

# 发掘特色优势，与传统巨头齐舞

## 跨境进口电商的突围模式研究2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



**定义：** 跨境进口电商：是以互联网为平台，向国内用户销售进口产品，并与用户达成商品交付的商业公司。

**数据说明：**

- ☞ 报告中的一手数据和信息主要为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。千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、1.94亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。数据基于易观千帆A2.0算法，较A1.0算法做了如下优化：1.对数据采集方式进行了优化，采集用户行为更全面；2.加强了数据防作弊体系管理，提高数据的完整性和真实性；3.增加机器学习算法，对用户标签、用户属性指标进行计算。
- ☞ 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：** 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。

**研究对象：** 本报告研究的对象为中国大陆所有移动智能终端的用户，不包含港澳台地区用户。

## 易观发现：

- ☞ 在保增长和调结构融合发展的经济新常态下，与消费相关的产业成为经济发展的着力点和增长点，而跨境进口电子商务这种能满足新形势下消费升级需求的产业形态更是潜在的爆发点。在不具备高速增长的经济趋势下，政府对于跨境进口电商会以扶持的姿态出台相关政策、法规，跨境进口产业将会成为经济转型新的突破口。
- ☞ 在政策、供应链、用户需求等方面，跨境进口电商还需要面对诸多问题，如何适应变化中的经济环境，如何协调各方的利益，是行业厂商稳步发展的基础；而同时行业里已有厂商开始尝试在用户的某一个或几个痛点上创新解决模式，取得用户的信任与支持，以此构筑起自身的竞争优势。

---

## 易观建议：

- ☞ 用户在消费升级需求中十分关注品质、安全、真伪问题，因此跨境厂商一方面需要整合优化供应链以求对商品本身予以全方位的保证，另一方面需要将相关信息更透明、更合理、更权威的传递给用户。
- ☞ 跨境厂商需要不断研究、深刻理解用户在品类、品牌、功能等方面的需求，并以满足用户明确的甚至潜在的需求为目的进行商品调整，如此才能在商品结构的优化过程中获得更多用户的青睐。

