

跨境电商助力下的中国进口消费市场分析

数字化驱动跨境电商成长——宝贝格子案例分析



分析范畴

- 本分析主要通过对中国进口消费市场整体形势、政策环境等方面的分析探究进口消费市场当前和未来的发展形态及发展趋势。
- 本分析所包含的地域为：中国（不包含港澳台地区）。



分析方法

- 除标明来源以外，其余皆来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。



核心发现

- 跨境电商平台在新政策实施后将有更大的发展空间。
- 一般贸易与跨境电商结合、线上与线下结合，将是进口消费市场主要的发展模式。

2018 中国 进口

1.

中国整体进口消费形势向好

2.

跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.

由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4.

线上线下融合的进口服务厂商案例

5.

中国进口消费市场未来的趋势

社会经济发展促成的消费升级是进口消费不断扩大的基本因素

社会基础服务体系逐步完善

- 养老、医疗等社保覆盖面逐步扩大，城镇职工和城乡居民逐渐得到保障全覆盖。
- 居民保障力度连续多年得到提高，城乡居民实际生活水平得以提升。
- 九年制义务教育得到全面普及，学前教育投入力度将逐渐加强。
- 在基础设施建设、住房安居、个税调整等方面充分释放惠民政策红利。



后顾之忧逐渐减少

居民可支配收入明显增加

全国居民人均可支配收入增长情况



数据来源：国家统计局·易观整理 www.analysys.cn

- 人均可支配收入在近几年间快速增长，增速明显快于同期GDP的增长率。



消费基础显著夯实

居民的刚需消费逐渐减少

全国居民人均消费支出构成变化情况



数据来源：国家统计局·易观整理 www.analysys.cn

- 以食品、居住为代表的刚需支出在整体消费中的占比逐渐减少，服务类消费占比明显增加。

