



**头豹**  
LeadLeo

# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

# 跨境电商平台出海目的地（Japan）：中老年为最大消费群体，跨境四小龙推出半托管模式有望提升市占率 头豹词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师

2024-09-26 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：信息传输、软件和信息技术服务业/互联网和相关服务/互联网平台

信息科技/软件服务

## 词目录

<h3>行业定义</h3> <p>跨境电商，全名跨境电子商务，是指分属不同关境的...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照业务模式的分类方式，跨境电商平台（日本市场...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>跨境电商平台出海目的地（日本）行业具备以下特...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 目前已达到 <b>3个</b>阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p>	<h3>行业规模</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 暂无评级报告</p> <p>SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 相关政策 <b>5篇</b></p>	<h3>竞争格局</h3> <p>数据图表</p>

**摘要** 跨境电商平台在日本市场发展迅速，市场规模年复合增长率显著，得益于日本电商市场的巨大潜力及中国跨境企业的积极布局。日本消费者重视品质、追求高复购率与低退货率，包邮成为下单主要驱动力。游戏机、球鞋等品类热销，反映市场趋势。未来，随着日本电商持续发展及中国跨境企业推出半托管模式，预计市场规模将持续扩大，中国跨境平台市占率有望提升。

## 行业定义<sup>[1]</sup>

跨境电商，全名跨境电子商务，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，从而完成交易的一种国际商业活动。跨境电商出口指境内企业或个人通过跨境电商平台达成交易，并通过跨境物流将商品送达至境外、完成出口交易，并按海关要求传输相关电子数据的跨境贸易活动。中国跨境电商出海目的地(日本市场)是指中国企业或个人通过跨境电商平台将商品销往日本的活动。

[1] 1: <https://mp.weixin...> 2: 跨境e达通工作室

## 行业分类<sup>[2]</sup>

按照业务模式的分类方式，跨境电商平台（日本市场）可以分为如下类别：综合性电商平台和独立网站。

## 跨境电商平台（日本市场）基于业务模式的分类



[2] 1: <https://www.cifne...>

2: <https://www.adsp...>

3: <https://www.cifne...>

4: 雨果跨境、AdsPower

## 行业特征<sup>[3]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本）行业具备以下特征：（1）注重产品质量，高复购率及低退货率（2）包邮为消费者下单的最大驱动因素（3）游戏机、球鞋类等成最受欢迎的品类。

### 1 注重产品质量，高复购率及低退货率。

一方面，日本消费者注重品质、服务和创新，热衷于购买具有高附加值的产品，如健康食品、家居用品、美容护肤品等。同时，日本年轻人对时尚和潮流有着强烈的追求，也乐于尝试新事物。另一方面，日本消费者复购率高，一旦认可某品牌，会对该品牌产生较大依赖，且由于消费者在购买过程中对产品的质量、展示形式和效果都有很高要求，因此，一旦选择相关产品，就很少退货。根据Statista调查显示（调查期间为2022年10月-2023年9月），日本网购退货率在所有调查的国家中最低，仅为23%，退货率较高的为印度（80%）、中国（70%）、德国（55%）、英国（54%）及美国（52%）。

### 2 包邮为消费者下单的最大驱动因素。

在电商平台提供的服务中，最能吸引日本消费者在线下单的三大因素为：包邮（69%）、折扣（53%）和评价（29%）。一方面，日本国土面积相对较小，但人口密度高，加之地理条件多样（如山区、岛屿众多），导致其物流运输成本相对较高，因此，对于消费者而言，能够享受到免费物流服务至关重要。另一方面，日本消费者普遍对商品的价格和性价比敏感，包邮服务能减少消费者总支出，从而增强购买意愿。

### 3 游戏机、球鞋类等成最受欢迎的品类。

根据亚马逊、乐天 and 雅虎购物平台的销量数据（2023年1月至11月期间），销量最高的为家用游戏机产品，截至2023年12月9日，家用游戏机（任天堂3DS，任天堂SWITCH，PlayStation4，PlayStation5，XboxSeriesX/S）的销量已经达到去年销量的101%。在销量前10中，排在第2、第6、第7位的均为球鞋类商品，这是由于线下鞋业专卖店衰落、新兴运动潮牌将时尚元素与运动相结合备受年轻人喜爱。与2022年相比，2023年娱乐类产品势头更胜（2022年，前10大多为健康个护等家居用品），且消费者正转向低价商品，2023年Top10产品中，平均单价为在1万日元以下，而2022年Top10产品中，平均单价均在1万日元以上。

- [3] 1: <https://jiameng.ba...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://zhuanlan.z...> 4: <https://swt.fujian.g...>  
5: <https://mp.weixin...> 6: 加盟星、深圳市捷志达...

