

进口消费洞察报告

——2016天猫国际年度数据报告

CBNData × 天猫国际

第一财经商业数据中心

The background of the left half of the slide features a blurred image of jewelry displays. Two wooden mannequin heads are visible, each wearing a necklace. The necklaces have intricate designs, including one with a large circular pendant and another with a cross pendant. The background is a mix of light blue and purple hues.

CONTENTS

01

中国进口消费概况

02

消费群体：进口人群结构泛化

03

消费升级：进口消费习惯形成

04

消费动机：多样消费需求驱动

05

热点事件：进口消费决策影响

中国进口消费概况



政策利好，助力跨境电商持续稳健发展

这一时期跨境电子商务的主要模式仍为“人肉代购”为主，少部分高收入女性群体已经开始接触海淘。

模式向保税进口；集货进口；邮政小包直邮转变。天猫国际为首的跨境B2C平台在2014年前后出现。

免税额取消将是跨境电商的一次消费升级，税率变化后，品类将更加丰富。物流体系与商业模式将顺应品类丰富化趋势进行拓展。



跨境电商成型期



跨境电商发展期



跨境电商成熟期

2012年以前

- 1994.11 《海关总署关于调整进出境邮件中个人物品的限值和免税额的通知》
- 2010.7 海关总署公告2010年第43号（关于调整进出境个人邮递物品管理措施有关事宜）

2012年-2015年

- 2012.5 发改委《关于开展国家电子商务试点工作的通知》
- 2014.2 海关总署公告2014年第12号《关于增列海关监管方式代码的公告》
- 2014.7 海关总署2014年第56、57号公告
- 2015.6 国务院《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》

2016年之后

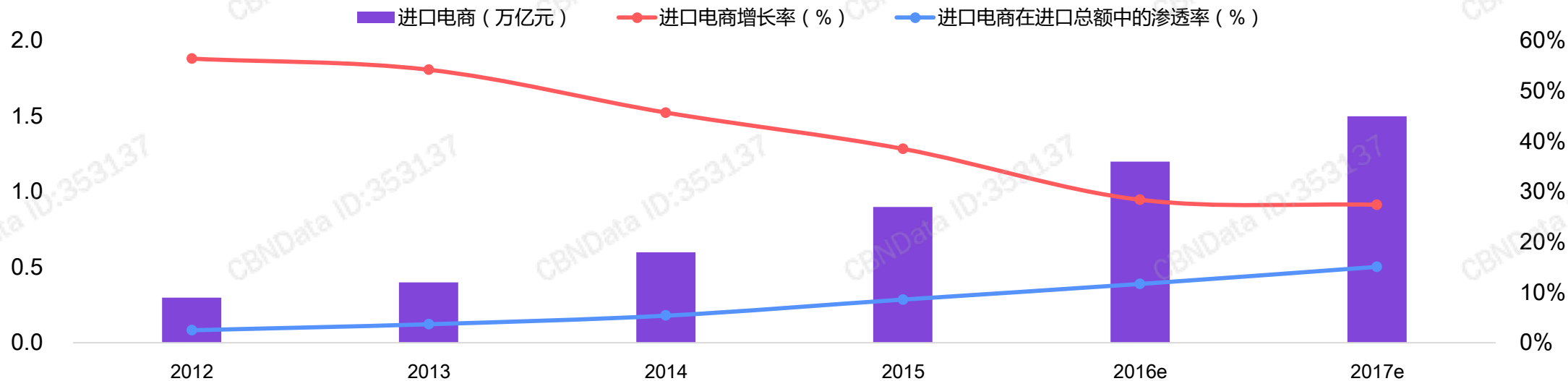
- 2016.3 财政部《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》
- 2016.4 财政部等《跨境电子商务零售进口商品清单》
- 2016.9 G20《G20全球贸易增长战略》
B20《2016年B20政策建议报告》

资料来源：公开网络资料

消费升级成市场增长新动力，中国消费者对进口产品需求变大

- 进口电商总量增速稳定保持在30%以上，市场进入高速增长期。
- 进口电商以零售为主，其在进口总额中渗透率的提高表现出国内消费者线上购买进口产品消费行为日趋成熟，从注重价格转变为注重品质。

2012-2017e 中国进口电商交易规模



资料来源：艾瑞咨询

天猫国际从进口电商1.0进入2.0深耕，持续优化中国新一轮中产消费的进口供给侧是进口电商下半场重中之重



覆盖国家和地区

63个

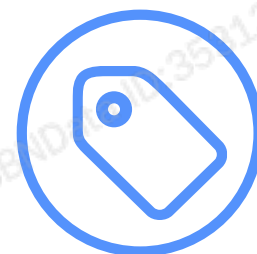
新增20%原产国



覆盖品类

3700⁺类

新拓展1700⁺类



引进品牌

14500⁺个

八成以上第一次进入中国

注：本页数据显示变化是指与天猫国际2015年同比

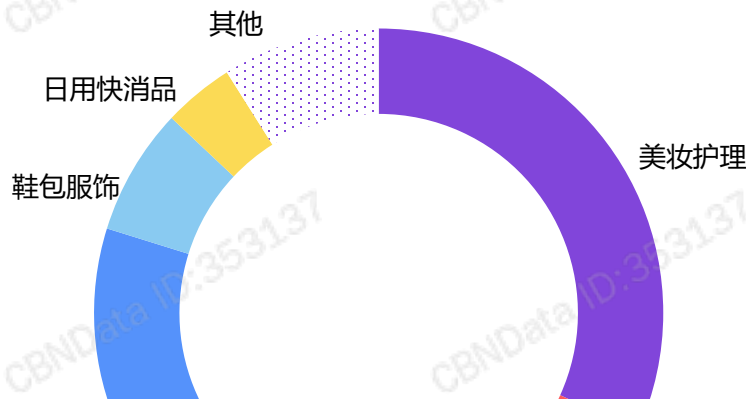
身份蜕变、尝鲜体验和品质升级是进口消费的三大主要动机



天猫国际2014年初正式上线以来，销售额成显著的周期性增长；2016年，美妆护理占比飙升，位居第一

- 食品、美妆护理和母婴用品是拉动销售的主营品类。
- 2016年以来，美妆护理占比飙升，跃居第一，日用快消品占比提升明显。

2016 天猫国际品类销售额分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17280