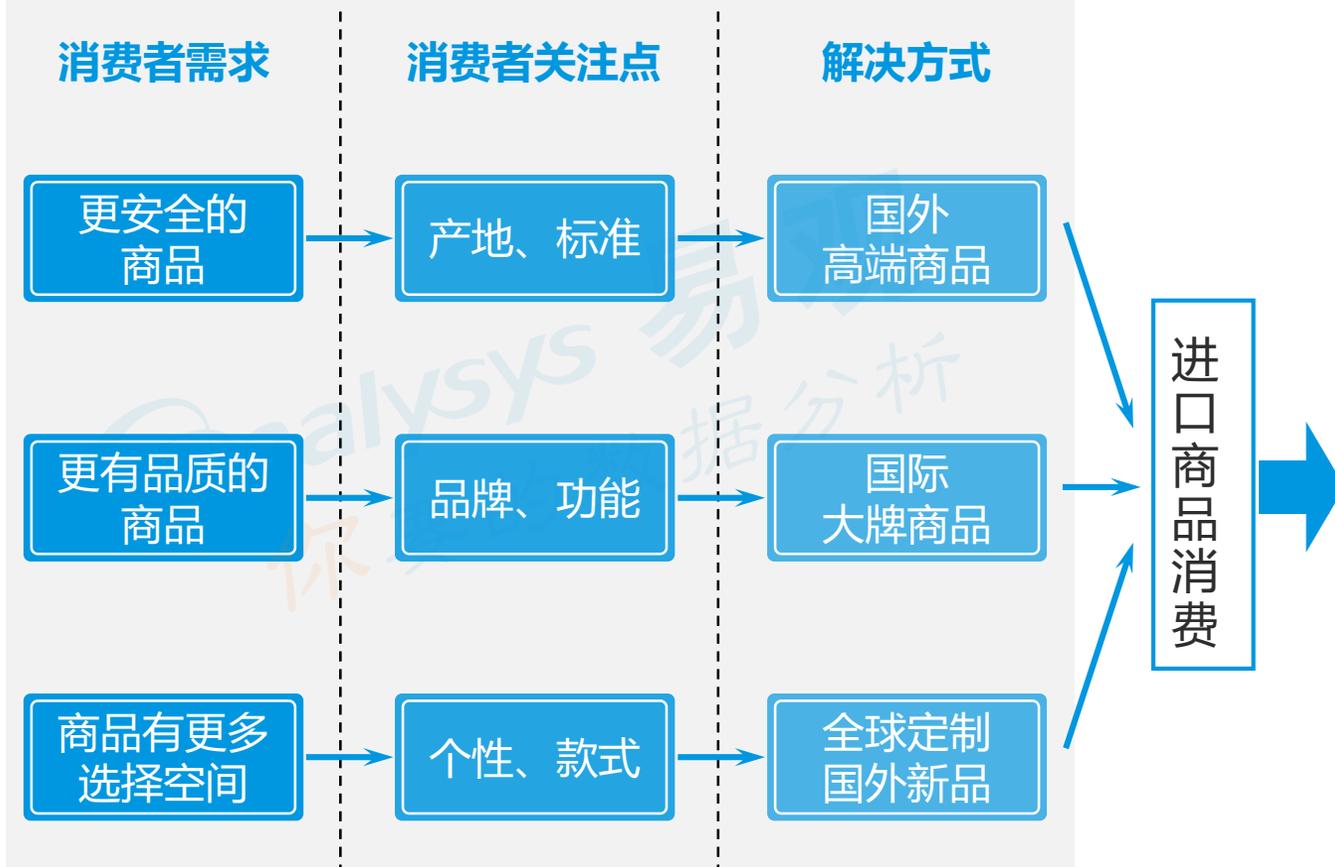


消费理念进一步转变

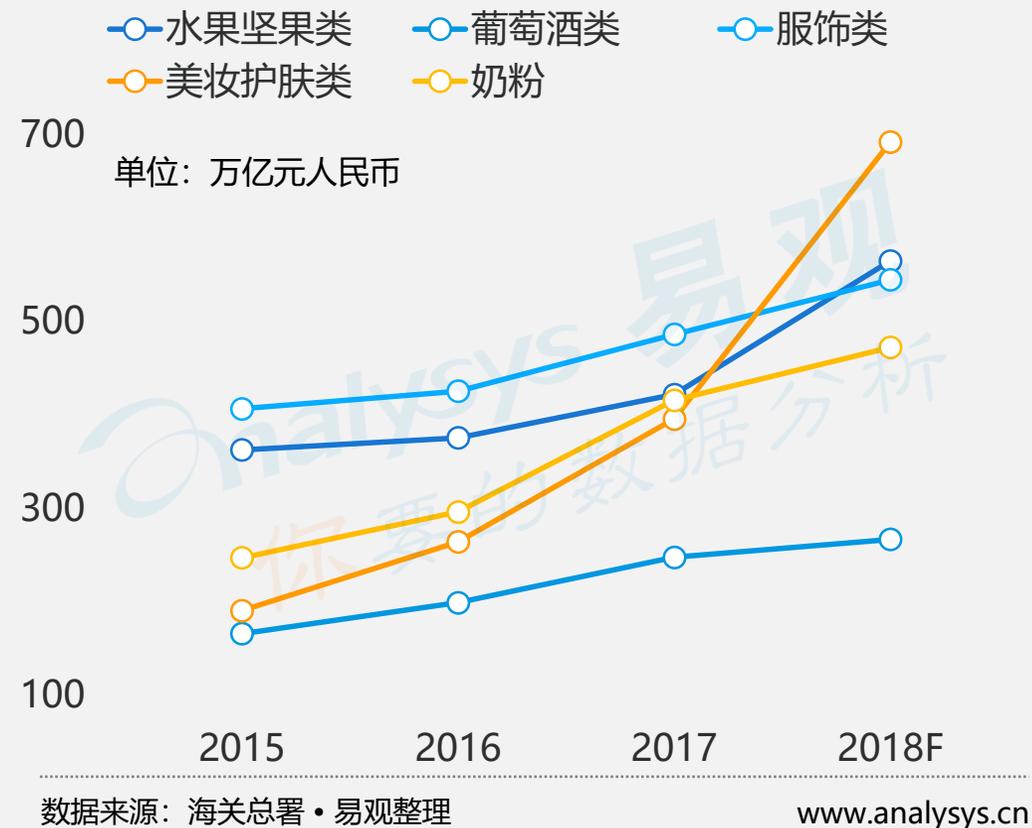
居民整体消费情况呈现出明显升级的趋势，更高水平的消费需求得到广泛认同

进口商品可以很好满足消费升级带来的新需求

消费升级中的需求及其解决方式



部分类别商品进口金额变化



消费升级促进了对进口商品消费的需求, 进而促使以化妆品、奶粉、水果等为代表的商品进口额逐年增高

税率调降

- 关税：近两年来，多次降低关税，涉及到汽车、生鲜、日用品、电器、保健品、服饰、婴儿食品用品等多个消费品类，关税总水平在2018年底已降至7.5%。
- 进境物品进口税：从2016年10月至今，已经对税目进行了两次调整，降低了普通化妆品的税率，将药品列入税目，并降低了税目2、3中高两档的税率。

鼓励自由贸易

- 自由贸易协定：已和包括东盟、澳大利亚、新西兰、韩国、瑞士、新加坡、秘鲁、智利在内的多个国家和地区达成了自由贸易协定，不断深化开放水平。
- 自由贸易试验区：已在上海、天津、广东、福建、辽宁、浙江、重庆、四川、湖北、陕西、河南、海南等多个省市设立了自贸试验区，促进贸易的自由便利化。

支持跨境电商

- 政策优惠：实施区别于一般贸易的跨境电子商务零售进口监管政策，免于验核通关单，不执行有关商品首次进口许可批件、注册或备案要求，关税暂定为0，消费税和增值税按照70%征收。
- 政策延续：在监管过渡期政策出台后，又经历至17年年底、至18年年底的两次延长，并于今年发布了过渡期后的衔接政策。

2018 中国 进口

1.
中国整体进口消费形势向好

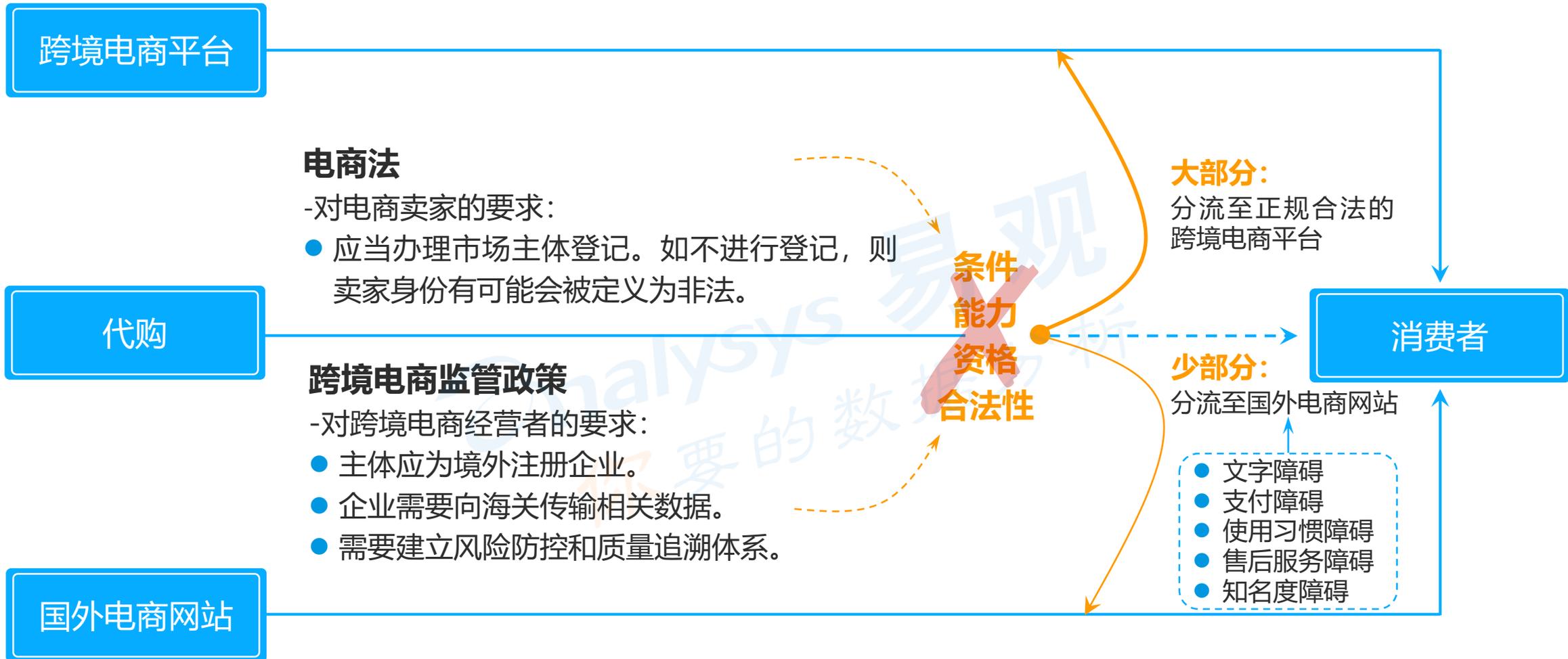
2.
跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.
由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4.
线上线下融合的进口服务厂商案例

