

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“尽管增长迅猛，但海淘市场在中国整体在线零售市场中的占比预计不久将触及峰值。更多的外国品牌都进行了本土线上布局，海淘因而对于市场新晋竞争者扩大知名度有着更重大的意义。随着更多的外国品牌挤入市场，零售商和品牌在向购物者进行营销时必须更加锐意创新，借用视频、在线竞赛游戏和特别事件为消费者带来更尽享的体验。”

郭马修，亚太研究主任

## 在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 全球村的世界公民
- 娱乐购物
- 使中国消费者购物更容易

## 您需要了解的

中国海淘市场增势迅猛，而且在未来仍然不乏巨大的增长空间。不过，由于越来越多的外国品牌如今已经通过国内实体店或国内在线购物网站布局中国市场，其在中国在线零售总额中的占比逼近峰值。

这一现状意味着外国品牌必须更努力地打造差异化，超越竞争对手吸引消费者的注意，并提供更难忘、有趣的体验。中国市场中的营销创新包括使用在线媒体和游戏。随着更多中国人出国旅游，在产品原产国与他们进行更多互动变得越来越可能，也越来越重要。

日渐挑剔的中国消费和也越来越看重客户服务和便捷性。这是国外品牌和零售商需要追赶国内竞争者的领域。

购买  
这篇报告地址：  
store.mintel.com电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533巴西  
0800 095 9094美洲  
+1 (312) 943 5250中国  
+86 (21) 6032 7300亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100邮件：  
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需要了解的

报告范围

定义

不包括

## 综述

市场

数据1: 中国B2B和B2C跨境电子商务总额预测 (最好和最差情形), 2011-2021年

公司与品牌

数据2: B2C购物网站在B2C在线零售市场中的销售额份额, 2016年

消费者

进口产品购买地点

数据3: 过去6个月购买进口产品的渠道, 2016年11月

海淘进口产品的国家

数据4: 消费者海淘进口产品的国家, 2016年11月

影响海淘的因素

数据5: 消费者在线海淘时的重要考虑因素, 2016年11月

中外购物网站比较

数据6: 消费者购买进口产品时对购物网站的看法, 2016年11月

消费体验

数据7: 消费者在线海淘时的体验——信任、兴趣和服务, 2016年11月

消费者态度

数据8: 消费者对于海淘的态度, 2016年11月

目标消费群体

数据9: 目标消费群体对于海淘的态度, 2016年11月

我们的观点

## 议题与洞察

全球村的世界公民

现状

启示

娱乐购物

现状

启示

使中国消费者购物更容易

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 市场——您所需要了解的

跨境电子商务预计将翻番  
海淘是否达到渗透高峰？  
新品类、移动终端和旅行商机

## 市场规模与预测

引言  
数据10: 中国B2B和B2C跨境电子商务总额预测（最好和最差情形），2011-2021年

## 市场细分

B2B跨境电子商务已到鼎盛时期  
数据11: 中国B2B跨境在线零售总额预测（最好和最差情形），2011-2021年  
数据12: 中国——跨境和境内B2B电子商务，2011-2021年  
  
B2C跨境电子商务即将达到鼎盛时期  
数据13: 中国B2C跨境在线零售总额预测（最好和最差情形），2011-2021年  
数据14: 中国——跨境和境内B2C电子商务，2011-2021年

## 市场增长动力

海淘达到巅峰？  
数据15: 中国——在线零售和B2C跨境在线零售与总零售额的对比，2012-2017年  
  
线上的主要增长品类  
数据16: 中国——在线零售总额（按细分市场区分），2012-2017年  
  
炙手可热的海淘新宠  
智能手机渗透率  
数据17: 中国——移动在线用户和收益在总在线零售市场中的占比，2012-2020年  
  
在线支付系统  
境外游和免税购物  
数据18: 中国——出境游人次比例（按出游国家区分），2016年前三季度  
  
监管

## 重点企业——您所需要了解的

天猫仍然主导海淘市场  
外国网站更趋本地化  
更移动、更有趣、更高端

## 市场份额

中国领先的B2C在线购物平台  
数据19: B2C购物网站在B2C在线零售市场中的销售额份额，2015/2016年

## 竞争策略

外国零售商上线国内平台  
流媒体  
借势网购活动

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 谁在创新？

零售游戏化  
在线购物——迷你系列  
优越化

## 消费者——您所需要了解的

国内零售商胜过国外对手  
不同国家有不同的明星产品  
质量和便利是首要选择因素  
外国网站在服务上落后国内网站  
通过口碑推荐搭建高质量形象  
超过一半的消费者为海淘或海外旅行拥护者

