

# 中国跨境进口零售电商行业发展研究报告

2018年





## 2017年中国跨境进口零售电商行业市场规模约为1113.4亿元，同比增长49.6%。

2017年，中国跨境进口零售电商市场的规模约为1113.4亿元，增长率为49.6%。艾瑞分析，未来几年，在政策基本面保持利好的情况下，进口电商零售市场仍将保持平稳增长。艾瑞预计2021年，中国跨境电商的市场规模将突破3000亿。



## 正品保障和物流资源是跨境电商行业发展的关键能力。

由于跨境电商行业强势品类为母婴、美妆个护、保健品等，正品保障至关重要；另外消费者对于品牌的主动感知较强，所以正品保障成为跨境电商赢得客户和持续发展的关键能力，商品溯源成为行业标配。而物流资源是正品保障和降低成本的重要资产。



## 跨境电商创新模式不断，线下零售店和人工智能应用提升用户体验。

1. 跨境电商线下零售店的布局是近期发展的重要方向，但由于跨境商品税收和购买等政策的特殊性，目前的线下店仅停留在线下体验阶段；
2. 随着国内人工智能技术的成熟，未来将更多地应用于跨境电商领域，跨境电商零售供应链的升级，提高效率，提升用户体验。

## 中国跨境电商结构示意图及本报告研究范畴



中国跨境进口零售电商行业环境变化 1

中国跨境进口零售电商行业发展现状 2

中国跨境进口零售电商行业用户研究 3

中国跨境进口零售电商典型案例研究 4

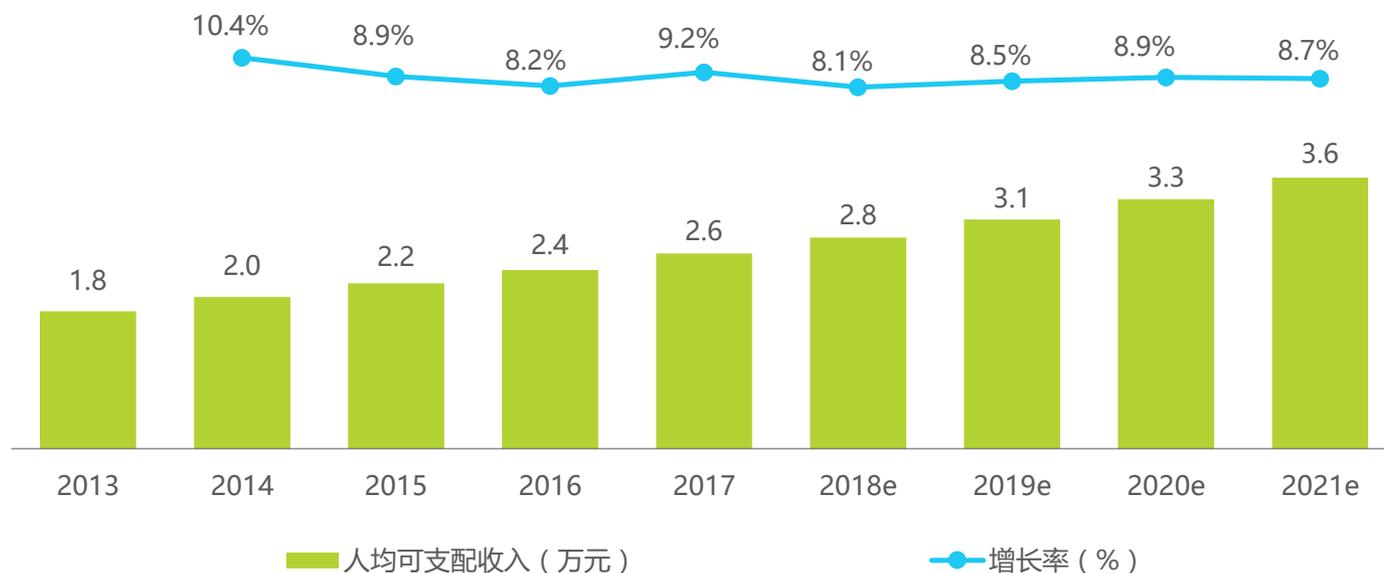
中国跨境进口零售电商行业发展趋势 5

# 中国居民人均可支配收入持续增加

## 跨境电商用户基础利好

2013-2021年数据显示中国居民人均可支配收入持续增加，艾瑞预测到2021年，中国居民人均可支配收入将达到3.6万元。人均可支配收入增加意味着消费者有更多可以自由支配的资金，为跨境电商行业发展提供了良好的用户基础。