5.
中国进口消费市场未来的趋势

电商法和跨境电商监管政策中的相关要求，更有利于现有平台扩大业务



本就是主要渠道的跨境电商平台，随着代购客户大部分分流至此，其业务还将进一步扩大

监管政策松绑了消费者更多、更高的需求、进一步增强了行业信心

监管方向

对跨境电商零售进口商品
按**个人自用**进境物品监管



- 再次明确了跨境电商零售进口的性质，明确了其不同于一般贸易的常态监管方式，避免了执行监管标准时因地区的不同导致的差异，以及因人员操作上的不同而导致的差异。

个人消费额度

单次限额：提高至**5000**元
年度限额：提高至**26000**元



- 单次限额的提高，放松了对中高端商品的跨境零售限制，很大一部分的安全座椅、高端化妆品/女包/手表/服装等母婴女性类、数码家电类的商品可以用跨境模式销售。
- 用户每一年可以购买的商品数量和金额增加，有利于跨境电商平台进一步挖掘用户的消费潜力。

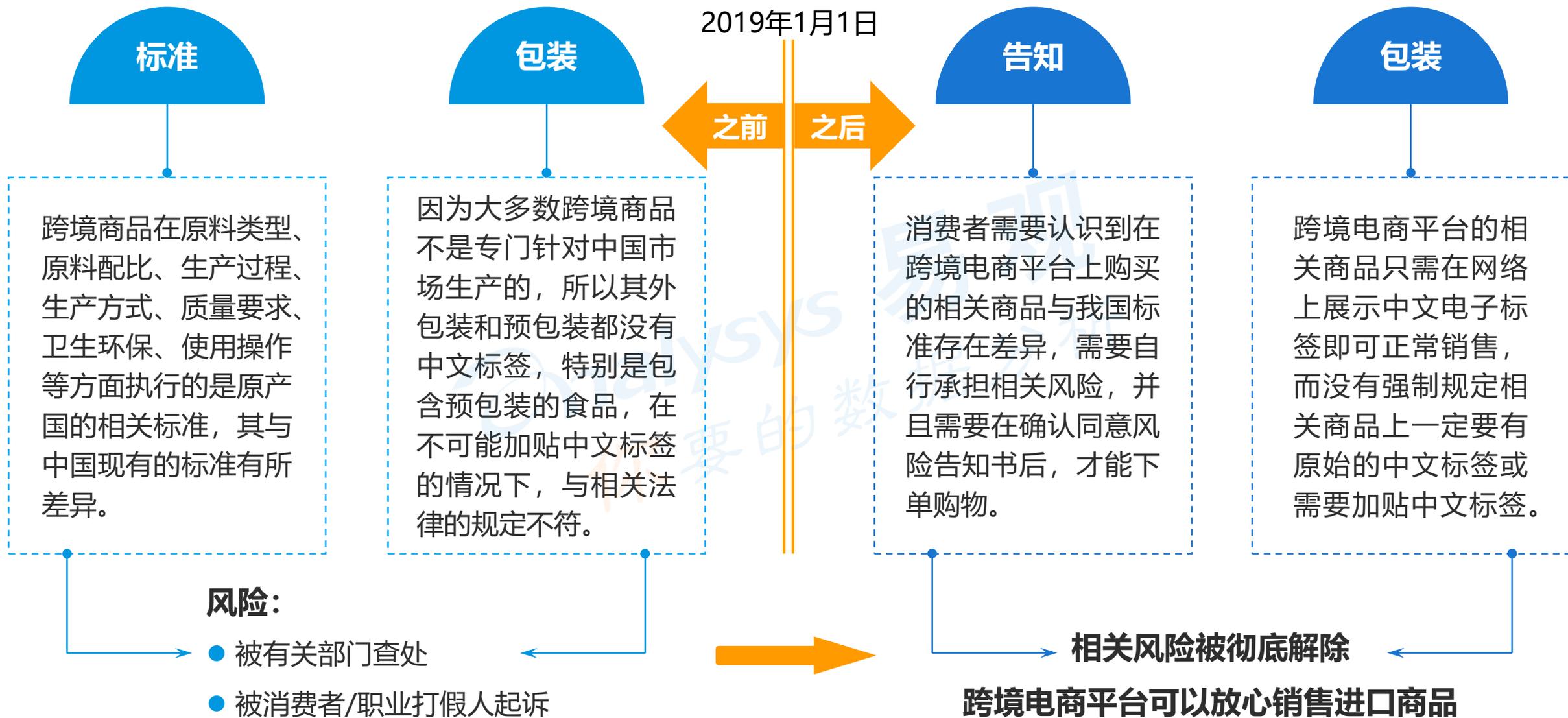
税目清单

清单新增**63**个税目

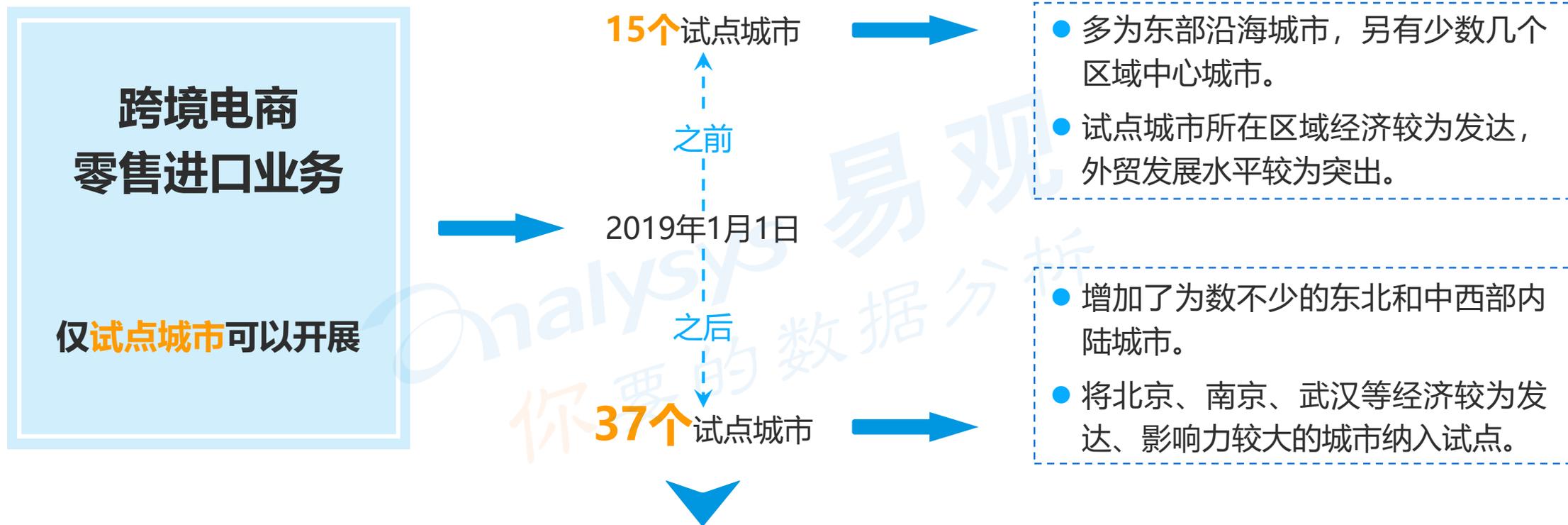


- 新增的税目中包括了有一定市场热度的食品类、酒类、家具类、饰品类、电器类、文具类等品类的商品，这些以前不能通过跨境模式销售的商品，以后也可以通过跨境模式引进国内，能更多更好的满足消费者的多样化需求，刺激消费者的购物欲望，提升跨境电商平台的营收。

