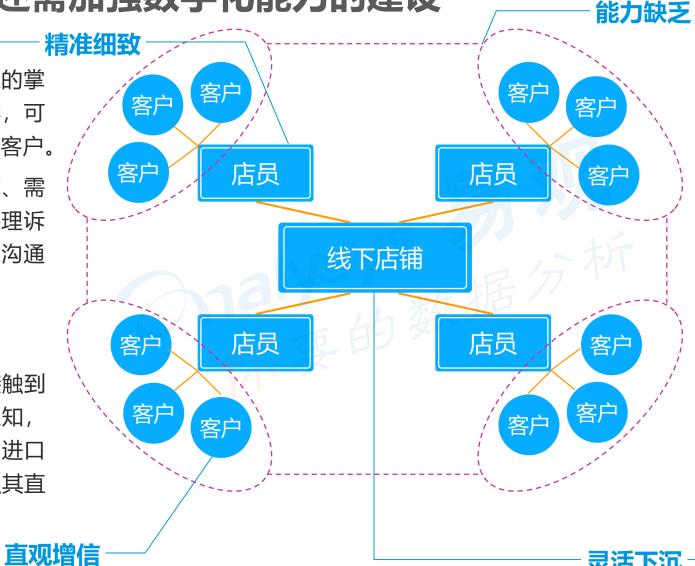
- 低线城市用户在购物时会相对更多的考虑线下因素。
- 重视线下市场, 进口商品在低线城市将更有空间。

# 纯线下模式可以为进口商品的销售增信,并且具有较强的下沉 Chalysys 易观 渗透力,但还需加强数字化能力的建设

● 每个店员能较为精准的掌 握、运营多个客户群,可 以将工作细致到每位客户。

• 对于每位客户的需求、需 求变化以及潜在的心理诉 求, 能第一时间通过沟通 交流进行了解。

● 客户能直接看到、接触到 商品,形成客观的认知, 特别是对其不熟悉的进口 商品而言,可以增强其直 观体验和信任感。



- 缺乏将客户及其需求通过 数字化的手段形成统一规 划的能力,因此缺少客观 的市场及选品决策依据。
- 缺少对全球市场未来趋势 和新兴模式的感知,在长 期规划上落后于跨境电商。

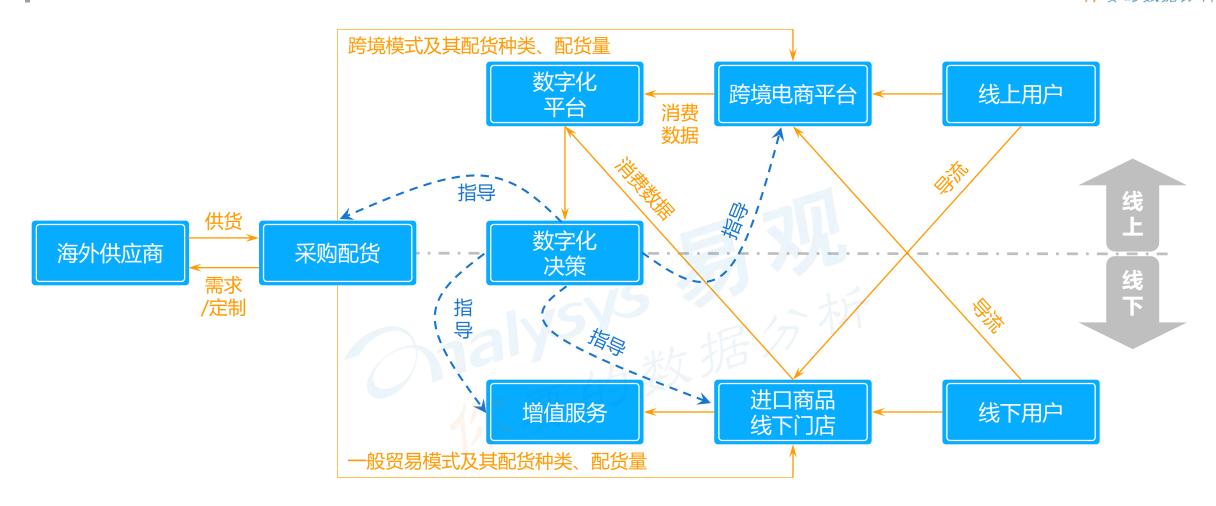
- 可利用线下资源优势规划 设计、衍生出更多贴近用 户的市场活动形式和内容。
- 覆盖区域能进一步下沉, 能将销售触角深入到乡镇 一级,充分挖掘市场潜力。