1 跨境进口电商发展面对的总体形势

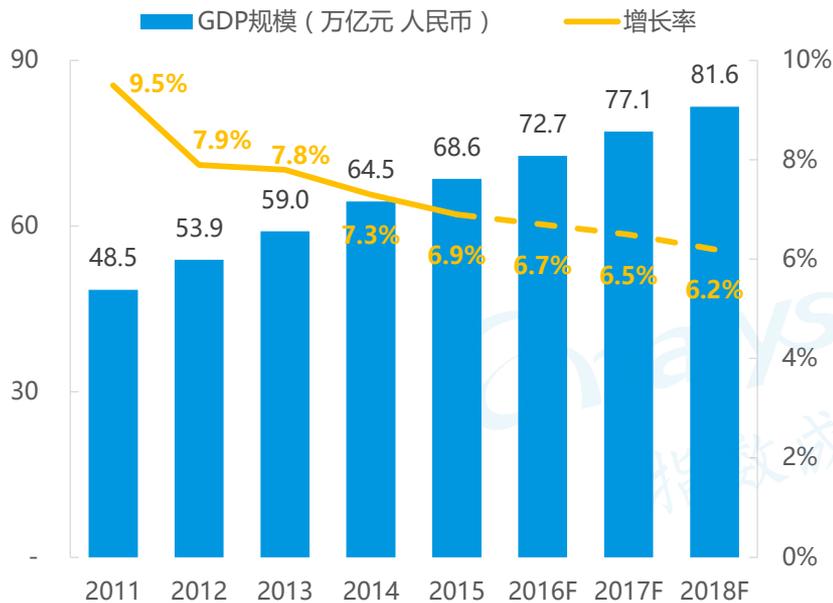
2 跨境进口电商发展面临的问题

3 典型跨境进口电商的突围方式

4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



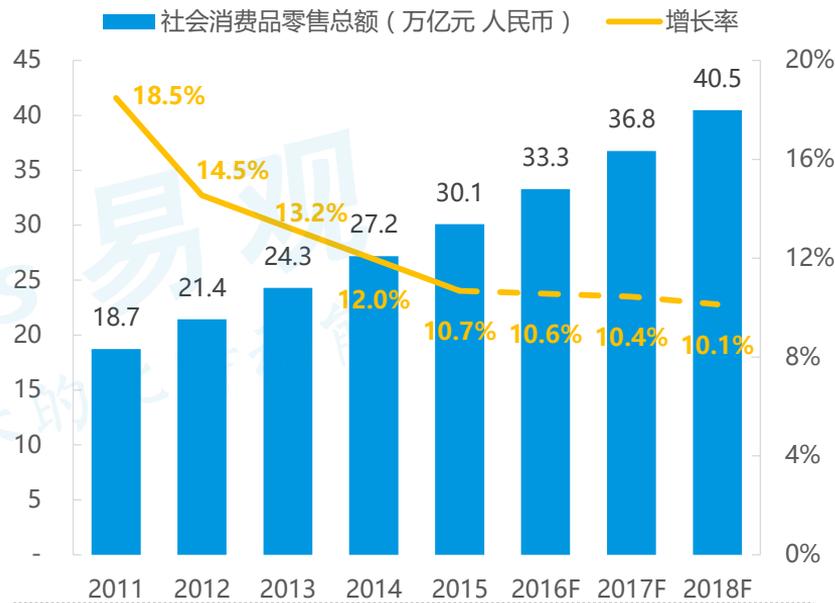
## 2016-2018年中国GDP规模预测



© Analysys 易观 · 国家统计局

www.analysys.cn

## 2016-2018年中国社会消费品零售总额预测



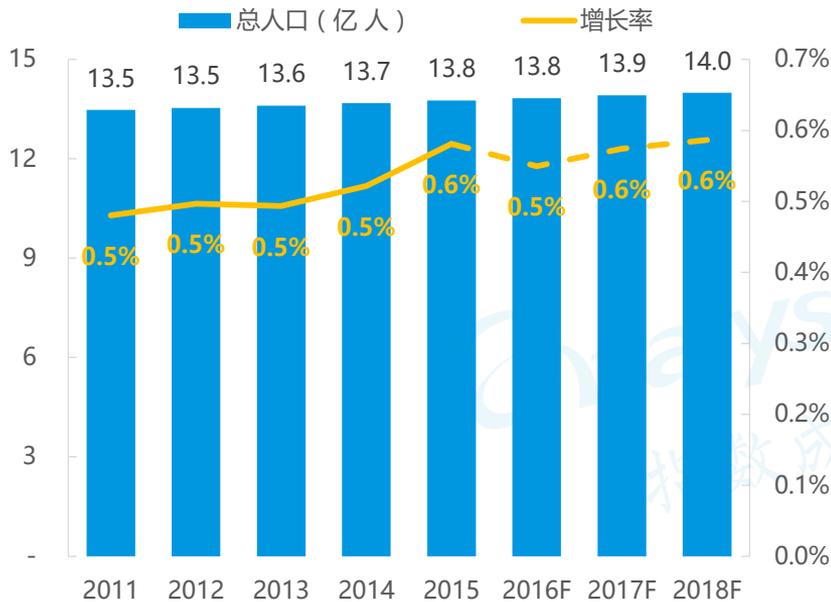
© Analysys 易观 · 国家统计局

www.analysys.cn

尽管增速放缓，但是经济新常态下的结构调整，将是发展包括跨境电商在内的消费经济的机会

# 人口的增长、网民规模的攀升，扩大了网购人群基数

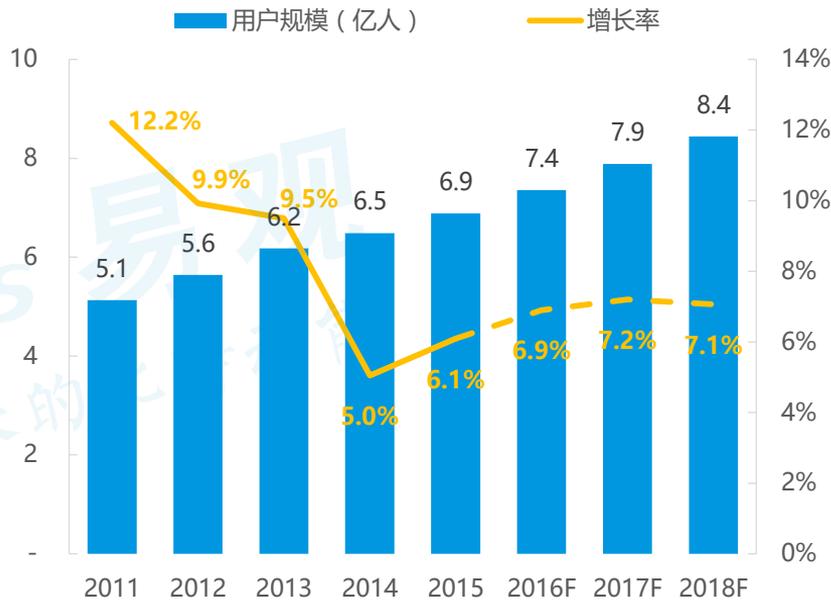
## 2016-2018年中国人口规模预测



© Analysys 易观 · 国家统计局

www.analysys.cn

## 2016-2018年中国互联网用户规模预测



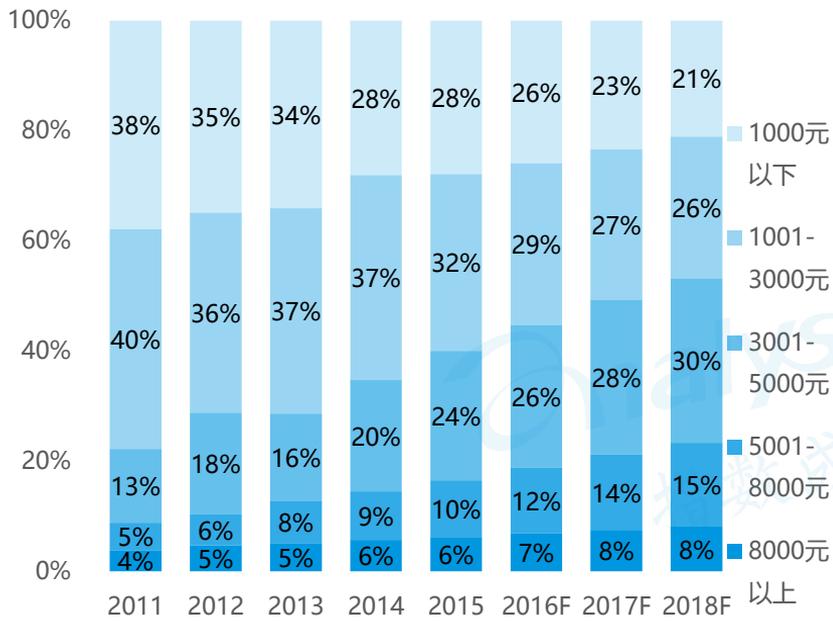
© Analysys 易观 · CNNIC

www.analysys.cn

人口红利的挖掘空间越来越有限，对用户的精准化利用将是互联网行业提高效率与扩大规模的必由之路

# 在中高收入网民占比增加、网购人群基数扩大等因素同时作用下，网络交易规模在逐年上涨

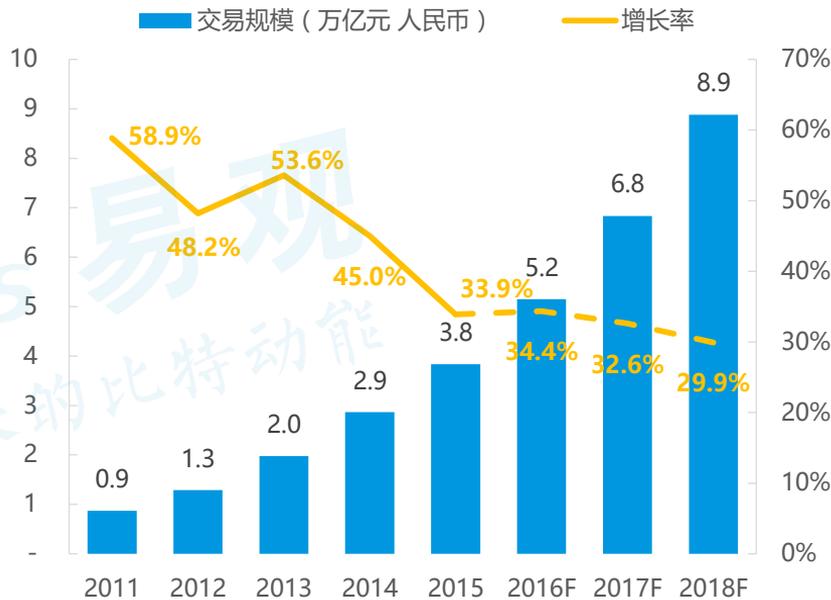
## 2016-2018年中国网民收入结构预测



© Analysys 易观 · CNNIC

www.analysys.cn

## 2016-2018年中国网络交易规模预测



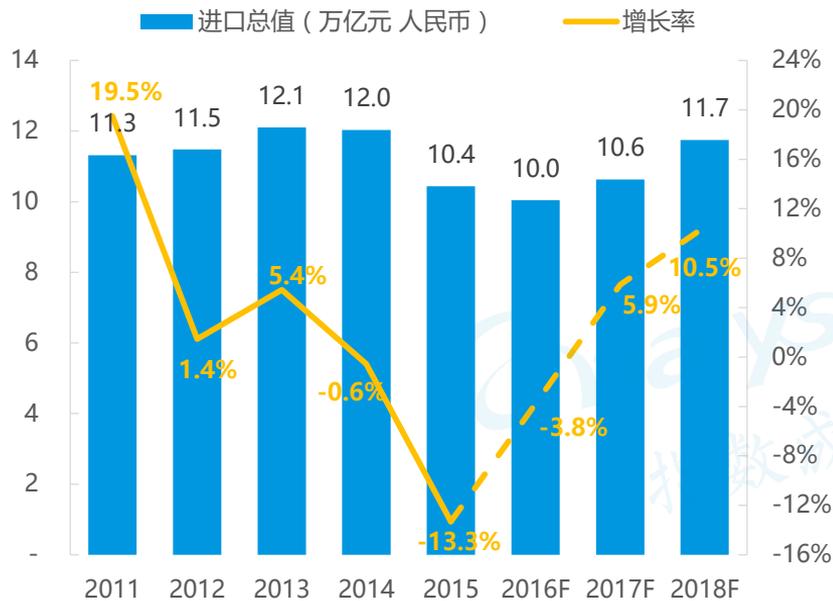
© Analysys 易观

www.analysys.cn

电商行业在经济形态与网民结构变化的情况下，需要迅速开拓新空间，才能继续以较快的增速扩大市场规模