监管政策降低了企业的法律风险，将进一步促进行业良性发展



扩大试点城市范围，有利于企业进行资源的进一步优化配置



- **效率更高、成本更低**：电商平台可根据不同地域用户对不同商品的消费情况，更大范围的调整进境口岸和保税仓的设置。
- **用户体验更佳**：由于可根据口岸的地理位置及其通关速度等情况进行进境策略调整，用户从下单到收货的时间间隔更短。
- **商品将更丰富**：新的试点城市由于地理上的优势，可用更具性价比的陆路运输方式引进东南亚、中亚和欧洲的跨境商品。

2024

1.
中国整体进口消费形势向好

2.
跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.
由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4.
线上线下融合的进口服务厂商案例

5.
中国进口消费市场未来的趋势

消费品进口规模不断扩大

跨境电商

- **行业发展速度快**：在政策红利和市场空间的影响下，短短几年时间行业中就诞生了数家发展快、规模大的厂商，而开展跨境进口业务的中小厂商则更是层出不穷。
- **用户增长快**：更具性价比的商品、更多的可选择性，以及越来越规范的行业，使跨境电商在用户中的渗透率越来越高。

“线下自提”模式受到监管政策的限制

一般贸易

- **行业模式成熟稳定**：在长时间的发展过程中，一般贸易模式已经呈现出成熟稳定的特点，受到外部因素的影响相对较小。
- **渠道建设较为完善**：进口商品从原产地到终端销售有较为稳固的合作伙伴和行之有效的运行体系，有更具深度和广度的市场。