灵活下沉

2018/12/17

# 线上与线下结合的进口商品销售模式,能有效整合二者的优势 (malysys 易观





- 线上导流至线下,增强用户信任感、提高转化率;线下导流至线上,提高效率、增加消费量。
- 需求量大、较急迫的需求用线下的一般贸易模式解决;更个性化、多样化的需求用跨境模式解决。

# 母婴服务尤其适合以进口商品为切入点,进行线上线下的融合

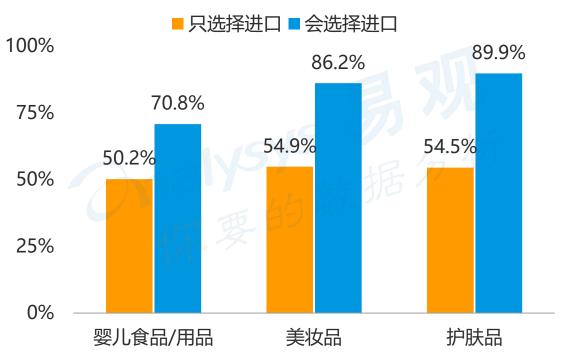


你要的数据分析

用户在对母婴品类的选择上有非常明显的进口消费偏好

母婴商品与服务在用户层面的线上线下协同效应较为明显

### 用户对某些品类商品的消费倾向



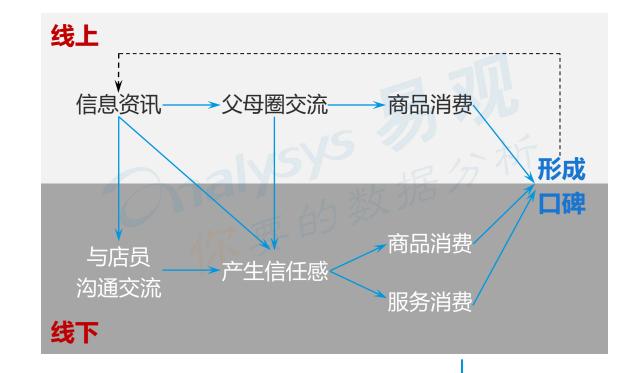
数据说明:数据来自2018年10月易观关于用户消费行为的网络调研,N=2000。

\_\_\_\_\_\_ 进口商品 •——

可以发挥出乘数效应

www.analysys.cn

线上线下融合



© Analysys 易观



1. 中国整体进口消费形 势向好

4.

