

Analysys 易观

指数成长的比特动能

海外直邮模式跨境电商 专题研究报告2016

宝贝格子案例研究



本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

研究说明

定义

海外直邮模式跨境电商：是以互联网为平台，向国内用户销售进口产品，并将商品通过跨境物流从国外直接送达交付的商业公司。

保税模式跨境电商：是以互联网为平台，向国内用户销售进口产品，并先将商品运至保税区或直接在保税区购买商品，并通过物流将商品送达交付的商业公司。

数据来源

- 报告中的一手数据和信息主要有两个来源：第一个来源，通过易观千帆监测用户在移动端的行​​为获得相关指标数据。第二个来源，易观智库采用深度访谈的方式和研究企业的管理层进行了深入的交流。
- 报告中的二手信息主要通过下述方式获得：行业公开信息、行业资深专家公开发表的观点、政府数据与信息、相关的经济数据、网络信息等。

研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

易观发现和易观建议

- 易观发现**
- 在跨境电商新政推行以后，直邮模式的跨境电商再次迎来了发展的良好机遇，相对于保税模式的电商而言有更大的机会和发展空间。
 - 直邮模式和保税模式的跨境电商在今后会在经营品类上有进一步的区分，保税模式跨境电商会以经营标品为主，直邮模式跨境电商会以经营非标品、新型特殊类商品为主。

- 易观建议**
- 直邮模式的跨境电商企业，在完善了供应链、仓储、物流等基础布局以后，应该将提升用户量和交易额作为经营重心，这样一方面会使得边际成本减少，另一方面还可促进物流体系、效率的更进一步优化。
 - 用户的需求越来越多元化、个性化、碎片化，满足和经营用户的需求，正成为未来直邮模式跨境电商的关键发展因素。

CONTENTS

- 1 | **一、跨境电商行业发展背景及现状**
- 2 | **二、宝贝格子海外直邮模式专项研究**
- 3 | **三、跨境电商海外直邮模式发展趋势**

跨境进口电商发展的政治、经济、社会、技术环境影响

1.国家互联网+战略的实施，推动了电商与与传统产业的不断融合，使其产生了横向扩张与纵向扩张的驱动力。

2.相关法律法规的进一步完善，会使跨境电商的运作更规范化，同时也会促进国内贸易环境更趋公平，但同时也会加剧市场的竞争。

Political

1.中国经济的不断发展，人均可支配收入的不断上涨，城市化进程的不断推进，共同促使中国人均购买力的不断增强。

2.国内供需市场的错配，使买方的需求得不到很好的满足，而借助跨境电商，可在全球市场的范围内进行资源的优化配置。

Economic

1.二胎政策放开，会催生更多的刚性消费，从长期看，人口数量的增长会促进整体购买力的增长。

2.国内安全环境改善以及产品创新的相对缓慢，未能赶上国人对高品质的追求。

3.与互联网同期成长的新生代，在观念、意识、行动等方面都趋于互联网化，是今后网络消费的主要力量。

Social

1.网络基础设施的加速建设，为电商等新经济形态的发展奠定了坚实的基础。

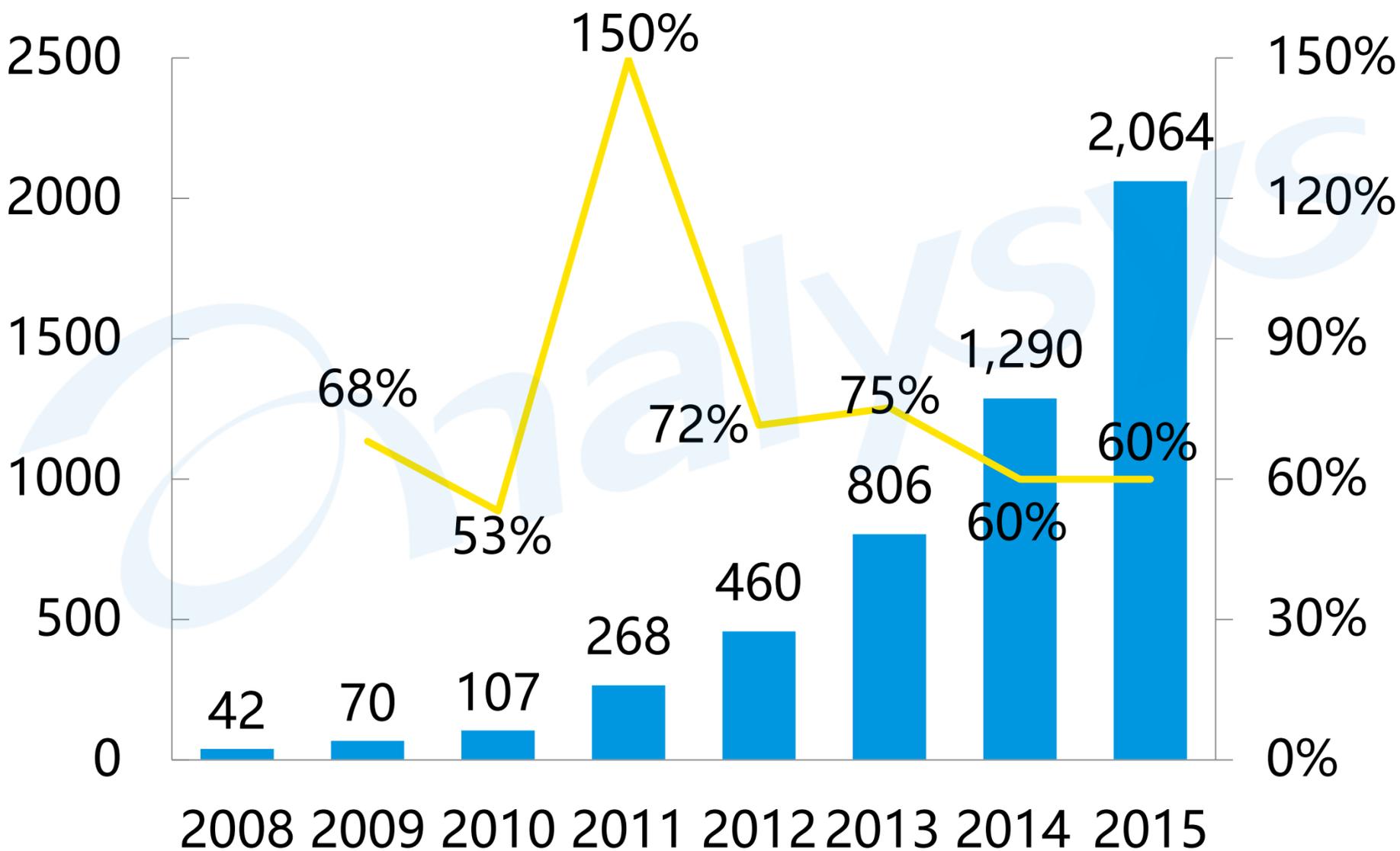
2.大数据等新兴技术的推广和应用，将继续不断优化用户的购物体验和流程，从而促进网络消费的进一步繁荣。