在海关特殊监管区域（保税区、自贸区等）外，线下交易的进口商品只能以一般贸易模式进口。

进口商品纯线上销售模式以跨境电商为主，在快速发展的同时还需要进一步下沉

传统模式



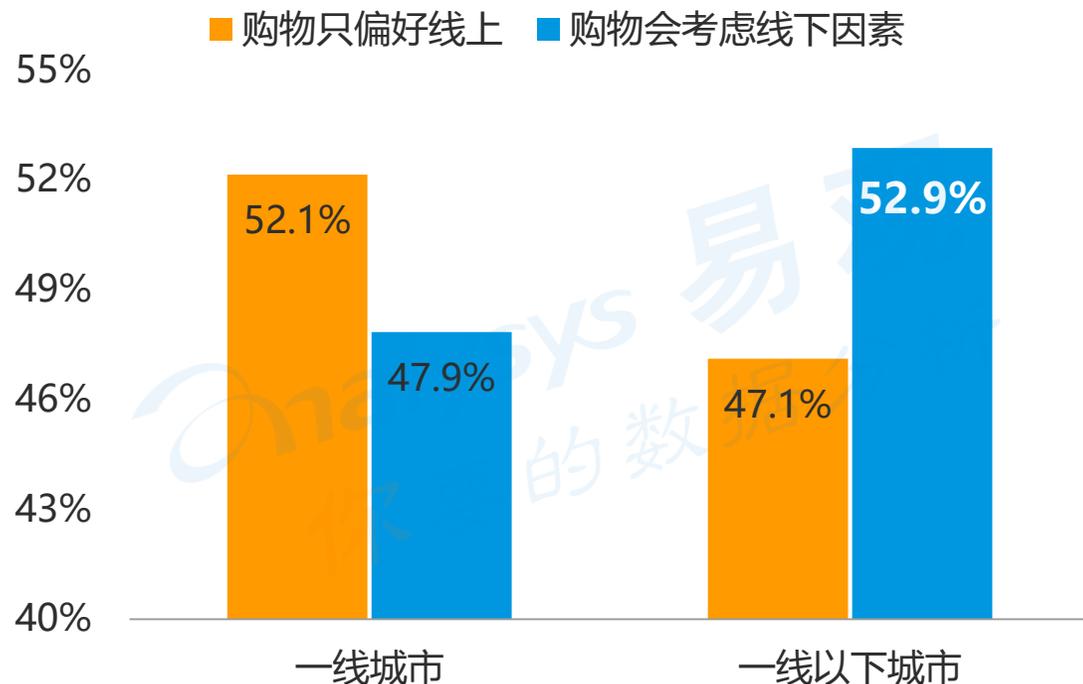
跨境电商模式

- 跨境电商平台取代了众多中间环节，节省了中间成本消耗，能以更优惠的价格给用户购买商品。
- 线上模式更靠近产业链上游，对国际市场动态、市场趋势把握的更准确。

跨境电商有更大吸引力，发展更快

进口行业如要发展更快，还需关注不同的用户群

不同用户群对购物的态度情况



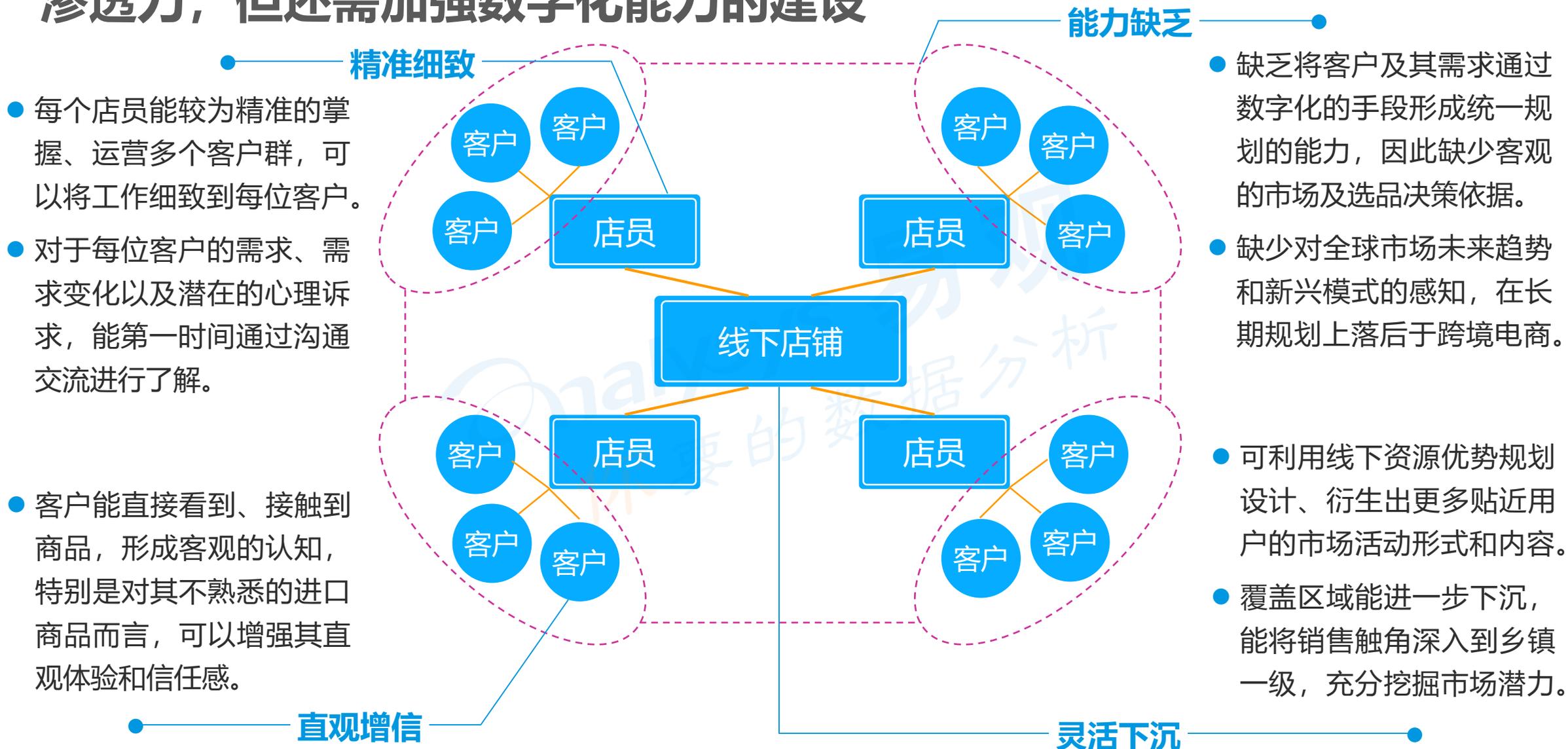
数据说明：数据来自2018年10月易观关于用户消费行为的网络调研，N=2000。