2.跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

线上线下融合的进口 服务厂商案例 5. 中国进口消费市场未 来的趋势

# 宝贝格子依靠供应链优势成为中国可靠的海外直邮平台





溯源保障: 宝贝格子与中检集团、中国质量认证中心合作,以全程溯源保障消费者权益。

# 在进口商品渗透率较低的低线市场,宝贝格子的线下发展策略 Chalysys 易观 正好满足了其用户的消费升级需求





就整体低线市场而言,人口多、容量 大,将比一线市场更有发展潜力,同 时其用户在包括进口商品、增值服务 在内的消费升级需求上也更加强烈。

低线市场用户相对更青睐线下消费, 特别是在母婴品类,在整体消费意愿 上与一线城市趋同的同时,更倾向在 线下完成购买过程。

# 宝贝格子的经营模式更好的适应了当今新零售的发展趋势



你要的数据分析

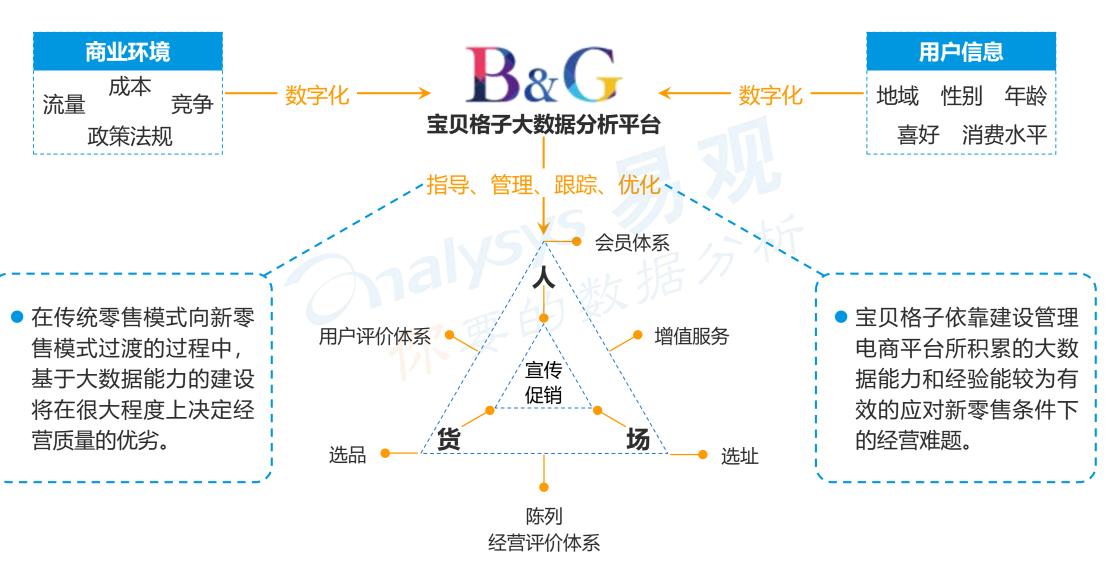
在电商法和跨境新政推出后,海外代购模式成为不被国家法律所承认的非法商业模式,其用户群会转移到正规合法的跨境电商平台之上。

没有正规手续的进口商品 门店将被逐步查封取缔, "网购保税+线下自提"不 PC端 • 旗舰店 再被政策允许,其用户群 会转移到采用一般贸易进 口模式的门店中去。 内容 服务 APP • 1+X综合体 导购 亲子互动 良好体验 反向输出 儿童成长中心 小程序。 晒单 育儿服务 育儿内容 全日制早教