## 发展历程<sup>[4]</sup>

中国跨境电商出口行业进入高速发展期。技术方面，生成式人工智能技术开始在跨境电商领域应用；平台方面，社交媒体、直播和独立站成为重要的出口途径，为跨境卖家开辟新的增长空间和机会；跨境卖家方面，向多平台全渠道发展，并开始着重于品牌、渠道、供应链和营销等方面的综合优势构建，致力于实现更为全方位和立体化的发展。

### 萌芽期 · 1995~2011

1995年之后PC端亚马逊、eBay先后上线；1999年阿里巴巴成立；2004年敦煌网成立以及2010年阿里速卖通成立等标志性事件发生。

B2B平台模式是跨境电商的主流模式，阿里、速卖通等面向海外个人消费者的中国跨境出口电商蓬勃发展。跨境电商平台主要扮演信息中介的角色，通过向信息展示的企业收取会员费盈利。代表企业有中国化工网、中国制造网、阿里巴巴等。

### 启动期 · 2012~2018

2014年Wish在中国开始招商；2015年Shopee成立；2016年阿里收购Lazada等标志性事件发生。多个电商平台向中国开放，铺货规模大，并通过分发技术把内容化的商品和潜在兴趣客户链接起来。依托于国内外的电商平台，跨境卖家迅速打开了国际市场。参与的平台包括阿里巴巴国际站、亚马逊、eBay等，覆盖了广泛的渠道、平台和品类，实现了全链路的线上化。同时，跨境电商独立站的成长，以及对外贸综合服务功能的深入开发，为中国品牌的海外扩张提供了有力支持。

## 高速发展期 · 2019~2024

2018年明确跨境出口无票免征政策；2019年电子商务法正式实施；2021年TikTok上线，亚马逊大规模封号潮；2021年发文支持跨境电商和海外仓发展；2022年TEMU上线以及RCEP生效等标志性事件发生。

行业迈向规范化发展，社交媒体、直播和独立站成为重要的出口途径，开辟新的增长空间和机会。与此同时，跨境卖家向多平台全渠道发展，开始着重于品牌、渠道、供应链和营销等方面的综合优势构建，致力于实现更为全方位和立体化的发展。

[4] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 资产信息网、海南省跨...

[12]

## 产业链分析

跨境电商平台出海目的地（日本市场）产业链上游包含商品供应商、品牌商和代理商，主要负责生产制造产品，并将其通过跨境电商平台销售给消费者；产业链中游为日本电商平台，包括本土电商平台和跨境电商平台；产业链下游为消费端，包括企业、经销商及个人消费者。<sup>[6]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本市场）行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[6]</sup>

### 乐天、亚马逊、雅虎主导市场，Temu和SHEIN市场热度持续上升。

日本电商以乐天、亚马逊和雅虎三大综合性电商平台为主，三大平台占据约70%的市场份额，三者月访问量超12亿次。日本以其庞大的市场规模、高购买力和独特的消费习惯吸引了众多跨境电商参与者的目光，尤其是中国跨境电商平台和卖家。近年来，以Temu、SHEIN为代表的中国跨境电商平台在日本市场热度持续上升，其中Temu自2023年7月进军日本市场，用户量以每月220万人的规模增长，目前已达到乐天、亚马逊和雅虎这三大日本综合电商平均用户人数的52%；SHEIN自2020年12月开放日本市场，2024年1月用户量已达到了839万，是上年同月的2.3倍，而日本本土服装电商平台Zozo Town用户量较去年同比增长2%至242万，比较来看SHEIN明显占优势。

## **中老年是最大的消费群体，消费者看重隐私性和信息透明度。**

日本老龄化问题严重，居民收入和职级大多与在职年限相关，因此日本中老年群体数量大，且相比于年轻群体，具备更强的消费能力，其45岁以上的消费者占比近50%。从消费习惯看，网购跨境电商产品时，日本消费者尤为重视个人隐私和信息的透明度，近7成的消费者下单时着重考虑上述两大因素，因此电商平台发展日本市场时应加强隐私保护以及最大程度披露费用明细。<sup>[6]</sup>

## **上 产业链上游**

### **生产制造端**

生产制造端

### **上游厂商**

[安克创新科技股份有限公司 >](#)

[小米科技有限责任公司 >](#)

[华为技术有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### **产业链上游说明**

#### **上游包含商品供应商、品牌商和代理商三类。**

上游供应商在跨境电商产业链中起着至关重要的作用，是整个产业链的起点，包括商品供应商、品牌商和代理商三类。从构成上看，商品供应商、品牌商和代理商分别占58%、26%和16%，商品供应商占据产业链上游绝对主导地位。商品供应商包括工厂、贸易公司等，其主要通过线下展会和网络推广等方式，与海外买家建立联系，并将商品提供给跨境电商平台，代表企业有深圳前海金斯达科技有限公司、成都天绿菌业有限公司等。品牌商是指拥有商标所有权或控制权的企业，具有一定的生产能力，或者通过合作厂家来生产产品，并在产品设计、品质控制、品牌宣传等方面投入大量资源。为了保持竞争力，品牌商需要不断创新，开发新产品和服务，以吸引消费者的注意力和购买欲望，代表企业有安克创新、Amazfit、Roborock等。代理商则是在制造商和消费者之间起到中间人的角色，它们在市场上找到合适的制造商，并协助完成订单的接洽、沟通、货物的运输等工作。