© Analysys 易观

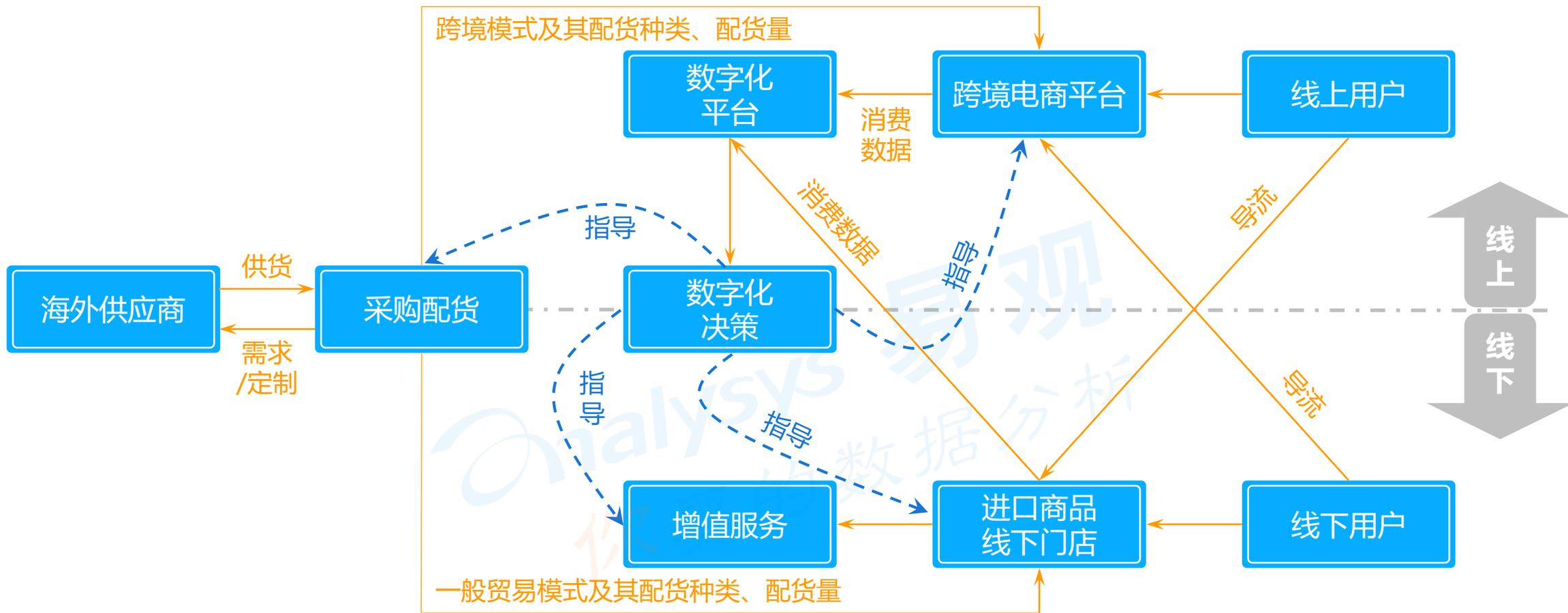
www.analysys.cn

- 低线城市用户在购物时会相对更多的考虑线下因素。
- 重视线下市场，进口商品在低线城市将更有空间。

纯线下模式可以为进口商品的销售增信，并且具有较强的下沉渗透力，但还需加强数字化能力的建设



线上与线下结合的进口商品销售模式，能有效整合二者的优势



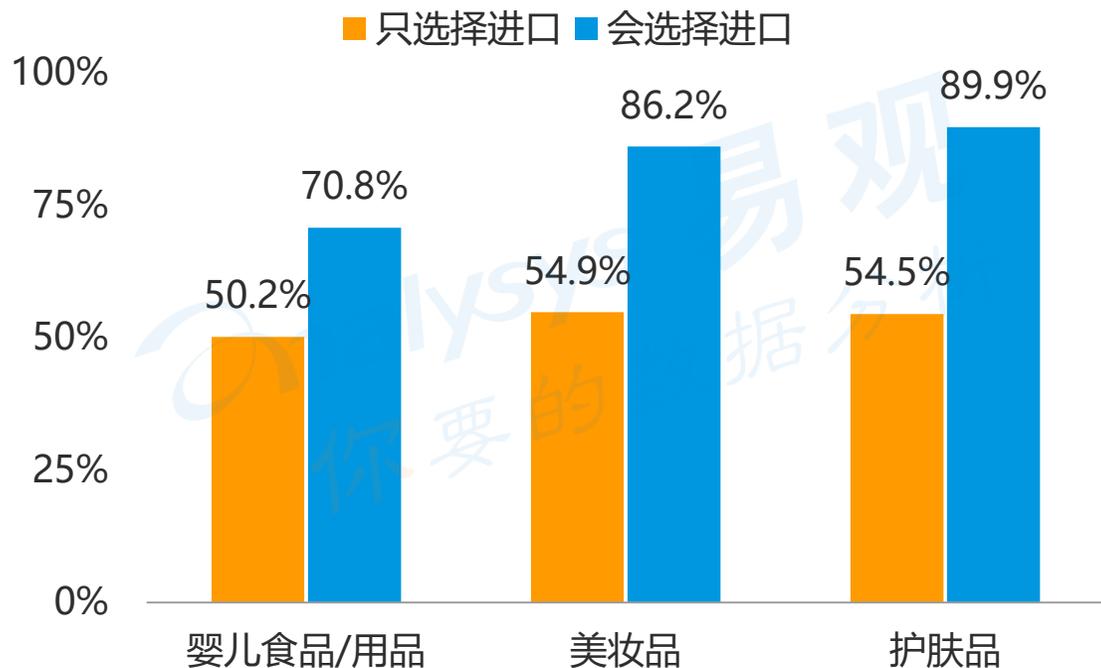
- 线上导流至线下，增强用户信任感、提高转化率；线下导流至线上，提高效率、增加消费量。
- 需求量大、较急迫的需求用线下的一般贸易模式解决；更个性化、多样化的需求用跨境模式解决。

母婴服务尤其适合以进口商品为切入点，进行线上线下的融合

用户在对母婴品类的选择上有非常明显的进口消费偏好

母婴商品与服务在用户层面的线上线下协同效应较为明显

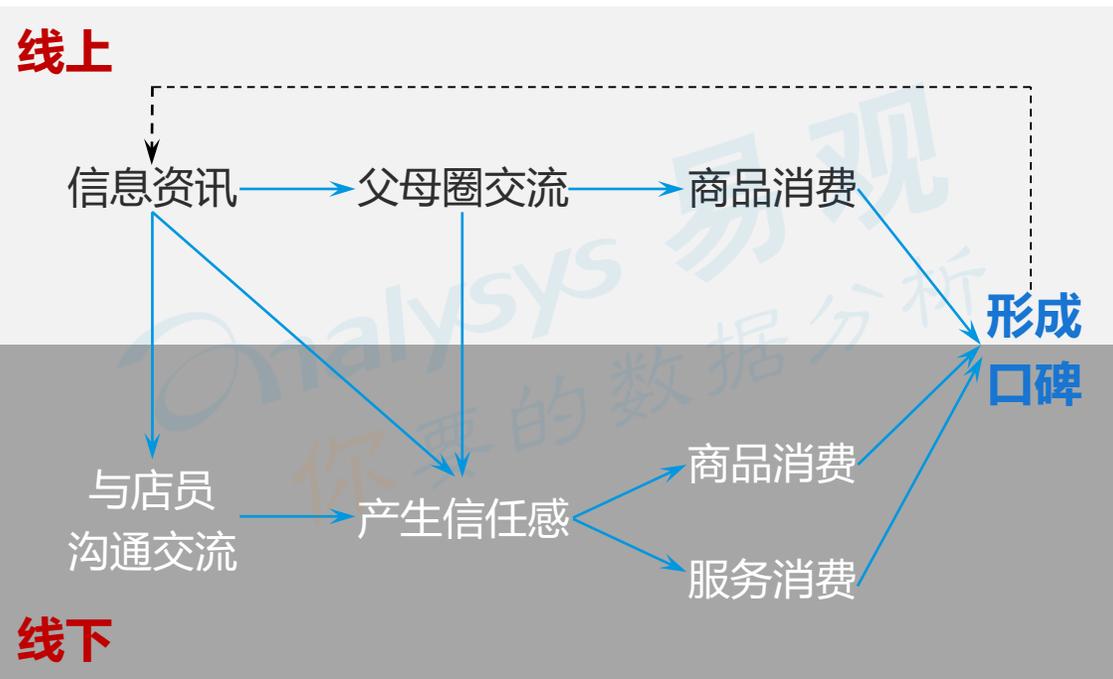
用户对某些品类商品的消费倾向



数据说明：数据来自2018年10月易观关于用户消费行为的网络调研，N=2000。

© Analysys 易观

www.analysys.cn



2024

1.
中国整体进口消费形势向好

2.
跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.
由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4.
线上线下融合的进口服务厂商案例