### 2013-2021年中国居民人均可支配收入及预测



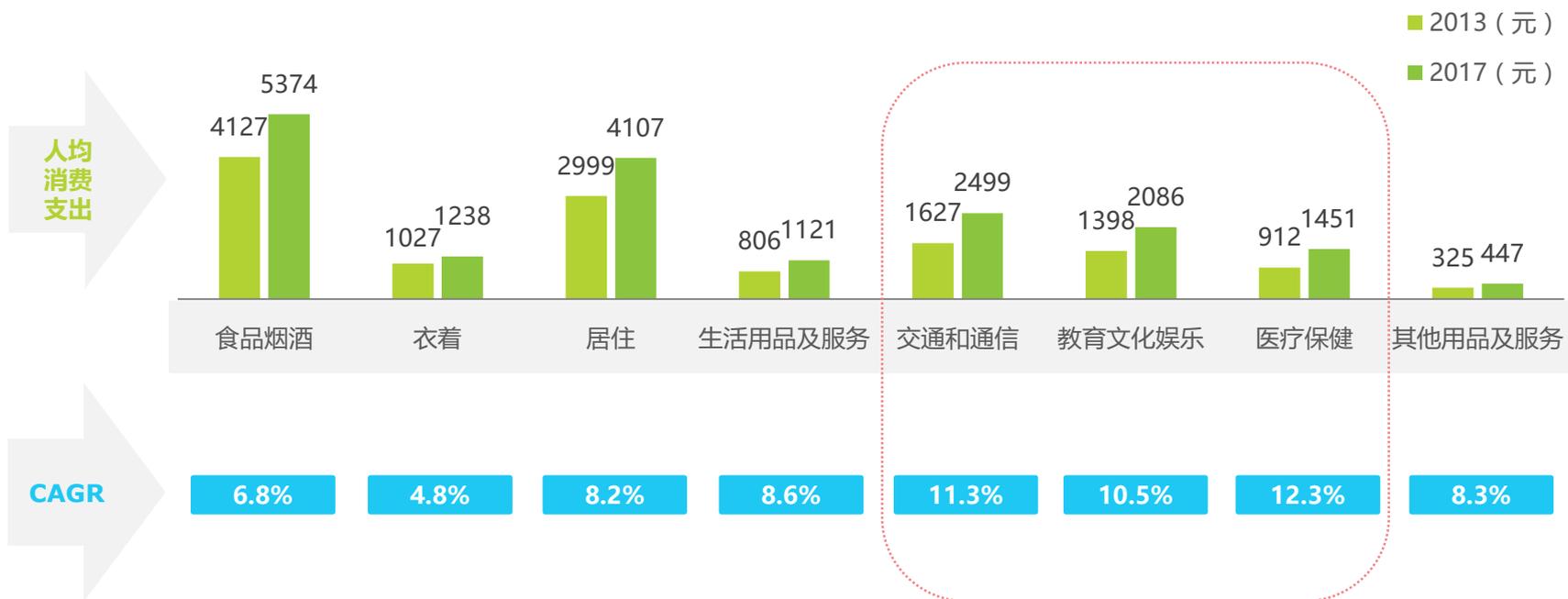
来源：中华人民共和国国家统计局、国际货币基金组织，艾瑞咨询建模核算。

# 居民消费支出不断扩大

## 用户在跨境电商领域的实际购买力不断提升

人均可支配收入增加从供给端为跨境电商市场提供了良好的用户基础，人均消费支出则代表了居民的实际购买力。从2013与2017年对比来看，中国居民在各方面的消费支出均不断增长（去除通胀因素），用户在跨境电商领域的实际购买力也将不断提升。

