

中国跨境消费导购平台研究报告

2020年





- 在居民海淘需求，行业技术发展及国家政策的三重驱动下，跨境电商行业近年来快速发展，2019年进口跨境电商规模**达24,700亿元**。
- 平台型，自营型及导购型跨境电商各有侧重，平台型及自营型重全产业链服务，**导购型聚焦营销获客**。
- 海外成熟的导购返利型平台受资本市场认可，导购型平台有**较高的盈利空间**。



- 受益于海外品牌线上化步伐加快、中国居民消费能力增强、导购模式渗透率上升等因素，**跨境消费导购整体市场增长强劲**。
- **产业链上游的商户资源与下游的流量资源是构建导购平台的核心壁垒**。返利平台因其在购买环节对消费者更具吸引力的特点在众多导购模式中**拥有更高的发展潜力**。



- **55海淘**：中国领先的海淘返利平台，通过多年深耕细作，**对接了大量优质商户资源**，拥有海量**复购率高的忠诚用户**。
- **Ebates**：美国知名返利导购平台，以客户为中心发展全方位入口，**返现模式多样化**，战略收购**形成规模化优势**。
- **什么值得买**：电商导购头部企业，以优质消费内容构建核心壁垒。



- 随着跨境电商近年来的蓬勃发展，中国跨境消费导购市场仍有较大的发展潜力。预计**整合营销、线下互联与出海导购**将是未来主要的发展方向：
- **整合营销**：通过产业链整合的方式提供**一体化营销服务**，满足商家的全面需求。
- **线下互联**：突破线上的局限，拓展至线下渠道，构建**线上线下一体化全方位导购场景**。
- **出海导购**：通过深耕海外市场多年积累的运营经验，**打造双向导购模式**，赋能企业出海。

研究范围

研究主体为消费者海淘使用的进口零售电商，聚焦导购模式



1 导购型

通过商品导购资讯、商品比价、海淘社区推荐、用户返利等方式来**为商家引流**实现跨境购物。如**55海淘**等。

2 平台型

提供平台，**吸引第三方卖家**如国外品牌商、渠道商、职业买家和店主入驻，通过入场费、交易费、增值服务等方式获取利润。如**天猫国际**等。

3 自营型

以商品自营为主，须深入备货、采购、销售、物流、报关等环节，供应链管理、控制要求高。如**网易考拉**等。

中国跨境电商行业概览与趋势洞察

1

中国跨境消费导购平台细分行业洞察

2

导购平台经典案例

3

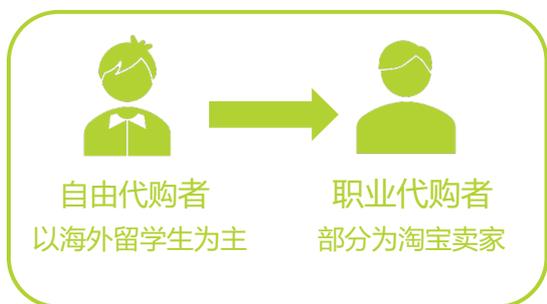
跨境消费导购平台新兴商业模式探讨

4

中国海淘发展历程

海淘步入跨境电商时代，跨境网购常态化

个人代购时代



2007年以前

- 小众集中的消费者
- 周期长，价格高
- 产品真伪、质量难以保障

海淘需求推动贯穿整个历程

海淘平台时代



2007-2014年

- 常规的买方和卖方市场
- 消费群体扩大
- 商品品类多样化

跨境物流及配套技术发展
推动海淘企业的发展

进口跨境电商时代



2014年至今

- 跨境网购常态化
- 商品品质、品类追求提升
- 直邮、保税、转运多种模式

政策推动进口跨境电商
快速发展

海淘途径

跨境电商贴合国内消费者多样需求

海淘途径	举例	用户特征
国内跨境电商	 天猫国际  考拉海购 用黑卡选全球  海囤全球 京东旗下全球直购平台  洋码头	 追求省事的国内消费者 对商品时效性要求高 追求操作方便
国外跨境电商	 亚马逊 amazon.cn FARFETCH LOOKFANTASTIC Gmarket	 追求高性价比的国内消费者 品类需求多样 精打细算，习惯比价
免税店、海外商店	 THE SHILLA duty free  cdf 中免集团 CHINA DUTY FREE GROUP  LOTTE DUTY FREE  DFS	 出境人群 可到商店直接购买 品类选择多样
代购		 国内消费渠道难以满足需求的消费者 品类需求丰富 价格驱动

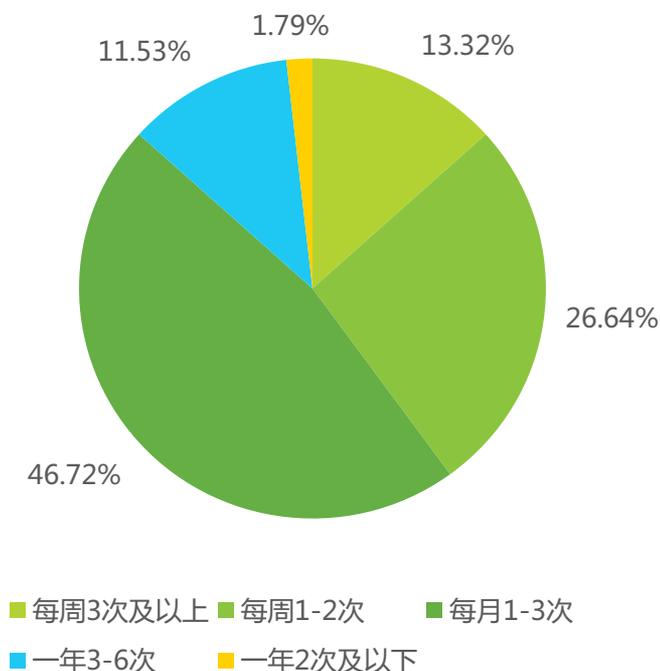
来源：公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国海淘用户画像 (1/2)