Technologic

中国跨境进口电商零售交易规模将保持高速增长

2008-2015年中国跨境进口电商零售交易规模

■交易规模（亿元 人民币） —环比增长率



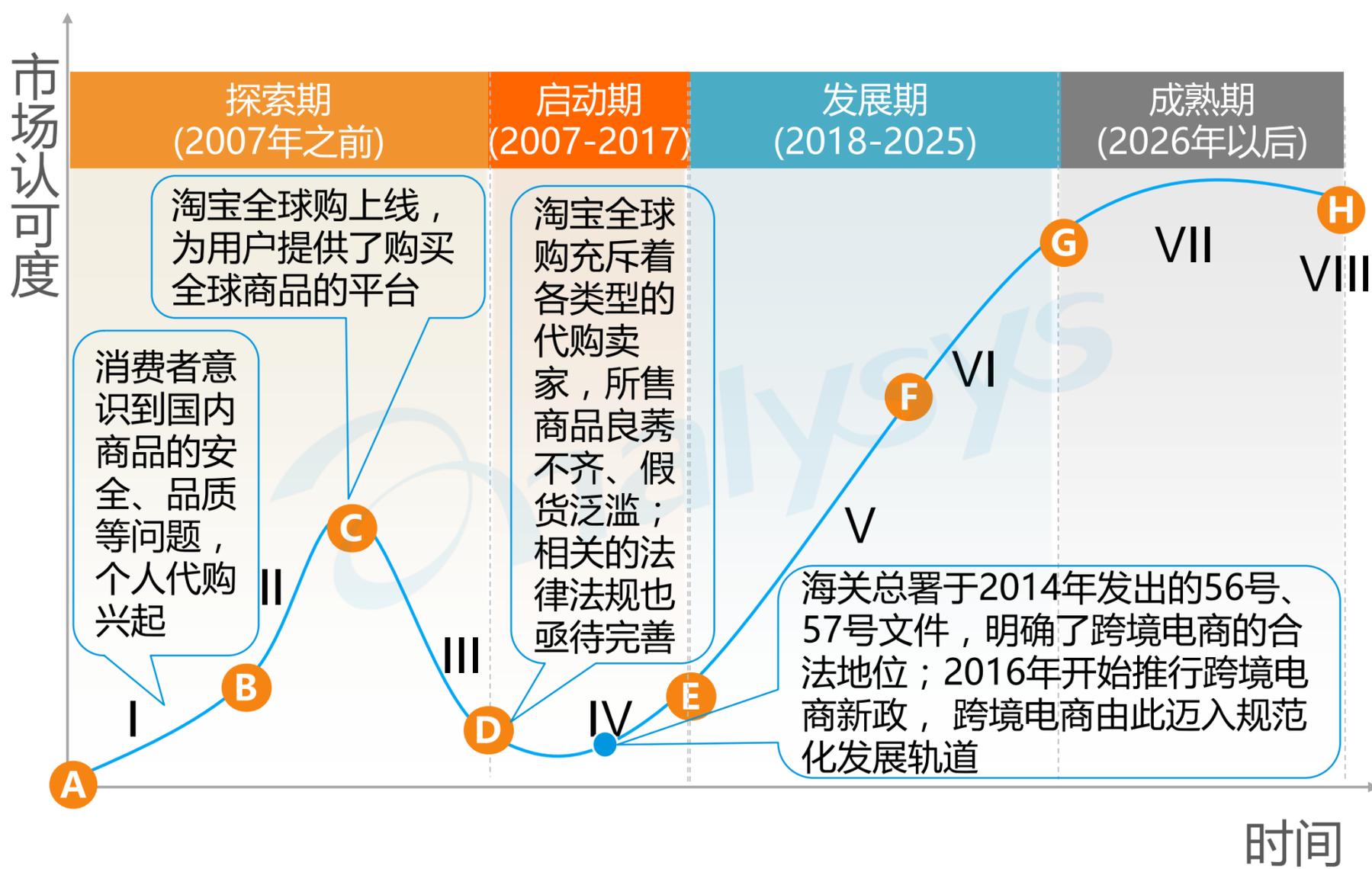
© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 2014和2015年中国跨境进口电商零售交易规模分别达到1290和2064亿元人民币，相比2013和2014年都增长了60%。
- 中国人均购买力的不断增强与消费者对高品质商品需求不能被满足的矛盾，将促使未来中国跨境电商零售市场继续维持高速增长的态势。