## 进口产品购买渠道

国内销售仍然胜过海淘  
数据20: 过去6个月购买进口产品的渠道，2016年11月

“海淘高峰”到来的证据  
数据21: 过去6个月购买进口产品的渠道，2015年11月和2016年11月

年长男性更倾向海淘  
数据22: 过去6个月购买进口产品的渠道变化（按婚姻状况区分），2015年11月和2016年11月  
数据23: 过去6个月购买进口产品的渠道变化（按性别和年龄区分），2015年11月和2016年11月

## 海淘进口产品的国家

邻国主导海淘  
数据24: 消费者海淘进口产品的国家，2016年11月

法国产品和食品增长最强劲  
数据25: 国家平均值和消费者购买的进口产品，2015年11月和2016年11月

食品  
数据26: 消费者海淘进口食品的国家，2016年11月

酒类  
数据27: 消费者海淘进口酒类的国家，2016年11月

衣服鞋子  
数据28: 消费者海淘进口衣服鞋子的国家，2016年11月

美容及个人护理产品  
数据29: 消费者海淘进口美容及个人护理产品的国家，2016年11月

个人电子产品  
数据30: 消费者海淘进口个人电子产品的国家，2016年11月

家用电器  
数据31: 消费者海淘进口家用电器的国家，2016年11月

婴幼儿食品和用品  
数据32: 消费者海淘进口婴幼儿食品和用品的国家，2016年11月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

### 影响海淘的因素

质量、支付方便和详细信息是关键

数据33: 消费者在线海淘时的重要考虑因素, 2016年11月

不同渠道的重要影响因素

数据34: 消费者在线海淘时的重要考虑因素 (按过去6个月进口产品购买地区区分), 2016年11月

不同人口特征消费群的重要影响因素

数据35: 消费者在线海淘时的重要考虑因素 (按性别和年龄区分), 2016年11月

### 中外购物网站比较

国外=高质量的产品; 国内=配送服务

数据36: 消费者购买进口产品时对购物网站的看法, 2016年11月

国外/国内网站的表现自2015年后有何变化?

数据37: 消费者购买进口产品时对购物网站的看法——外国的购物网站做得更好, 2015年11月和2016年11月

数据38: 消费者购买进口产品时对购物网站的看法——国内的购物网站做得更好, 2015年11月和2016年11月

不同性别和年龄消费者对国内外网站表现的看法

### 消费体验

建立信任, 提供便利

数据39: 消费者在线海淘时的体验——信任程度, 2016年11月

数据40: 消费者在线海淘时的体验——兴趣程度, 2016年11月

数据41: 消费者在线海淘时的体验——客服程度, 2016年11月

不同性别和年龄群的体验差异

英敏特城市精英人群的体验

数据42: 上网海淘进口产品的消费体验 (按消费者分类区分), 2016年11月

### 对于海淘的态度

专注国家精品

数据43: 消费者对于海淘的态度, 2016年11月

不同性别和年龄群的态度差异

数据44: 消费者对于海淘的态度 (按年龄区分), 2016年11月

英敏特城市精英人群的态度

数据45: 消费者对于海淘的态度 (按消费者分类区分), 2016年11月

### 目标消费群体

主要消费群体

海外旅行拥护者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销

海淘回避者

他们是谁

他们是怎样的消费者

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 海淘 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

如何向其营销

本地化者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销

海淘拥护者

他们是谁

他们是怎样的消费者

如何向其营销

## 附录——市场规模与预测

数据46: 中国——B2B和B2C跨境电子商务总额，2011-2021年

## 附录——市场细分

数据47: 中国——跨境电子商务 (按B2B和B2C区分)，2011-2021年

## 附录——研究方法和缩写

消费者研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)