- 宝贝格子完整的线上线下服务闭环,满足了用户多样化的需求,提高了其复购率。
- 用户在线上线下的双向流动,降低了获客成本,提高了转化率,提升了盈利能力。

# 展奠定良好的基础







1. 中国整体进口消费形 势向好

2.跨境电商在政策层面上有了更大的空间

**5**.

3.由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

线上线下融合的进口 服务厂商案例

中国进口消费市场未 来的趋势

### 一般贸易模式与跨境电商模式将会进一步趋同



### 关税

随着与中国签订自贸协定的国家/地区增多,税目适用范围的扩大,关税的整体水平会逐渐降低,直至降到0,与跨境电商适用的关税税率一致。

### 消费税、增值税

基于税负平衡、公平竞争等 方面的考虑,一般贸易和跨 境电商两种模式之间消费税、 增值税差别会逐渐减小,甚 至消失。

### 模式

原有一般贸易进口模式中广泛存在的多级代理制度,将会逐渐消失,去中间化的进口流程也将在一般贸易模式中逐渐成为主流。







### 进口流程

在吸取跨境电商模式经验教训的情况下,一般贸易进口的流程、手续将极有可能从个别地区开始试点并逐步简化,在此基础上进而推广至全国。



### 消费限额

由跨境电商模式解决的消费升级需求将越来越多,现有的消费限额在未来将不能适应这种逐渐升高的需求变化,单次和年度的限额会进一步提高。



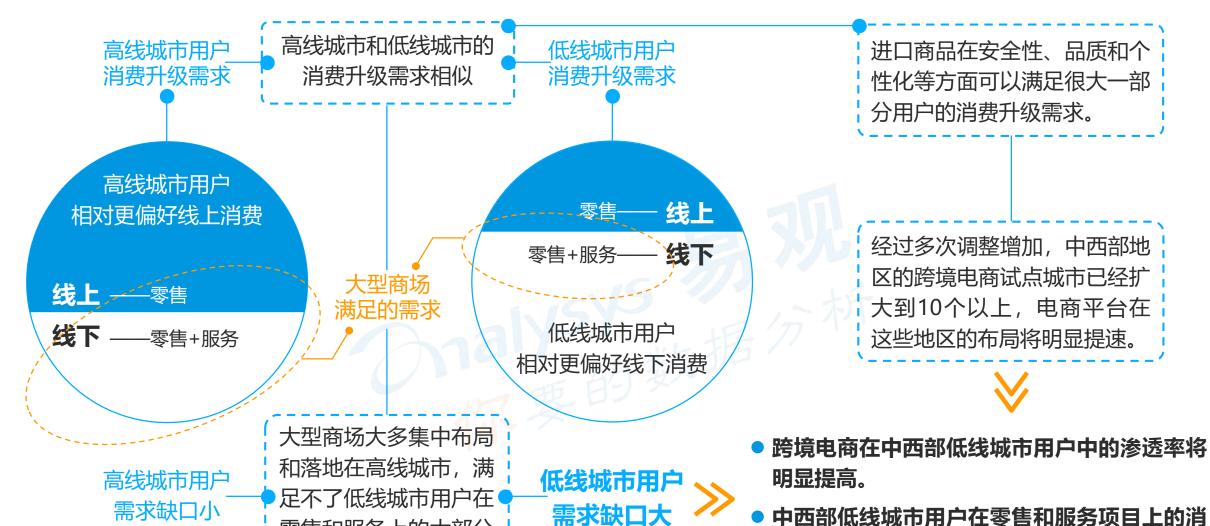
### 税目清单

当前跨境电商的税目清单虽然已 经包括了绝大部分消费者经常购 买的商品,但越来越多个性化、 定制化商品的出现,将促使相关 单位不定期扩展其中的税目数量。

# 以跨境电商为代表的消费升级业态将向中西部城市加速渗透



你要的数据分析



2018/12/17

数据驱动精益成长

零售和服务上的大部分

需求。

费潜力将被充分发掘,消费升级下沉趋势明显。

# 进口商品实体店将更多以跨境电商线下店的形式出现



### 不能开展

网购保税+线下自提业务



带有跨境电商基因的线下进口商品 门店将成为进口商品实体店的主流。



### 不只是

单纯的线下展示+线上购买

### 线上品牌效应扩大化

- 在日常生活已经移动互联网化的时代,跨境电商平台相对 有更大的品牌知名度和影响力。
- 线下门店使用跨境电商的品牌,既可以最大限度的利用品牌资源、吸引客源,又能使线上线下客户实现良性互动。

### 线上线下供应一体化

虽然线下门店的商品和跨境电商平台上的商品,在进口模式和销售方式上有所不同;但在两种模式下,可以共用一套供应链体系,与相同的供应商进行合作,从而减少供应链拓展的难度和消耗的成本。

### 线上助力线下数字化

经过电商平台的数字化建设改造,线下门店将迸发出更大的活力,运转效率、客户转化率、用户复购率都将会提高,同时还能更为精准的定位用户需求,为开展更多类型的增值服务奠定良好的基础。



# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观干帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观干帆试用



易观订阅号

网址: www.analysys.cn 客户热线: 4006-515-715 微博: Analysys易观