### 2013与2017年中国居民人均各项消费支出比较



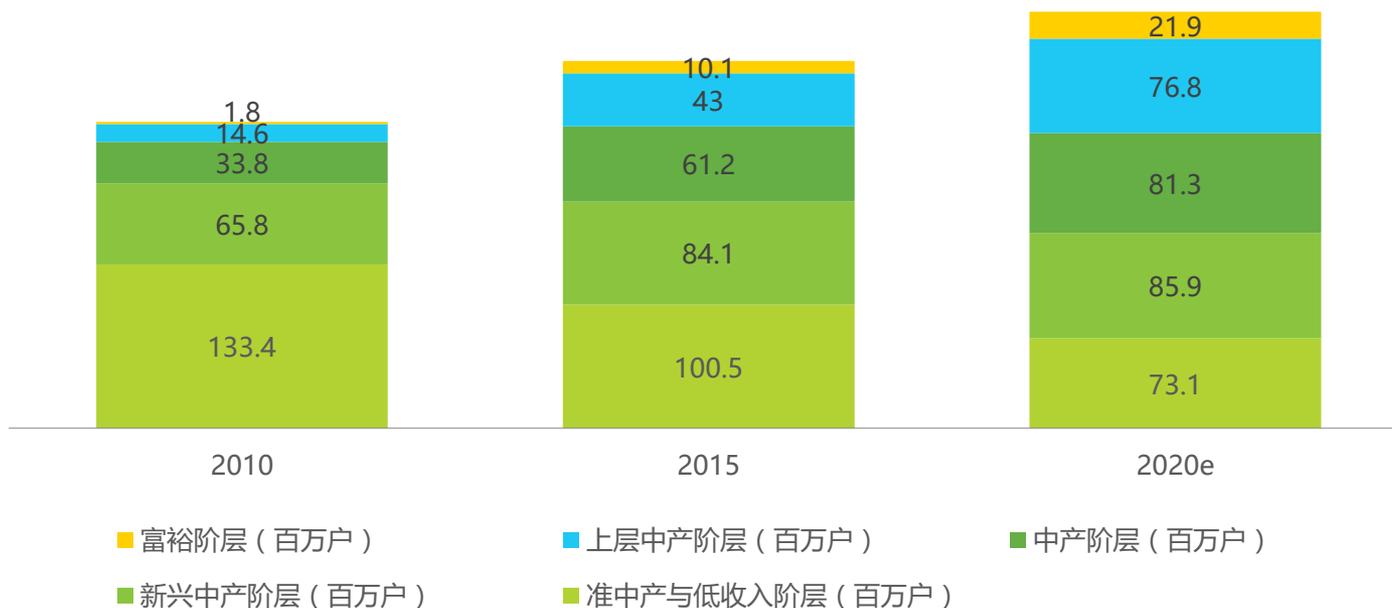
来源：艾瑞咨询根据中国国家统计局公开数据自主研究绘制，不包含港澳台数据。

# 中产阶级家庭规模持续扩大

## 跨境购买主力人群规模不断壮大

海淘人群以中产阶级为主，随着中国中产阶级家庭规模的持续扩大，跨境购买主力人群也不断扩大，促进跨境电商行业发展。

### 2010、2015和2020年中国中等收入人群规模



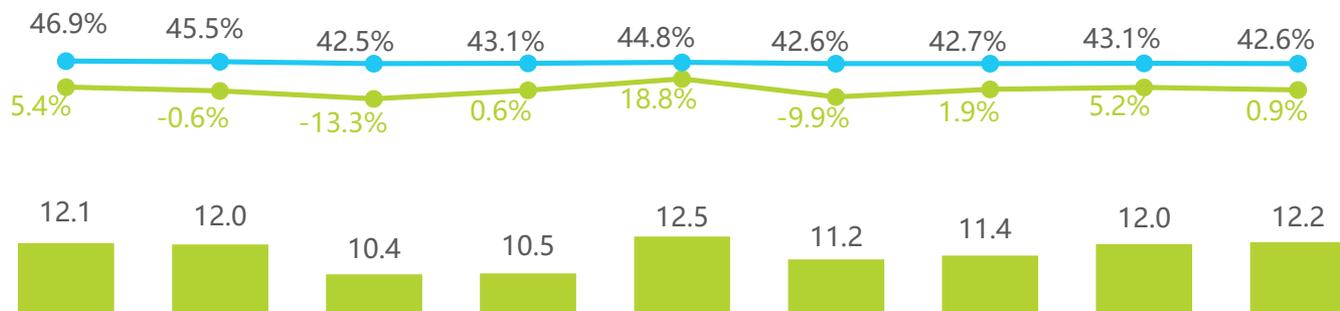
来源：准中产与低收入阶层家庭月均可支配收入5200元以下；新兴中产阶层家庭月均可支配收入5200-8300元；中产阶层家庭月均可支配收入8300-12500元；上层中产阶层家庭月均可支配收入12500-24000元；富裕阶层家庭月均可支配收入24000元以上，波士顿咨询，广发证券研究中心，并根据艾瑞统计模型预测。

# 2017年中国进口贸易回暖

## 跨境电商背景市场环境良好

2017年，中国进口贸易回暖，同比增长18.8%。未来，随着国际经济形势的变化，以及国内经济结构性调整的进一步加深，我国进口贸易将保持相对稳定的增长，为跨境电商创造良好的市场环境。

### 2013-2021年中国进口总额及其在进出口总额中的占比



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\\_21279](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21279)