当前的跨境进口电商正加速进入优胜劣汰的阶段

中国跨境进口电商市场AMC模型

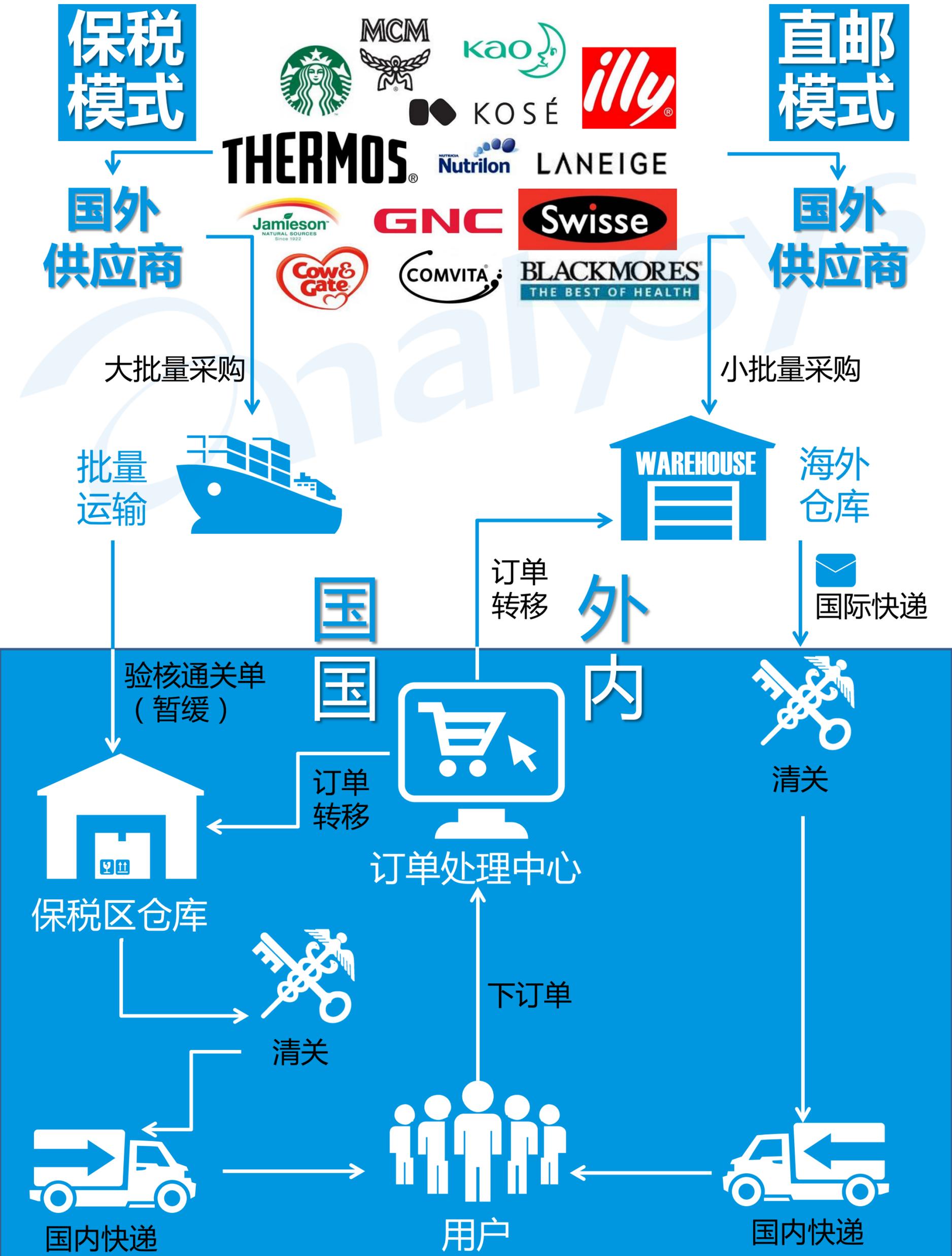


©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 中国跨境进口电商的发展伴随着相关法律法规的规范和完善，而新经济形势下的全新商务形态，又需要管理者能突破创新、适时调整，才能紧追甚至引领经济新浪潮。
- 越来越规范的跨境电子商务流程，不仅提高了监管方和被监管方的效率，同时也提升了消费者整体的认可度与信心。

目前跨境电商主流的操作模式



跨境电商新政对保税模式和直邮模式的影响

	保税模式		直邮模式		
	单次2K且 年累计 20K以内	单次2K或 年累计 20K以上	能提供 “三单” 电子信息	不能提供 “三单” 电子信息	
 税	关税	0%	全额	0%	—
	消费税 + 增值税	应纳税额的 70%	全额	应纳税额的 70%	—
	行邮税	—	—	—	三档:15%, 30%,60% 50元免征额
 通关	通关单	需要在“一线”进区时 验核通关单，并且配方 奶粉、特殊医疗用途的 配方食品、医疗器械， 首次进口的化妆品、保 健食品等特殊商品，还 需要许可批件、注册或 备案（暂缓执行）。		不需要验核通关单	
 影响	虽新政暂缓执行，但从 合乎法律法规、贸易公 平等角度，特殊商品的 许可批件、注册、备案 势在必行。以后通过保 税模式进行的交易，更 多的将会以标品为主要 对象。		由于直邮不受验核通 关单的影响，以后通 过其进行的交易，更 多的将会是个性化的 非标商品。		

CONTENTS

- 1 | 一、跨境电商行业发展背景及现状
- 2 | **二、宝贝格子海外直邮模式专项研究**
- 3 | 三、跨境电商海外直邮模式发展趋势

宝贝格子发展情况及现状简要介绍

宝贝格子电商平台于2014年10月正式上线,并于2015年2月份开通海外直邮业务,建立国际物流体系,目前已开通美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、日本、韩国、德国、英国、荷兰、意大利十个国家的海外直邮业务。