5.
中国进口消费市场未来的趋势

宝贝格子依靠供应链优势成为中国可靠的海外直邮平台



在进口商品渗透率较低的低线市场，宝贝格子的线下发展策略正好满足了其用户的消费升级需求

宝贝格子的线下发展策略



低线市场整体空间大

就整体低线市场而言，人口多、容量大，将比一线市场更有发展潜力，同时其用户在包括进口商品、增值服务在内的消费升级需求上也更加强烈。

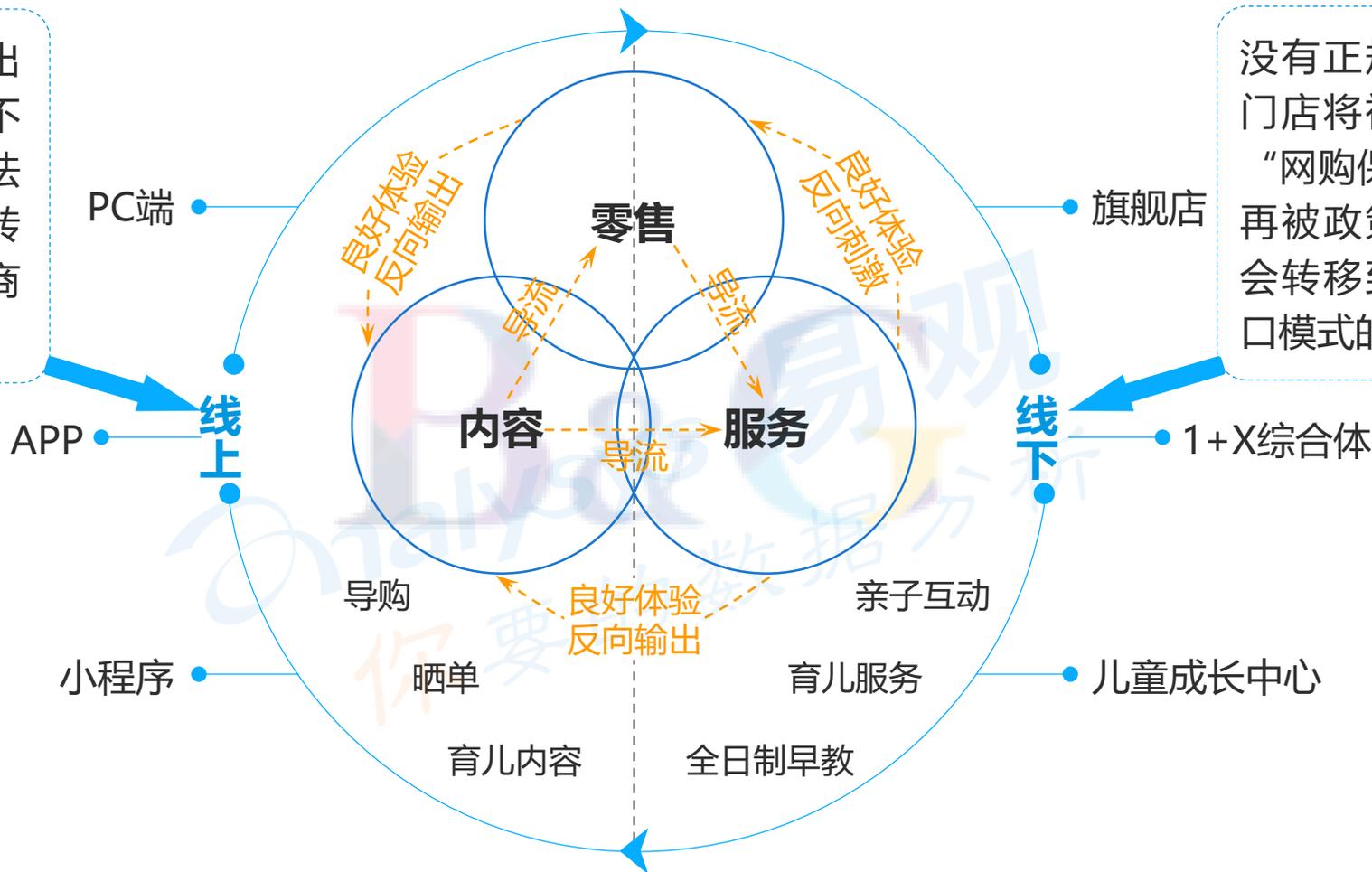
低线市场有线下消费能力

低线市场用户相对更青睐线下消费，特别是在母婴品类，在整体消费意愿上与一线城市趋同的同时，更倾向在线下完成购买过程。

宝贝格子的经营模式更好的适应了当今新零售的发展趋势

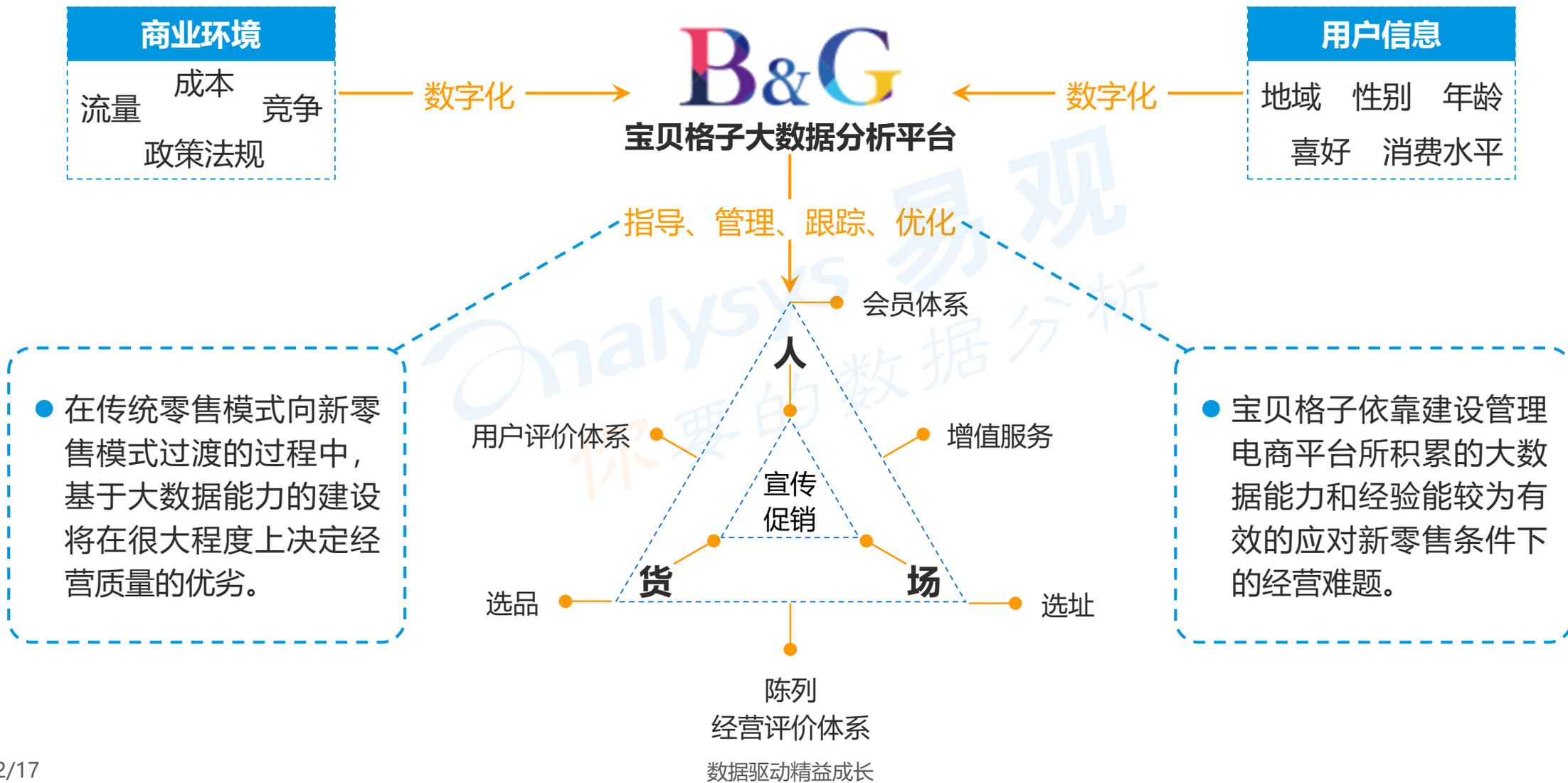
在电商法和跨境新政推出后，海外代购模式成为不被国家法律所承认的非法商业模式，其用户群会转移到正规合法的跨境电商平台之上。