# 进口规模的恢复、增长与网络交易规模的扩大，共同促进进口零售电商的繁荣

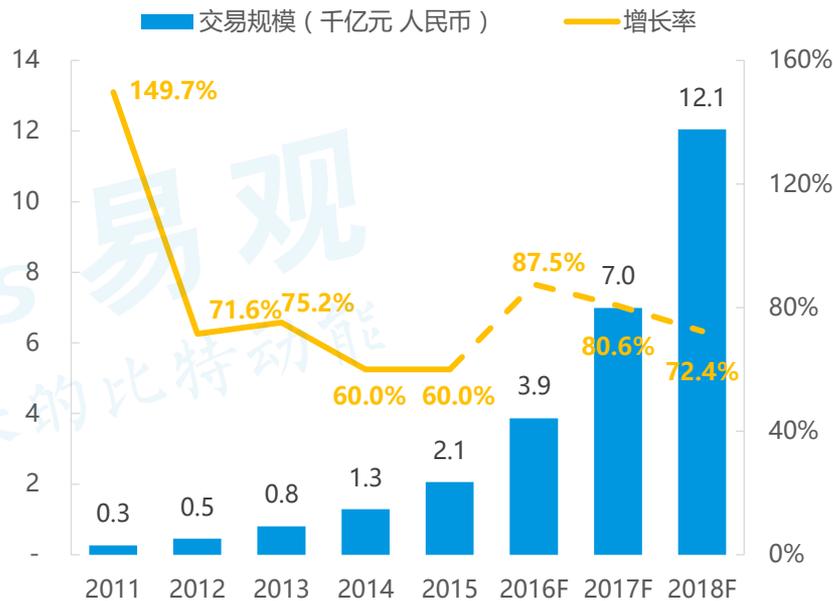
## 2016-2018年中国进口总值预测



© Analysys 易观 · 国家统计局

www.analysys.cn

## 2016-2018年中国进口零售电商交易规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

跨境电商在消费升级强烈需求的拉动下，有快速增长的动力与趋势，但高效成熟模式的缺乏使行业蕴藏不确定因素

1 跨境进口电商发展面对的总体形势

2 跨境进口电商发展面临的问题

3 典型跨境进口电商的突围方式

4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



# 目录

## 1 跨境进口电商发展面对的总体形势

## 2 跨境进口电商发展面临的问题

2.1 跨境进口电商面临的法律法规问题

2.2 跨境进口电商面临的供应链问题

2.3 跨境进口电商面临用户消费升级带来的问题

## 3 典型跨境进口电商的突围方式

## 4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



按照被推迟执行的《跨境电子商务零售进口商品清单》的相关监管要求，保税模式跨境电商将面临的难题：

## 正面清单使新品扩充生变

可以进口的商品：

- ☞ **只能**是清单中列明的



有需求，但不能进口的商品：

- ☞ 部分新型产品，因上市时间晚于清单出台时间，故不在清单中，不允许进口

**此项政策对部分跨境电商的品类扩充有较大影响**

## 通关单验核增不确定因素

正面清单商品中，分为两个部分：

- ☞ 不需要验核通关单，直接入境——适用于不在法检目录中的商品
- ☞ 需要在“一线”进区前验核通关单——适用于在法检目录中的商品，通过法检才能取得通关单

**虽然正面清单中需法检的商品所占比例不大，但都是购买量较大的热门商品**



会产生的问题：

- ☞ 由于国内外在包装、产品标准等方面的差异，可能会导致检验检疫不合格，从而不能获取通关单
- ☞ 法检需要提供合同、发票等一系列单据，部分跨境电商不能完全提供，同样不能获取通关单
- ☞ 法检会延长通关时间，在待检商品数量暴增时会尤其明显