宝贝格子电商平台虽然起步较晚,但发展较快,以最近两年2101.99%的营收复合增长率,入选新三板首批创新层名单,并在增长率排名中位于第二。

移动端用户销售额操作系统分布



iOS的用户数占到了近8成,销售额占到了近7成

© Analysys 易观·B&G www.analysys.cn

2015-2016年标品非标品分布

非标品占比近8成,且2016年的占比还在扩大



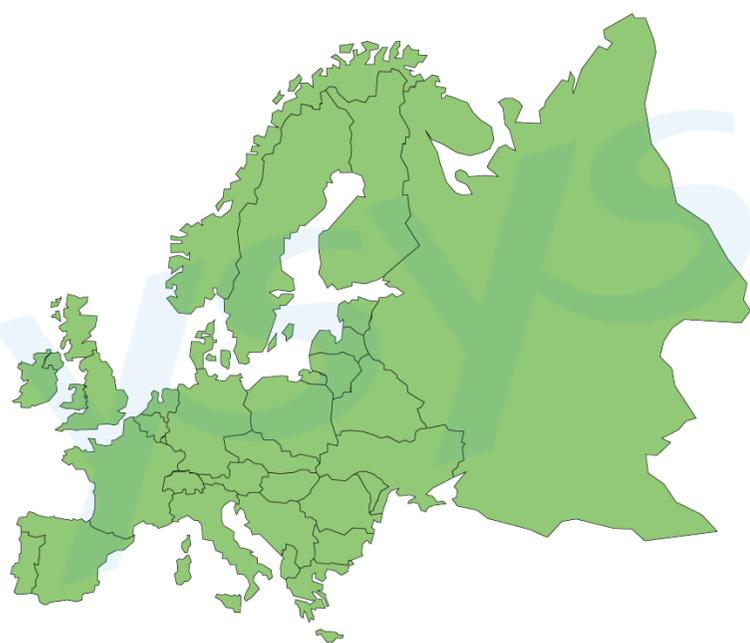
© Analysys 易观·B&G www.analysys.cn

Analysys 易观

布局海外仓库网络，为提升采买和物流效率奠定基础



3个海外仓



7个海外仓



3个海外仓



3个海外仓

根据大数据测算，动态控制仓库数量，以达到费用与效率的最优水平



海外仓总面积
大约相当于130节定员为118人的硬座车厢

建立专业化、本地化采买团队，强化供应链前端优势

东半球采买团队



日本 4个

韩国 5个

澳大利亚 3个

新西兰 1个

西半球采买团队



德国 4个

英国 2个

荷兰 2个

意大利 1个

美国 6个

加拿大 1个

澳大利亚、美国、日本、韩国的商品最受用户青睐

来自澳大利亚、美国、韩国、日本直邮商品的销售比例占到了8成以上



28.4%



25.1%



19.7%



10.5%



5.7%



3.1%



3.1%



3.0%



1.4%



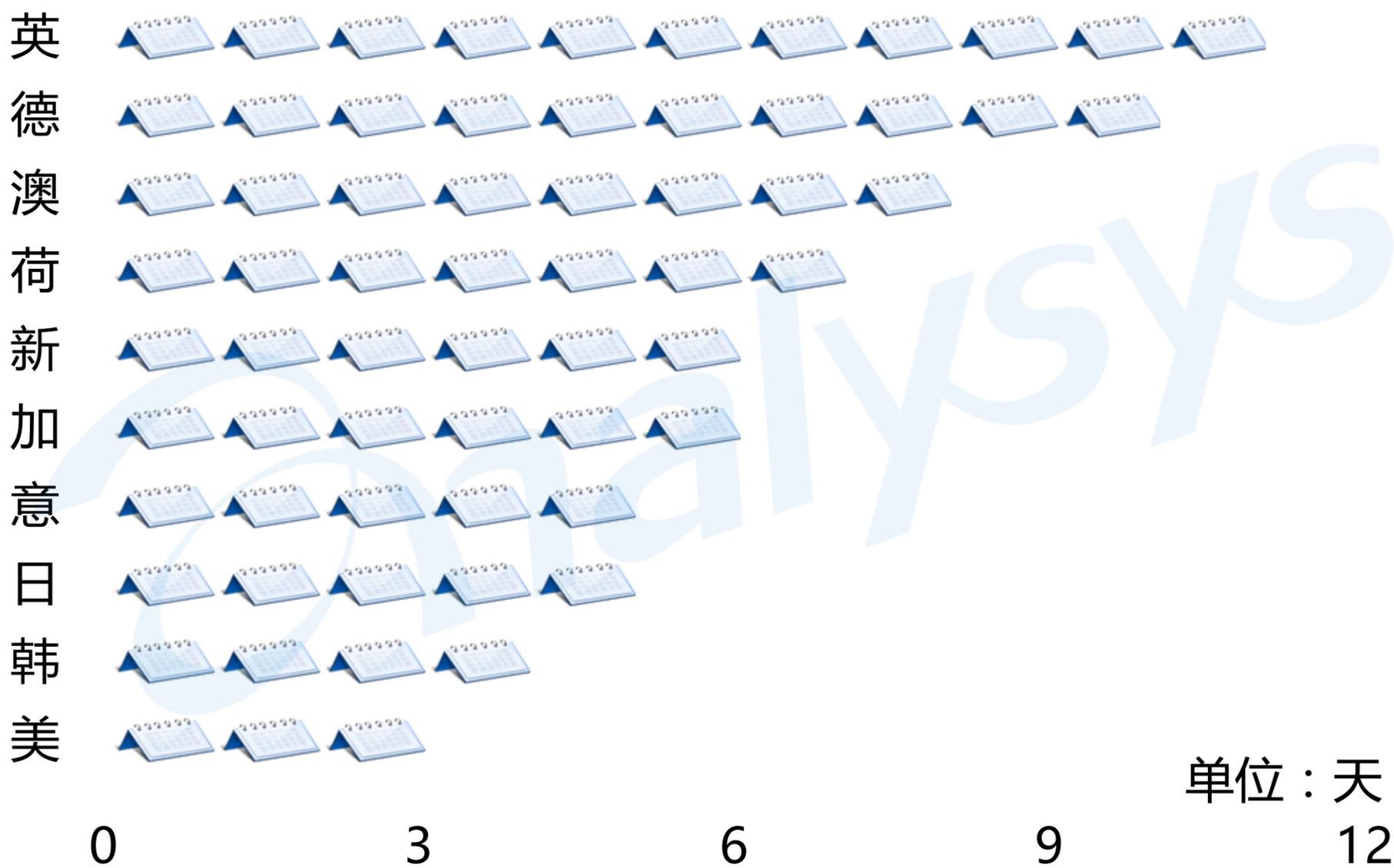
0.2%

英国脱欧，使得英镑急速下跌，短期内有可能会促进英国直邮商品的销售明显上升

用承诺的时限完成用户期许， 用超预期的时限给用户惊喜， 以此提升用户的满意度

经过优化物流流程，各国直邮寄回、清关的时间大大缩短，用户下单后，最迟会在14个工作日内送达。而从美国直邮送达用户的时间，最快只需要3个工作日，仅仅相当于从乌鲁木齐到齐齐哈尔的快速列车所用的时间。