没有正规手续的进口商品门店将被逐步查封取缔，“网购保税+线下自提”不再被政策允许，其用户群会转移到采用一般贸易进口模式的门店中去。



- 宝贝格子完整的线上线下服务闭环，满足了用户多样化的需求，提高了其复购率。
- 用户在线上线下的双向流动，降低了获客成本，提高了转化率，提升了盈利能力。

宝贝格子具有前瞻性的大数据平台建设能为自身及加盟商的发展奠定良好的基础



2024

1.
中国整体进口消费形势向好

2.
跨境电商在政策层面上有了更大的空间

3.
由跨境电商带动的进口消费市场更趋多样

4.
线上线下融合的进口服务厂商案例

5.
中国进口消费市场未来的趋势

一般贸易模式与跨境电商模式将会进一步趋同

关税

随着与中国签订自贸协定的国家/地区增多，税目适用范围的扩大，关税的整体水平会逐渐降低，直至降到0，与跨境电商适用的关税税率一致。

消费税、增值税

基于税负平衡、公平竞争等方面的考虑，一般贸易和跨境电商两种模式之间消费税、增值税差别会逐渐减小，甚至消失。

模式

原有一般贸易进口模式中广泛存在的多级代理制度，将会逐渐消失，去中间化的进口流程也将在一般贸易模式中逐渐成为主流。

一般贸易和跨境电商两种模式的终端商品将在价格、上市时间、品类上逐步一致化。

进口流程

在吸取跨境电商模式经验教训的情况下，一般贸易进口的流程、手续将极有可能从个别地区开始试点并逐步简化，在此基础上进而推广至全国。

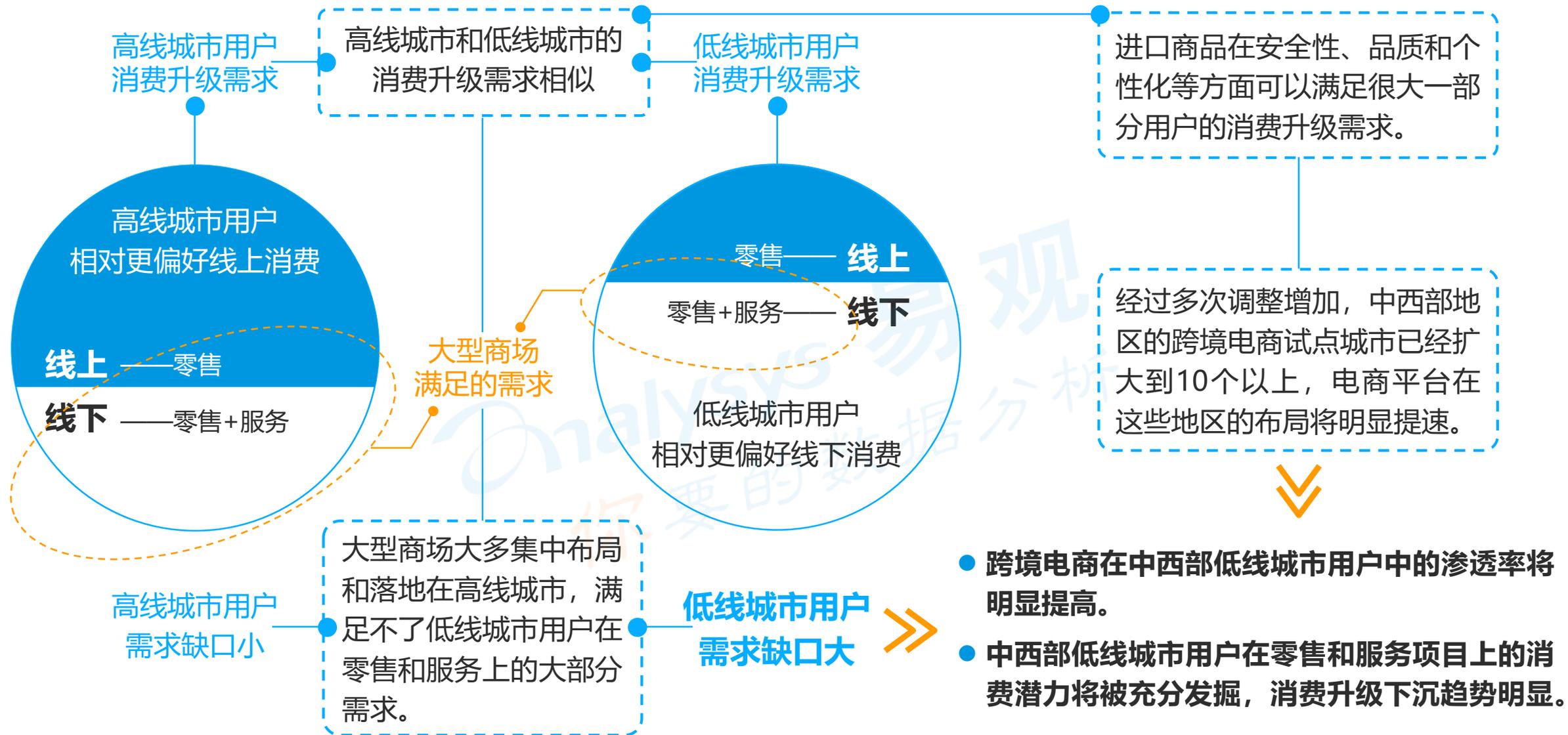
消费限额

由跨境电商模式解决的消费升级需求将越来越多，现有的消费限额在未来将不能适应这种逐渐升高的需求变化，单次和年度的限额会进一步提高。

税目清单

当前跨境电商的税目清单虽然已经包括了绝大部分消费者经常购买的商品，但越来越多个性化、定制化商品的出现，将促使相关单位不定期扩展其中的税目数量。

以跨境电商为代表的消费升级业态将向中西部城市加速渗透



进口商品实体店将更多以跨境电商线下店的形式出现

不能开展

网购保税+线下自提业务



带有跨境电商基因的线下进口商品
门店将成为进口商品实体店的主流。



不只是

单纯的线下展示+线上购买

线上品牌效应扩大化

- 在日常生活已经移动互联网化的时代，跨境电商平台相对有更大的品牌知名度和影响力。
- 线下门店使用跨境电商的品牌，既可以最大限度的利用品牌资源、吸引客源，又能使线上线下客户实现良性互动。

线上线下供应一体化

- 虽然线下门店的商品和跨境电商平台上的商品，在进口模式和销售方式上有所不同；但在两种模式下，可以共用一套供应链体系，与相同的供应商进行合作，从而减少供应链拓展的难度和消耗的成本。

线上助力线下数字化

- 经过电商平台的数字化建设改造，线下门店将迸发出更大的活力，运转效率、客户转化率、用户复购率都将会提高，同时还能更为精准的定位用户需求，为开展更多类型的增值服务奠定良好的基础。

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号