# 监管趋于规范化、精细化，爆品模式困难重重

以奶粉为例，所面对的问题有：

## 注册严格，部分厂商面临淘汰

- ☞ 申请资格限定，跨境电商无法完成，需要生产厂商提请注册
- ☞ 所需资料庞杂，涉及众多有规范性要求的数据、报告
- ☞ 申请程序繁琐，流程时间较长，境外厂商受地域限制，所需时间更长
- ☞ 注册证书有有效期限制，续期需审评

## 特定标准，配方须为中国定制

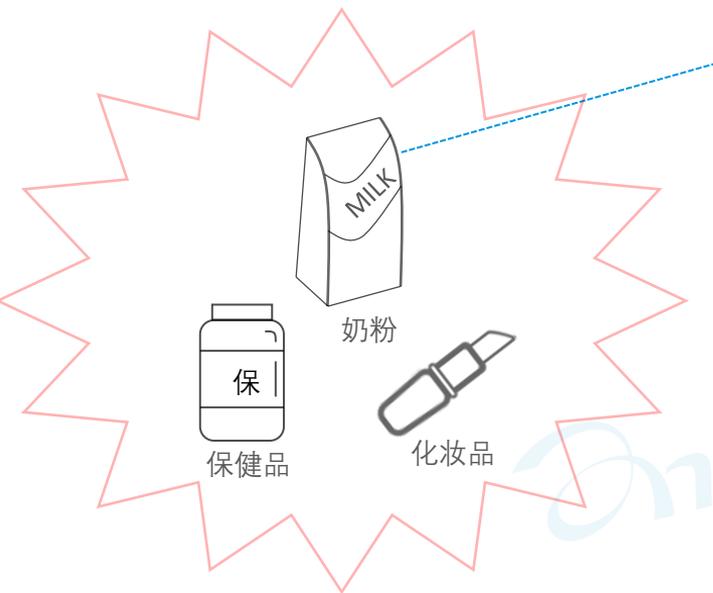
- ☞ 跨境电商所售国外奶粉现行配方，大部分不符合中国的标准要求，需要做相应更改，甚至需要进行单独生产

## 厂商限制，产能不会再被无限放大

- ☞ 根据规定，每个企业只能有3个系列9个配方，不能用同一配方生产不同品牌的奶粉
- ☞ 由于对配方数量进行了限制，因此拥有多个系列和配方的产品需要进行产品线的重新规划
- ☞ 因为配方成为稀缺资源，厂商不会再以代工贴牌的形式赚取利润

## 规范包装，现有包装形式只能被舍弃

- ☞ 进口奶粉内外原始包装需要有符合相关要求的中文标签，现在跨境电商所售奶粉在这一点上基本全部不合格



## 传统爆品

相关法律法规  
生效后

在中国境内销售，  
需要**注册备案**！

# 进口政策较严，在生鲜食品上扩充品类难度大

所有向中国输出食品的境外生产、加工、储存企业都需要在国家质量监督检验检疫总局**注册**！



## 注册需配合

- 需要境外企业及其所在国/地区政府提供符合要求的多种资质证明文件
- 质检总局根据需要实地评审

**非常考验跨境电商与政府、企业沟通协调能力**

## 供应不稳定



- 一旦供应端出现疫情或疫情风险，受法规影响，供应链会立即中断
- 已注册的供应企业是相对的稀缺资源，有较强的议价能力

**供应端的不稳定会增加相关成本**

2016/9/21



## 冷链投入大

- 相关法规对进口企业的物流、存储、加工等环节有严格要求

**满足多方面需要的全程冷链必然会耗费跨境电商的大量资金**

## 1 跨境进口电商发展面对的总体形势

## 2 跨境进口电商发展面临的问题

2.1 跨境进口电商面临的法律法规问题

2.2 跨境进口电商面临的供应链问题

2.3 跨境进口电商面临用户消费升级带来的问题

## 3 典型跨境进口电商的突围方式

## 4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



# 跨境电商在节约成本、提高效率的同时，也面临传统利益体系的压力与挑战

## 传统贸易商

- 与供应方通过长时间的合作，双方对市场、渠道、品牌形象等认识较为一致，共同利润较高，关系较为稳固
- 与合作方良好的长期关系，有利于其得到稳定的供应，甚至得到优先供应权
- 在国内有主导地位的强势贸易商，甚至会在不同程度上影响海外供应方的战略决策

- 利用现有资源，进一步拓展市场空间较为困难
- 一般不直接面对消费者，下游层级较多，商品在终端渠道上售价较高，市场触觉不灵敏，反应慢
- 从海外到用户的过程不透明，不易追踪，消费者信任感相对较弱

## 跨境电商

- 物流、交易过程相对透明，过程可追踪，消费者对其信任感更强、认可度更高
- 市场拓展能力强、应变速度快，且直接与用户接触，市场敏感度高
- 跨境市场由于有消费升级的带动，正在快速扩张的过程中，厂商机会大

- 在跨境电商进入市场后，由于打破了原有的渠道和利润体系，供应方的既有利益会被侵蚀，以致影响其与跨境电商的合作意愿
- 相对经营关系多年的传统贸易商，部分跨境电商对供应端的掌控能力相对较差，供应不稳定
- 初涉合作，对外国法律、文化、习惯的相对陌生，会跨境电商带来合作风险
- 与品牌商直接对接，所花时间、成本较高

海外供应方

品牌商

代理商

零售商

# 国内的供应环境有很大的发展潜力，跨境供应链需 要以自我进化来面对未来的竞争

改变阶段

- 相关的法律法规不断完善与细化，推动电商及其供应商更健康发展
- 政府有关部门的检查监督更为客观、全面，更具公信力
- 为了与国外高品质产品竞争，国内厂商会逐步对生产进行升级
- 厂商在研发力度上会增大投入，以发掘、满足用户不断新生的需求
- 行业组织、相关企业会加大宣传力度，以期得到消费者认可