2015年各国直邮送达所用的最短工作日时间

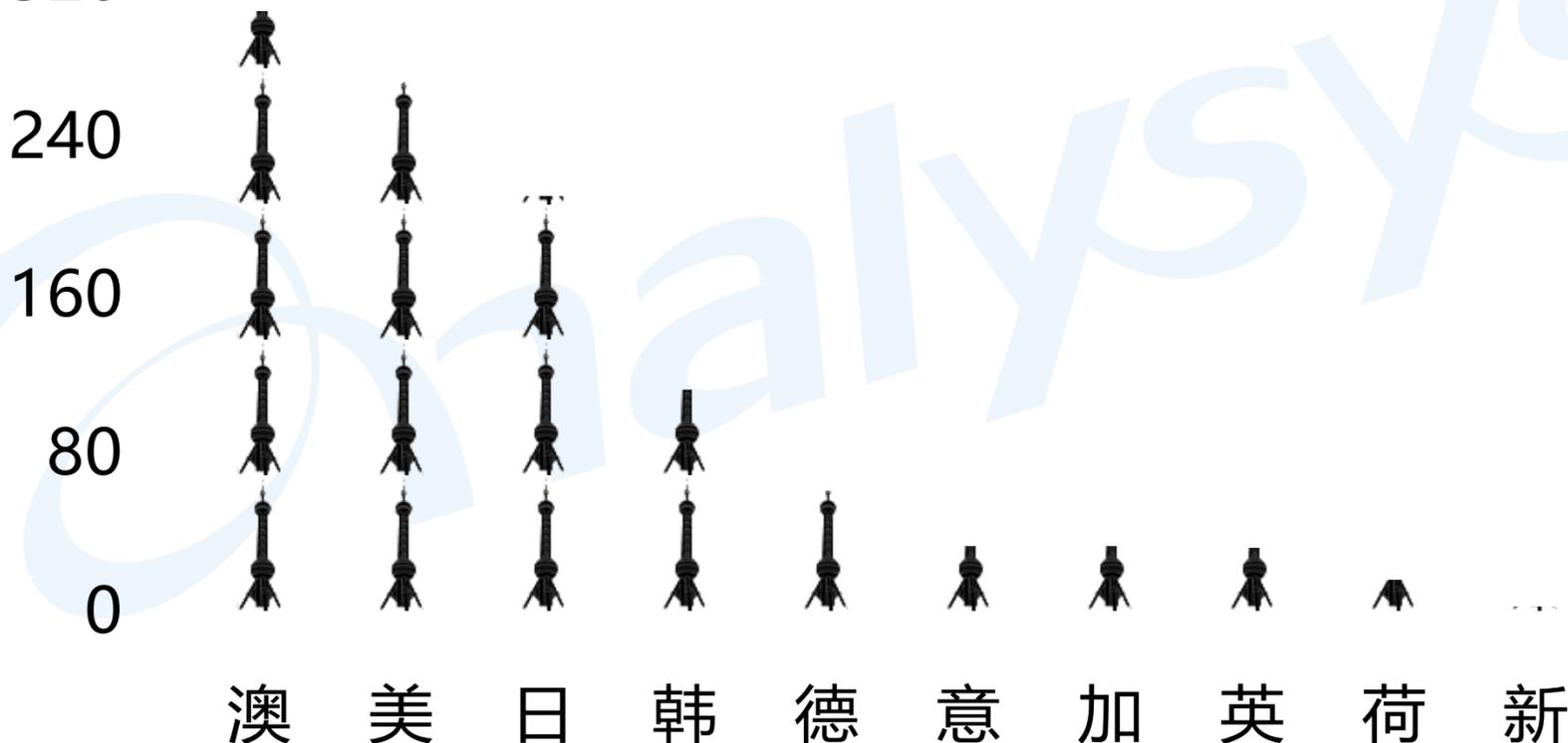


除澳大利亚外，销售份额较多的美国、日本、韩国，直邮送达的最短时间都在6天以内

用户购买力强劲，距离不再是直邮消费的障碍

2015年每个国家直邮回中国的包裹累积的高度

320 单位：(座)东方明珠



© Analysys 易观·B&G

www.analysys.cn

2015年直邮回中国的每个包裹累积的飞行距离

单位：(个)地月距离



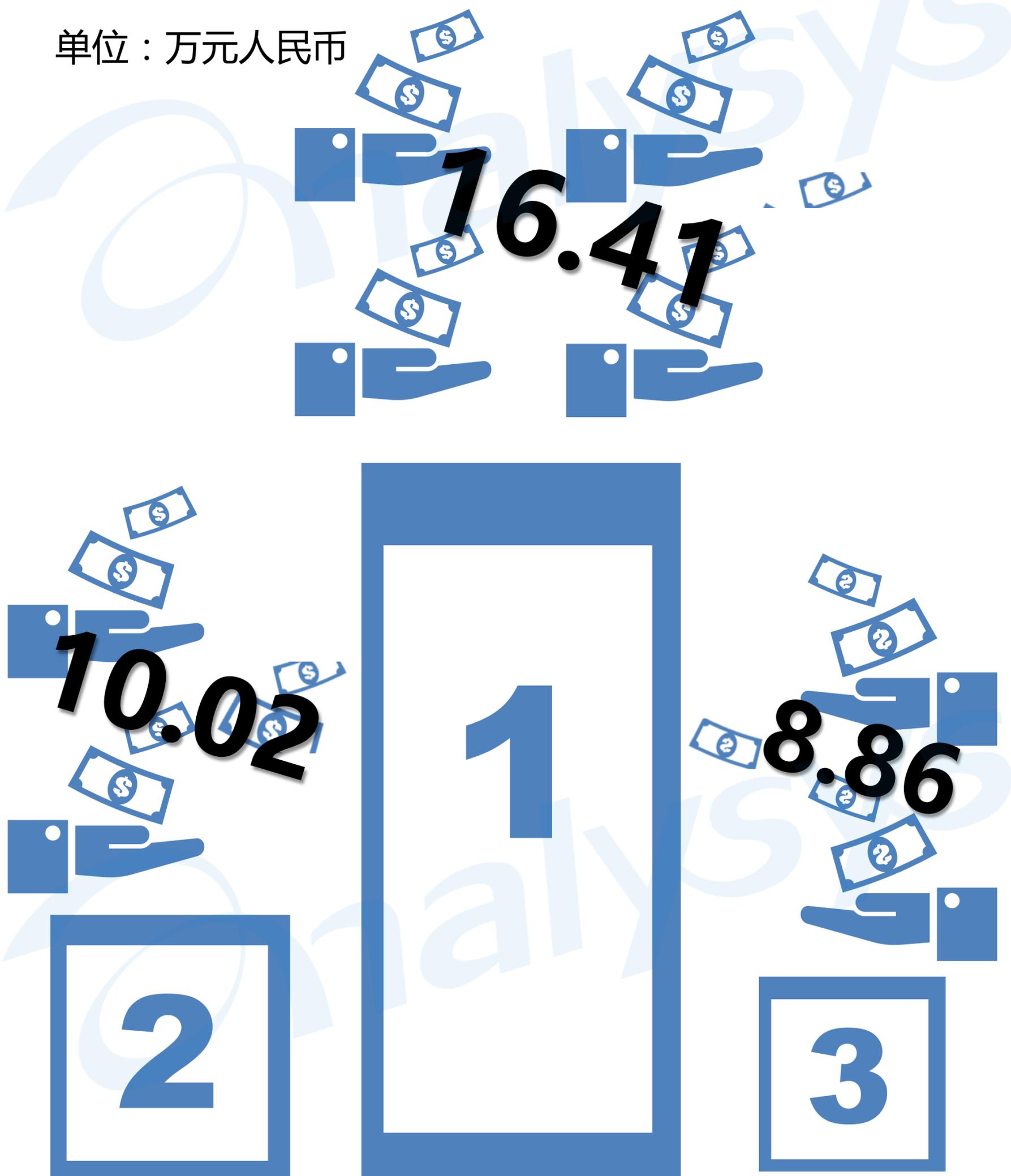
© Analysys 易观·B&G

www.analysys.cn

用户的购买力强劲，最高年度消费额已超过16万

2015年购买排名前三用户的消费情况

单位：万元人民币



通过在海外开设实体店的创新型O2O模式，反向加力于线上经营成效



通过对海外实体店的展示与宣传，一方面能将在线下有过购物体验的中国顾客引导回宝贝格子的线上消费，另一方面也可以减少普通用户在线上消费时的顾虑，提高转化率。

邀请权威第三方发起海外直邮商品供应链评价和防伪追溯，促进行业更规范流程的建立

宝贝格子

中国质量认证中心CQC
码上世界防伪追溯平台



评价 追溯

海外直邮

原厂正品

规范性

竞争力



宝贝格子与洋码头两种具有代表性的直邮跨境电商之间的简要对比