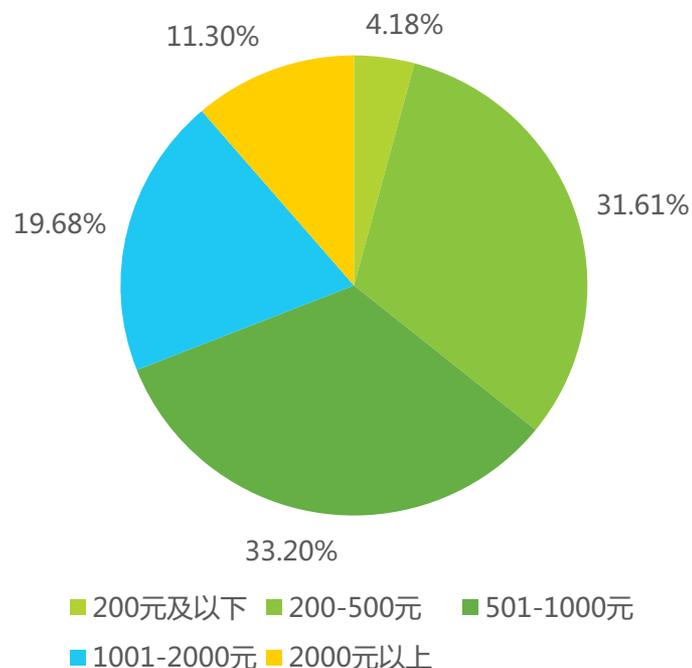
海淘购买行为高频，购买商品价值高

海淘用户购买频次较高，87%的人每个月海淘至少海淘一次，同时海淘单客价值高，超过64%的用户过去一年海淘平均每笔订单金额在500元以上。

2020年中国海淘用户购买频次分布



2020年中国海淘用户订单均价分布



来源：艾瑞咨询于2020年9月通过iClick调查获得，N=500。

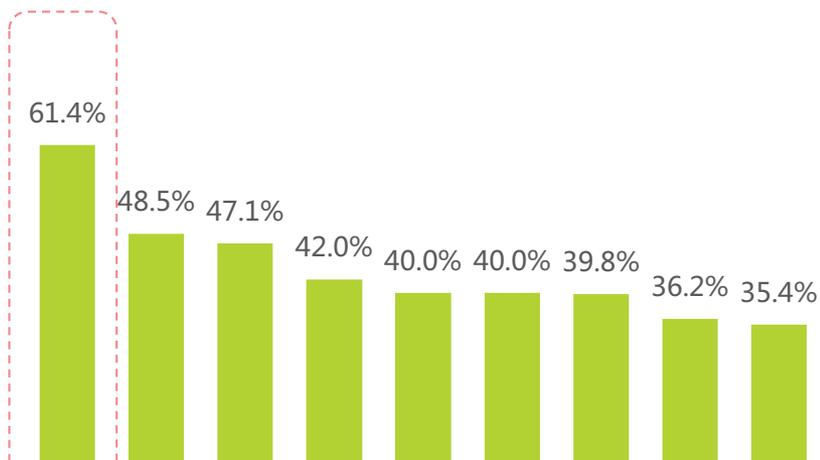
来源：艾瑞咨询于2020年9月通过iClick调查获得，N=500。

中国海淘用户画像 (2/2)

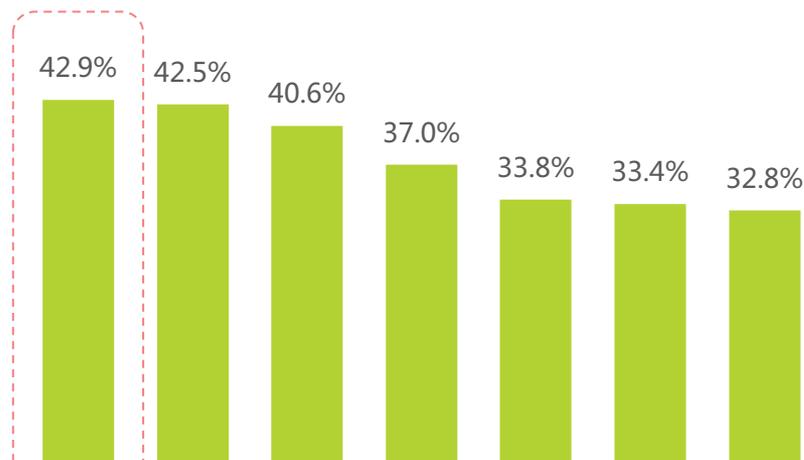
限时折扣促销为海淘用户最喜爱的营销模式

海淘消费集中在美妆个护、食品、电子产品等品类。海外商家营销模式多样，价格折扣为最吸引海淘用户的营销方式，内容营销也有较强刺激作用。

2020年中国海淘用户经常购买品类



2020年中国海淘用户营销模式偏好



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_20843