- 国内供应链的成熟、稳定会成为电商行业更规范发展的助推器
- 在被更严格的监管后，相关厂商出现的质量、安全等问题会大大减少
- 国产商品品质的提升，为企业的国际化竞争奠定了基础
- 更为贴近国内用户需求产品的推出，迎合了消费升级的大趋势
- 国内品牌价值的提高，使消费者不再明显的区别对待国产与进口

发展阶段

- 目前，国内电商大部分的行业供应环境还处于改变阶段或改变前阶段，少数的行业供应环境已经迈入或正在迈入发展阶段和繁荣阶段，如3C家电
- 跨境电商的当前机会在于找准供应环境处于发展阶段之前甚至是改变阶段之前的行业，并且实时判断当前行业的发展状况，及时调整产品布局
- 跨境电商将来的机会在于从需求、设计、研发、售后等层面更好的连接海外供应商与国内消费者，成长为信息、服务不对称的解决商

- 国家需要新兴经济增长点，在政策上会进一步扶持
- 企业面对新形势，战略决策不断的调整

迭代阶段

- 相关厂商的生产规模、市场份额不断扩大
- 拉动产业经济的增长，改善就业和分配的问题
- 带动出口的成长，促进国际影响力的提高

繁荣阶段

# 跨境仓储物流的费用高、不可控因素多



- 国外建仓，租金、人工费用高
- 保税区建仓，建设/租赁费用在不断上涨



- 自建物流，花费大，整合时间长，见效慢
- 租用物流渠道，运输单价高，且时间、线路受限



- 保税跨境电商，提前备货，库存费用较高
- 预先备货，存在进销时间差，有汇率变动的风险



某些品类商品需要的存储、运输条件较为苛刻，同时由于其中的环节多、时间长，在此期间出问题的概率相对较高



一些地区的突发疫情、灾情、突发政治事件，中国与外国或地区的外交纠纷、贸易摩擦等都会对跨境仓储物流造成影响



海关当次的查验率，待查商品数量等都对清关时效产生影响，这种影响在诸如“黑五”的促销时更为明显

## 1 跨境进口电商发展面对的总体形势

## 2 跨境进口电商发展面临的问题

2.1 跨境进口电商面临的法律法规问题

2.2 跨境进口电商面临的供应链问题

2.3 跨境进口电商面临用户消费升级带来的问题

## 3 典型跨境进口电商的突围方式

## 4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



# 消费者的需求得不到完全满足

一些假洋品牌的进口，以及某些厂商在保税区的倒货、串货行为，混杂了假冒伪劣商品在其中，并且难以追踪流通过程，给正在树立消费者信心的跨境电商造成不良影响



正品保障



消费者因自身的特殊原因，会有特别的商品需求，但由于信息不对称，不了解国外的商品情况，而大部分跨境电商目前又并没有很好的引导，他们在商品的选择上会觉得无从下手



特殊需求



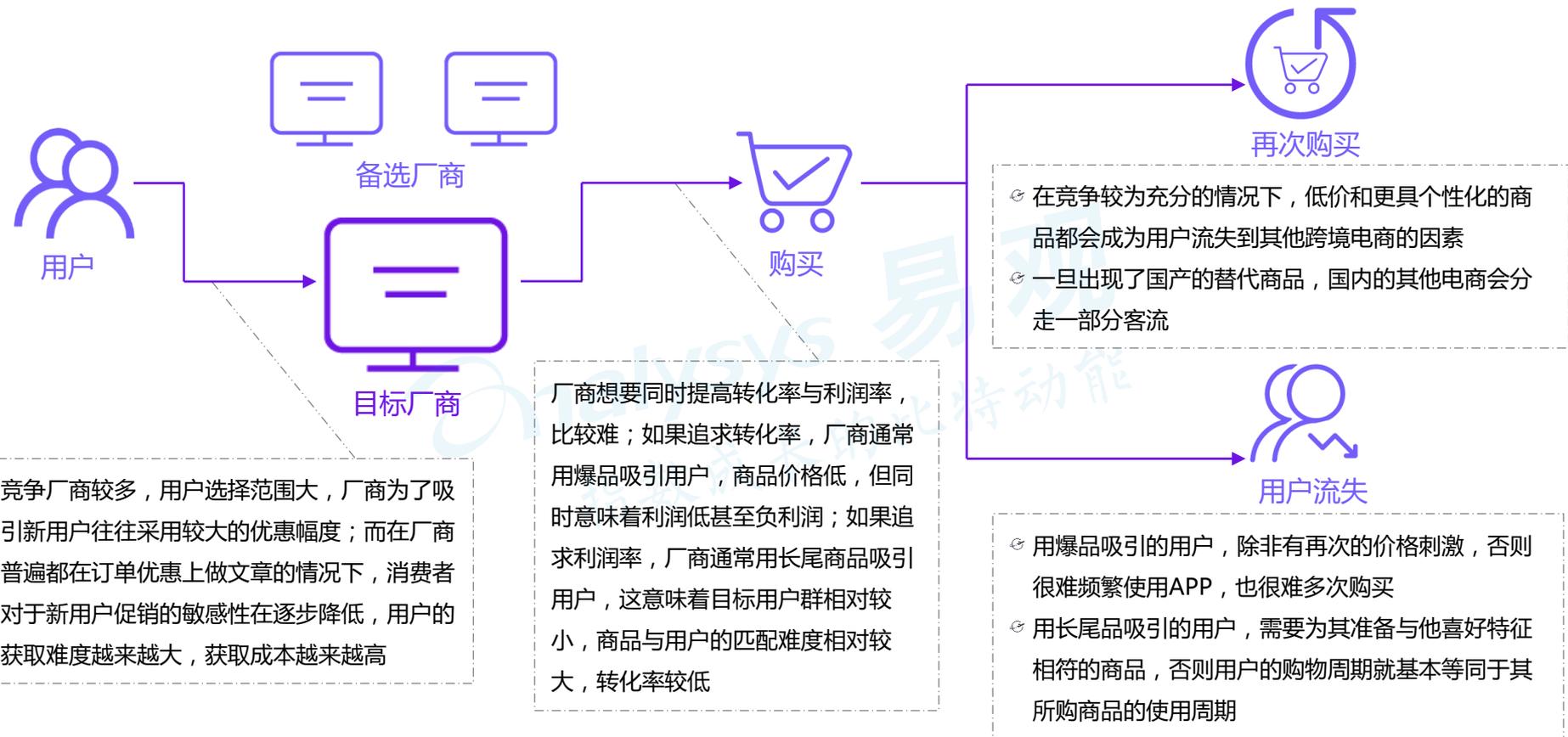
用户希望买到与国外完全相同的商品，但一些品牌商基于传统渠道利益的考虑，会给电商专用渠道的商品，甚至会拒绝授权；某些商品还由于相关法律法规的限制，只能销售中国特制版