海淘零差价，宝贝全球购

C2C

依靠网络效应吸引留住买卖双方

主要供货商：

国外零售商

国外电商

来自20多个国家地区

模式

自营

依靠自身模式特点吸引留住用户

主要供货商：

国外品牌商

国外代理商

来自10个国家

货源

C2C认证买手

第三方团队

买手

本地化组建

公司自有团队

卖家自由定价

用户自主选择

价格

与国外网站同价

图文直播

可以与买手实时交流

特点

全程质量认证

实时跟踪定价

CONTENTS

- 1 | 一、跨境电商行业发展背景及现状
- 2 | 二、宝贝格子海外直邮模式专项研究
- 3 | **三、跨境电商海外直邮模式发展趋势**

对跨境电商政策走向及其影响的预估研究

背景

中国人对于外国商品多样性和时效性的需求，伴随着移动互联网的快速迭代，在不断增强。可以预见，在未来中国人的购物清单中，通过各种渠道购买的国外各品类商品将会越来越多。

预判

1、在新政暂缓到期以后，如果还是采取正面清单的形式，仍会对保税电商产生一个较大的冲击。因此，预计政府届时会转而采取负面清单的管理模式。相应的，政府对负面清单的管理力度将会加强，对首次进口的商品会提升关注度，并根据实际情况需要，即时更新负面清单。

2、由于在提高行邮税税率标准以后，直邮商品的税率已不低于保税商品，在完税价格层面上，直邮商品和保税商品已达到了较为公平的状态；因此，预计政府会延续当前对于直邮商品的税费政策。

影响

1、经过政策暂缓期的准备以后，虽然保税电商现有大部分商品的通关单手续将会准备齐全，但同样由于通关单的限制，其在商品的全面性和时效性方面会受到一定的影响。

2、无论是正面清单还是负面清单的管理方式，直邮电商都几乎不受影响，用户可以直接、全面、快速的获取国外的商品，能在一定程度上实现与国外用户的同步消费。

直邮模式将从以标品为主向以非标品为核心的转换

用户未来购买海外商品的特点



✘ 部分标品（特别是购买量较大的奶粉、保健品、化妆品）可能受到许可批件、注册、备案的影响而延长通关时间

保税模式

✓ 短 等待时间
✓ 低 物流成本

直邮模式

- 直邮物品不需要许可批件、注册、备案，直接通关，因此对于长尾非标商品的进境，非常有利。
- 直邮模式物流成本相对较高、物流时间相对较长，同时由于保税模式下的标品综合成本较低，用户等待时间较短，直邮模式会减少对标品的售卖量。

在价格为主的竞争中，直邮电商将会面临多种机会，保税电商的空间将可能会被压缩

低价位商品

行邮税中依然保留了50元的免征额，在客观上降低了用户购买低价值商品的花费，从而使其在购买低价值商品时会更有倾向性的选择直邮模式

高价位商品

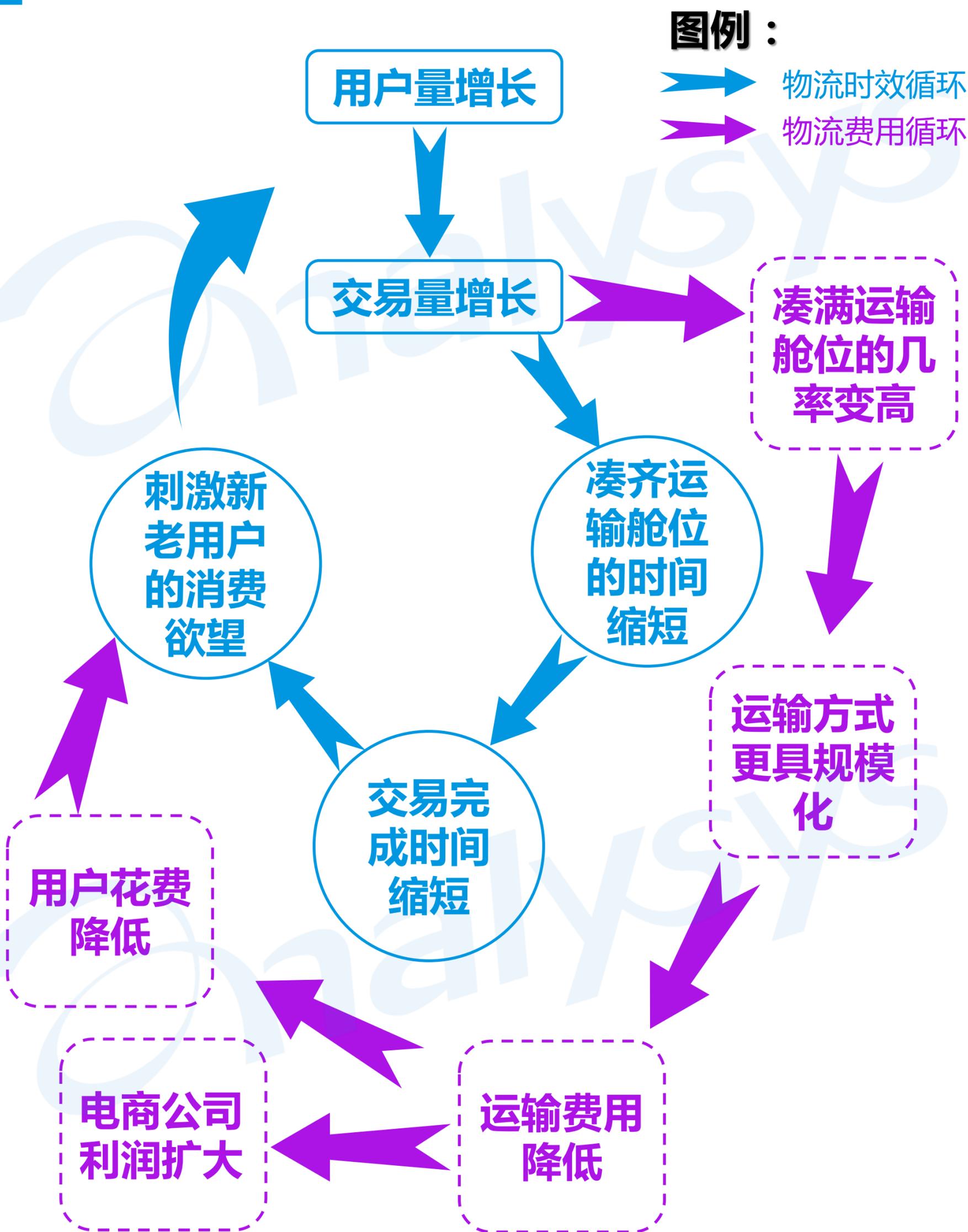
邮寄进境2000元以上的单件物品，经海关审核确属个人自用的，可按行邮税征收；其完税价格比保税模式下因高价而不再享受三个税种优惠的商品更低

特殊品类商品

因为直邮商品与保税商品不同，进出海关时不需要验核通关单，因此在用户购买特殊品类商品时，为了更便捷、更快速，会选择直邮模式来进行操作

- ◆ 处于行邮税免征范围的低价位商品、2000元以上的高价位商品、未曾进口过的新型商品等，在这几方面，直邮电商有较大的市场机会。
- ◆ 保税电商今后的商业空间，因为政策的原因会有一些的局限性，主要会集中在中低价位的商品和标品两个方面。