品质相同



# 用户获取难、易流失、粘性差



1 跨境进口电商发展面对的总体形势

2 跨境进口电商发展面临的问题

3 典型跨境进口电商的突围方式

4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



# 洋码头简要介绍



2011.7  
洋码头上线



注册资本  
580万



投资机构  
天使湾、赛富基金、  
长江国弘、AB Capital等

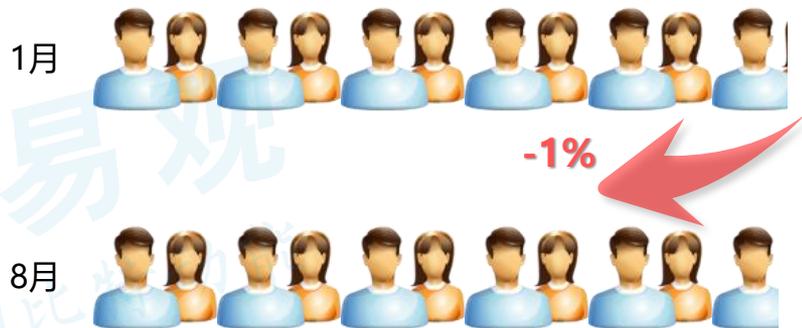


2015.11  
与PayPal达成合作



2015.6  
最近一次融资

## 洋码头2016年月活用户增长情况



数据来源：干帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第2季度易观干帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 洋码头自建物流，提高效率、降低成本、减小风险



销售平台与物流平台的信息连通，能有效的调控仓储、运输的状态水平，既能使销售平台的物流需求得到保障，又能使整个物流过程节约成本、节省时间

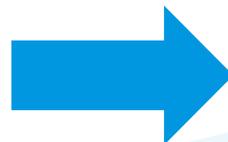


经过多年经营，在仓储、物流等多各环节上已趋于成熟，国内外服务网点在逐渐增多，在能为其他厂商提供服务的同时，还能进一步降低成本、提高效率



自己控制物流服务环节，既能对服务质量有效管控，及时针对漏洞进行相应弥补，还能摆脱对物流服务商的依赖，避免商业纠纷带来的拖延、停运等风险

# 基于用户需求，买手拓展品类和SKU较快



代购买手

经过商谈，达成协议，进行代购



囤货买手

经过评估，进行囤货，并联系用户

**用户与买手间沟通链条短，信息传递失真少，需求匹配度高**

# 波罗蜜全球购简要介绍



2015.7

波罗蜜上线



注册资本

346万美元



投资机构

成为资本、伟高达创投、  
百度、LB投资等



2016.5

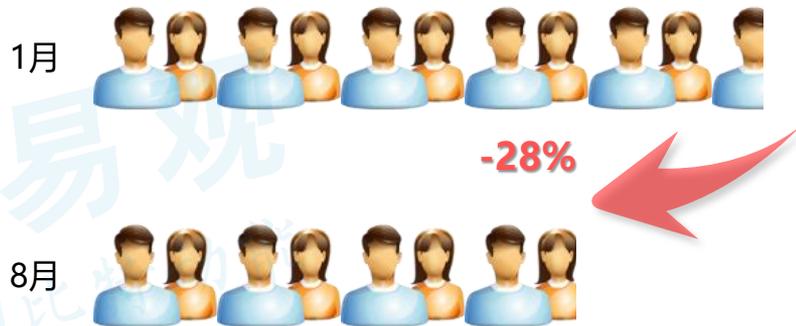
数博会“年度创新企业”



2015.10

最近一次融资

## 波罗蜜2016年月活用户增长情况



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 用直播缩短与用户的时空分离感，提升体验

## 技术支持

- 合理的服务器、数据库、带宽支持系统
- 具有冗余配置的故障解决机制

## 运营分析

- 制定直播规划
- 根据规划确定每场直播的目标人群
- 基于目标人群的反馈、购买趋势等分析用户喜好
- 以用户喜好度选择直播商品、地点、内容、形式以及邀请嘉宾等
- 对每场直播的效果进行总结

## 买手主播

- 深入了解目标受众，洞悉消费心理
- 研究商品特点及其与用户的契合点
- 适时引导购买



## 体验升级

- 从传统的图文信息获取，升级到场景化消费体验，信息获取的更全面
- 从单一的信息接收，升级为信息的双向传递，意见更被重视

## 信赖感提升

- 相对于非实时的图文和视频，直播不易被更改的特性更易得到信任
- 可以及时解决用户问题和疑虑的互动，更容易得到认可

## 满足购物理念

- 作为目标客户的年轻人，对直播有自然的亲近性
- 消费冲动在新颖的互动模式下更易被激发

## | 规划直播2.0：借力平台，共享网红红利

联合  
直播平台

- 创建一套利益共享分配模式，用相对较少的代价换取明显的增值效益
- 进行必要的技术改造升级，让用户有良好体验的同时减少其跳转环节的流失

打造  
网红经济

- 包装、塑造一批在各领域目标用户群中有号召力、针对性的达人和KOL
- 主播与用户的互动，手段更加多样化，内容更趋年轻化，特色更鲜明
- 强化主播与用户的社交依附关系，并最大化的挖掘其商业价值

多种  
展现形式

- 与APP同步的购物直播
- 制作主题性节目，如美妆教室、品牌探秘等
- 拍摄剧情类节目，如微电影、网剧等
- 策划用户参与性活动，如主播选拔、直播体验等

- 吸引观众，降低获客成本
- 增加用户活性，提高转化率和复购率
- 增强用户粘性，减少用户流失

提高影响力

# 宝贝格子简要介绍



2014.10  
宝贝格子上线



注册资本  
5700万



投资机构  
国信招商基金、佳信财富、  
麒麟财富、景润投资等



2016.6  
近两年营收复合增长率  
位列新三板第二名，  
入选新三板创新层

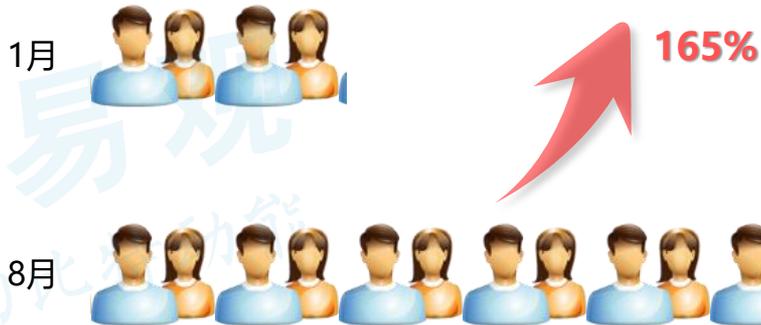


2016.2  
最近一次融资



2015.12  
首支挂牌新三板的  
跨境进口电商  
证券代码：834802

## 宝贝格子2016年月活用户增长情况



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第2季度易观千帆基于对10亿累计装机覆盖、2亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 宝贝格子深度整合海外品牌，实现正品溯源，确保信息透明

## 需求解决方案

正品货源

如何实施？

签约品牌商

怎样实现？

品质保证  
价格透明

怎样实现？

与海外同质同价

信息对称

如何实施？

对接海外网站

## 第三方监督

首家与中国质量认证中心CQC码上世界合作进行验证、评价的跨境电商

供应链评价

海外直邮

原厂正品

防伪追踪

保证解决争议

2个工作日内

主动和解

入驻北京工商局12315绿色通道

- 用权威第三方评价监督去赢得消费者的信心和信赖
- 用严格的监督体系助推自己提高供应链和服务质量

## 用户感知



消费者

- 同质、同价使得用户足不出户，购遍全球
- 正品保障以及优先赔付解决品质和售后问题
- 用户产生信赖，多次复购，客单价高达600元

# 横向扩展商品来源国，纵向建立全球仓储物流体系，使用户尽享优质商品与服务

Analysys 易观

指数成长的比特动能

多样化的商品，来自全球13个直邮国家，满足不同用户的需求

与全球优秀物流公司合作，在速度、安全性等方面予以保障



凭借自研系统，实现遍布全球的“国家馆”快速上线，商品品类迅速扩充

整合海外仓储物流体系，落实境内外供应链的无缝对接，明显提高转化率、复购率和客单价，行业领先

丰富独特的商品和极佳的购物体验，为用户提供了大量个性化的选择机会，有利于吸引不同的用户群，扩大用户规模

- 1 跨境进口电商发展面对的总体形势
- 2 跨境进口电商发展面临的问题
- 3 典型跨境进口电商的突围方式
- 4 跨境进口电商后突围时代的发展趋势



# 跨境电商会不断满足用户对正品、质保、时效等方面的需求



品牌

- 需要国外真品牌，而不是山寨洋品牌
- 小众品牌因为其独特性会受到特定人群的欢迎
- 有认知基础的品牌，整体需求量较大



真伪

- 拒绝接受假冒名牌产品，对售假的厂商将会失去信任
- 需要有公信机构帮助自己鉴别真伪



质量

- 对与国外不同款的“二等商品”接受度会降低
- 需要电商对整个供应链环节负责，商品无论在源头还是在物流上出现的问题，都需要有售后解决方案



时效

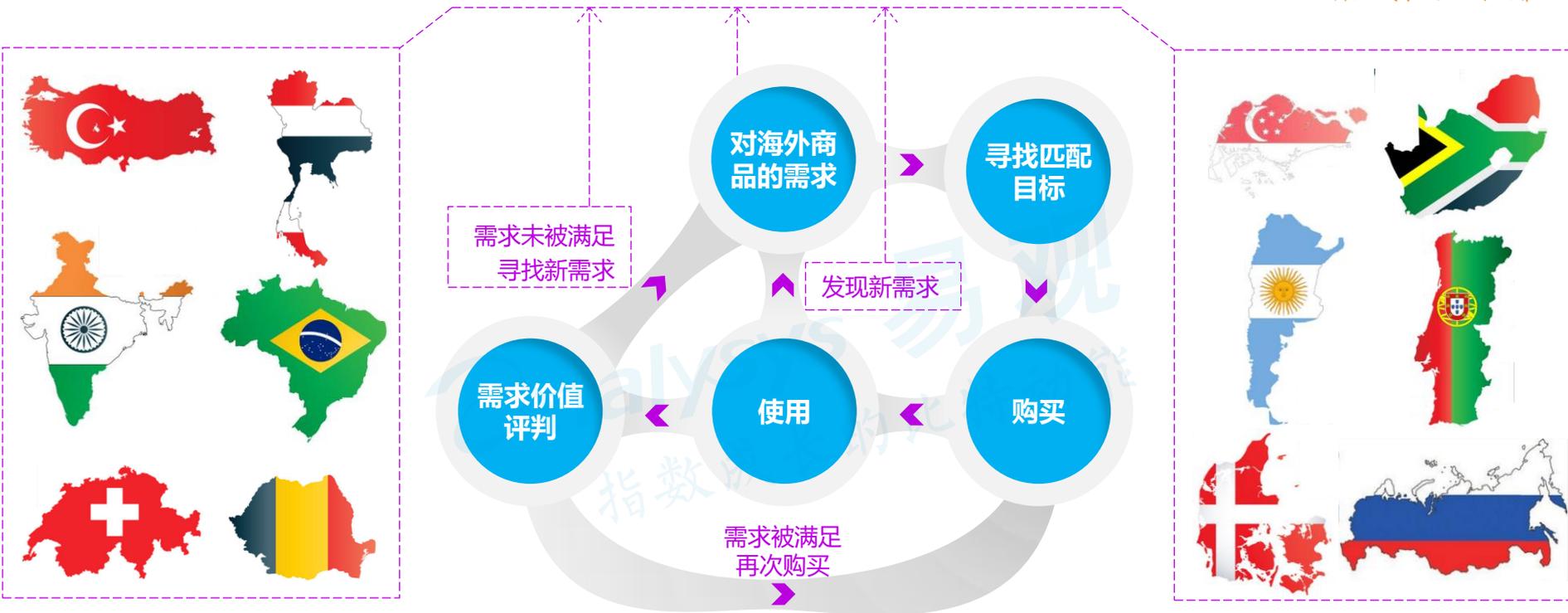
- 对保税电商的时效需求，会逐渐向国内电商靠拢
- 对直邮电商，虽然没有特别明显的时效要求，但能提供高效物流的电商无疑更能赢得用户的欢心