用户量与交易额的放大，会使直邮电商形成良性的物流循环链条



直邮电商的痛点之一就在于物流的时效与费用，在用户量与交易量的拉动下，在大数据的优化配置下，该痛点也将得到逐步有效的解决。

直邮电商会逐渐演化成用户需求综合处理平台



A
用户有明确的商品需求

B
用户有明确的需求点，但对商品需求不明晰

C
用户的需求点不明晰，甚至未发现自己的需求

直邮电商平台
发掘、引导、确认用户的需求

国外生厂商

国外经销商

直邮电商平台演进为连接国外商品与国内消费者的信息处理中心

反馈用户需求
定制独特商品

直邮电商将进入多强并起的时代，部分厂商将会被市场淘汰



用户的需求在不断的扩张，而国内电商却不能完全满足用户的需求，会使直邮电商的市场潜力越来越大，涌入行业的企业也会越来越多。



只有为数不多的直邮电商，能在激烈的市场竞争，以及各种困难问题的阻碍中存活下来，并不断发展壮大，形成数个厂商瓜分市场的局面。

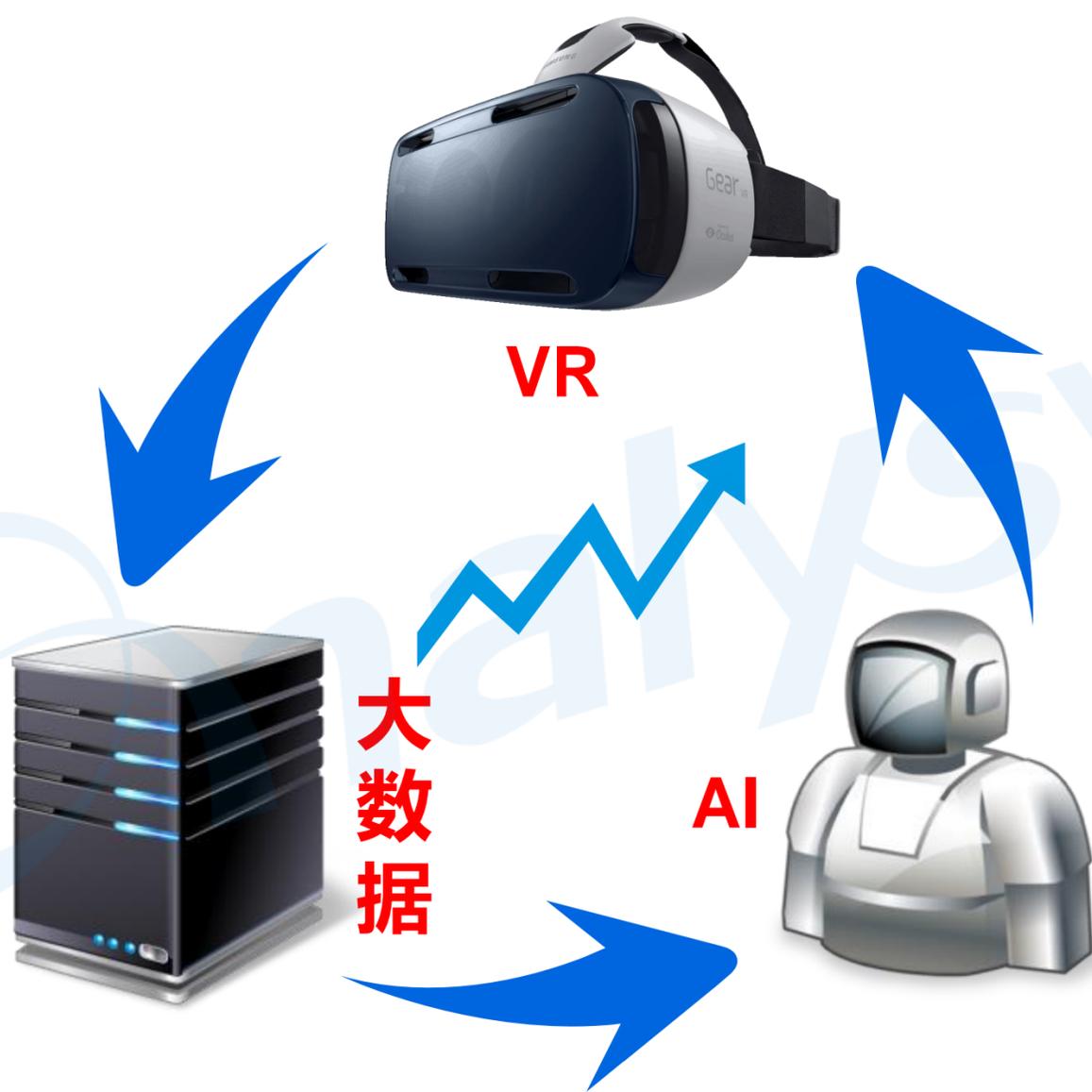


未能突破困难

众多小公司、初创公司被淘汰

对新兴科技广泛、深入的运用，将助力直邮电商更为强劲的发展

- 将国外的购物环境实时呈现，身临其境的感受，将增加用户的安全感和信任感。
- 购物过程中的实时交互，及时感知用户体验，能更好的采取针对性的策略。



- 挖掘用户潜在需求，提升用户渗透率和复购率。
- 通过预测与优化，在采购、仓储、物流等环节，提高效率，降低成本。
- 通过市场与个人的关联研究，提供更具个性化的商品、服务和建议。
- 通过AI掌控，可在售前、售中、售后环节降低成本，并规范标准化服务体系，减少出错几率。
- AI通过自我进化，能更好的适应、辅助前后端的衔接和相互作用。

满足用户多方面、多层次的期望是直邮电商发展的驱动力和方向

品质

安全性更高
质量更佳
更有独特品味
更具个性化

物流

速度更快
过程更安全
出错率更少
全程可交互

支付

过程更便捷
资金更安全
业务功能更广
支持设备更多
费用更低

售后

响应更快速
服务期限更长
流程更简便
线下网点更多
解答问题更专业

渠道

中小城市和
县乡村的需求
更被重视

需要线下体
验店配合进
行预体验

用户对于厂商的要求是全方位的，在物流、品质、支付、售后、渠道等各方面都能满足自己需求的厂商才是自己理想的商品服务供应商。

指数成长的比特动能

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

网址：www.analysys.cn

客户热线：4006-515-715

微博：@易观智库