用户在跨境电商平台上购物，将会有不断升级的需求，不能解决其痛点的厂商将会逐渐被用户所抛弃

欢心

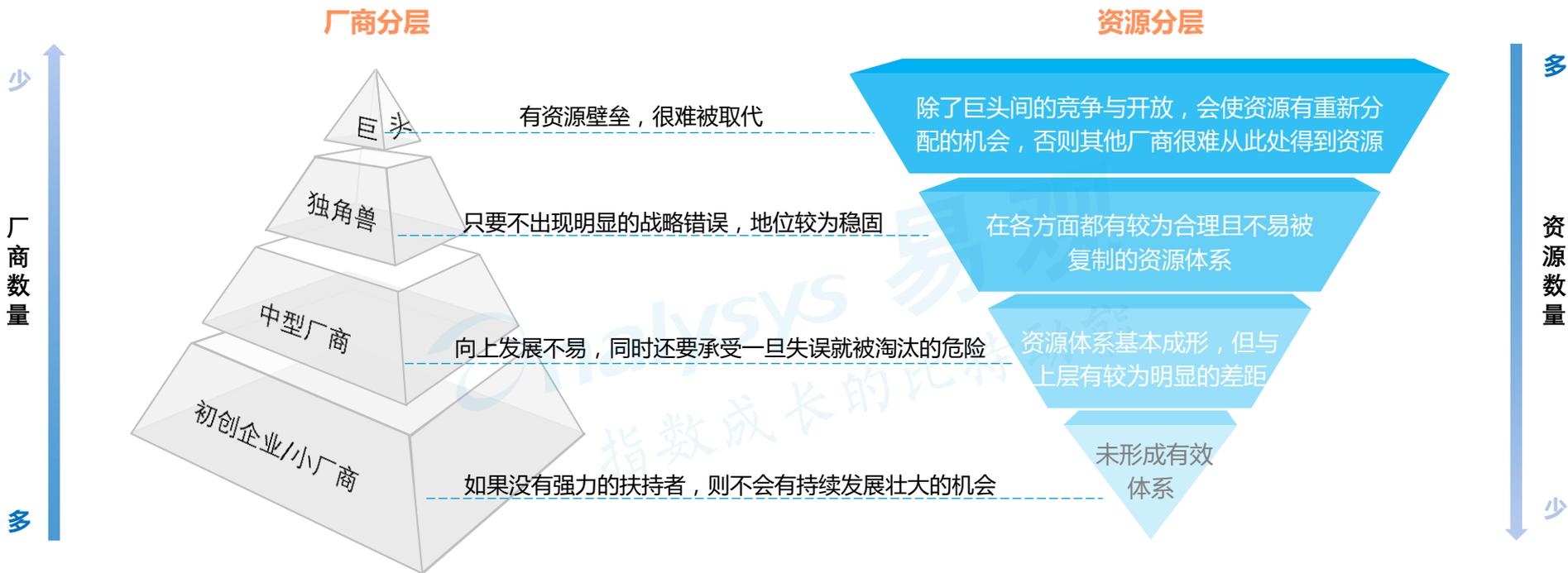


# 基于用户的需求，跨境电商会逐步优化调整供应结构



用户对大品牌 and 主流进口来源国商品的认知度越来越高，虽然这些商品已满足用户的绝大部分需求，但总有一部分诸如个性、口味、效果、价格等方面的需求在这些国家的商品中是匹配不了的，这就迫使跨境电商继续开拓符合条件的货源国及商品品类

# 资源将会越来越集中于突围成功的跨境电商



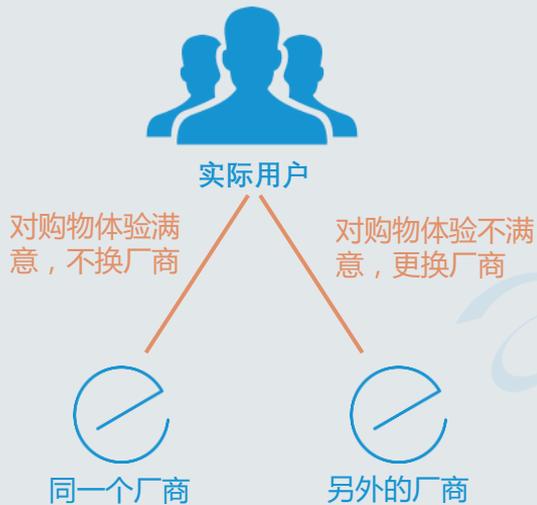
跨境电商在经过较为充分的市场竞争以后，资源将会越来越集中于巨头企业和突围成功的厂商，而不能在某一方面有所建树、吸引用户、做大规模、建立壁垒的厂商会在市场中渐渐失去竞争的资格

# 跨境电商在整体电商和整个网络购物中所占的比重 将会越来越大

Analysys 易观

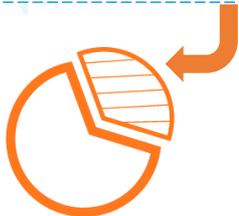
指数成长的比特动能

## 已有跨境购物经历的用户会继续消费



有购买行为的跨境电商消费者，对跨境电商的模式与产品是认可的，因此无论对单个厂商态度如何，也不会影响其继续对跨境商品的消费

2016/9/21



跨境电商在电  
商中所占比例  
将逐步提高

## 多种因素促成潜在用户开始跨境消费



还没有进行跨境商品消费的潜在用户，一旦被跨境电商及其商品的特色因素所吸引，会逐步的转化成为实际用户，跨境电商的用户群会不断的扩大

指数成长的比特动能

34



# 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