#### **上游主要分布在广东、浙江等地区。**

由于较高的经济水平、特殊的地理位置以及政策支持表现出强劲的跨境电商发展势头。2018-2023年，中国跨境电商贸易规模增长超过10倍，跨境电商主体已超12万家。从地区分布来看，截至2024年6月，广东省跨境电商备案企业个数高达14,118家，占中国跨境电商备案企业数量的21.25%，位居第一；浙江省跨境电商备案企业个数为11,458家，占比为17.25%，位居第二。从具体城市来看，深圳为中国跨境电商企业数量最多的城市，目前已达6,983家，杭州以2,363家位居第二。从具体平台来看，以亚马逊平台为例，2023年中国卖家数量近225万家，其中有29.7%的卖家位于广东省、7.6%位于浙江省，前5大城市分别为深圳、广州、东莞、上海和杭州。

## **中 产业链中游**

## 品牌端

日本电商平台

## 中游厂商

Amazon

Rakuten

Yahoo

查看全部 ▾

## 产业链中游说明

### 日本电商市场乐天、亚马逊、雅虎三足鼎立。

乐天、亚马逊、雅虎是日本Top3的在线零售商，三者占据日本电商市场约70%的市场份额。（1）乐天是一家日本电商和在线零售公司，成立于1997年，主要用户群体为30-50岁的女性，且多为家庭主妇或职场女性，月访问量近4.9亿次。平台上产品繁多且丰富，各品牌均可在乐天市场直接销售产品，包括电子产品、服装和配饰、家用设备以及化妆品等，尤其在服装、食品和家居饰品等领域，乐天均占据日本35%以上的份额，远超亚马逊日本站。截至2023年，乐天共拥有5.7万家店铺，日交易额达165亿日元，年交易额超6万亿日元，占据日本电商市场28.9%市场份额。（2）亚马逊成立于1994年，其日本站流量占亚马逊总流量的10%，仅次于美国站，月访问量超5亿人次，主要用户群体在44岁以下，趋向年轻化。截至2023年，亚马逊日本站卖家数量超36万家，其中中国卖家占比超50%。2023年亚马逊日本站中国卖家整体销售额增长近20%，年销售突破百万美元的中国卖家数量同比增长超40%。目前亚马逊官方对日本站的投入持续增加，2024年亚马逊公布一系列针对中国卖家的扶持计划，如低价商品的费率政策、新卖家入门大礼包等。（3）雅虎日本成立于1996年，包括雅虎拍卖和雅虎购物，前者是雅虎多元化门户网站的点对点拍卖电商平台，月访问量超1.3亿次，是日本最大的在线拍卖和跳蚤平台，主要用户群体为对二手商品和稀有商品感兴趣的消费者，以及寻求高性价比商品的消费者；后者是雅虎多元化门户网站的电商平台，提供广泛的产品，月访问量超85万次，用户基础广泛，约3成的日本消费者会使用雅虎购物。

### 中国跨境四小龙席卷日本电商市场，市场热度持续上升。

以SHEIN、Temu等为代表的中国跨境电商平台积极向包括日本在内的海外市场拓展业务，市场热度持续上升。（1）Temu自2023年7月进入日本市场以来，凭借低价和品质迅速占领日本市场，每月用户量以220万人的规模增长，已达到乐天、亚马逊和雅虎这三大日本综合电商平均用户人数的52%。Temu主要通过与中国中小企业直接交易的独立供应链，兼顾价格和质量，实现“既便宜，质量也不差”的商品来抢占市场。（2）SHEIN自2020年12月进入日本市场，2024年1月SHEIN在日本的用户量已经达到了839万，是上年同月的2.3倍，显示出其在日本市场的快速增长。SHEIN的线下店铺策略，通过提供低价商品吸引年轻人，增强了线上购买的转化率，展现了其在日本市场的发展潜力。

## 产业链下游

## 渠道端及终端客户

终端消费者

### 渠道端

消费者

## 产业链下游说明

### 中老年为最大消费群体，综合性平台为最受欢迎的购物场所。

截至2023年，日本电商市场规模有望达到1.3亿美元。从消费者的年龄层结构看，由于日本人的收入与职级大多与在职年限相关，因此日本中老年人消费能力更强，数据显示，日本45岁以上的消费群体占比超45%，远超年轻消费群体。从购物渠道来看，超9成的日本消费者喜欢在亚马逊、乐天等综合性平台购物，4成的消费者喜欢在品牌网站购物，紧随其后的是家庭电子网站、拍卖网站和线上跳蚤市场。

### 消费者注重服务、隐私安全 and 信息透明。

网站的安全性、运费太贵、派送时间太长和税费缺乏明确数值和程序是日本消费者跨境购物存在的四大障碍。在选择跨境电商平台时，日本消费者更看重信息透明度、隐私安全性和购物体验感，超6成的日本消费者在购买跨境电商产品时，费用透明性（如运费、手续费和税费）和信息隐私性（如个人身份、信用卡信息等）是影响下单的两大关键因素。因此，进军日本市场的跨境电商平台可以考虑提供人工客服、免费退货、准时发货和费用透明等服务以吸引更多消费者。

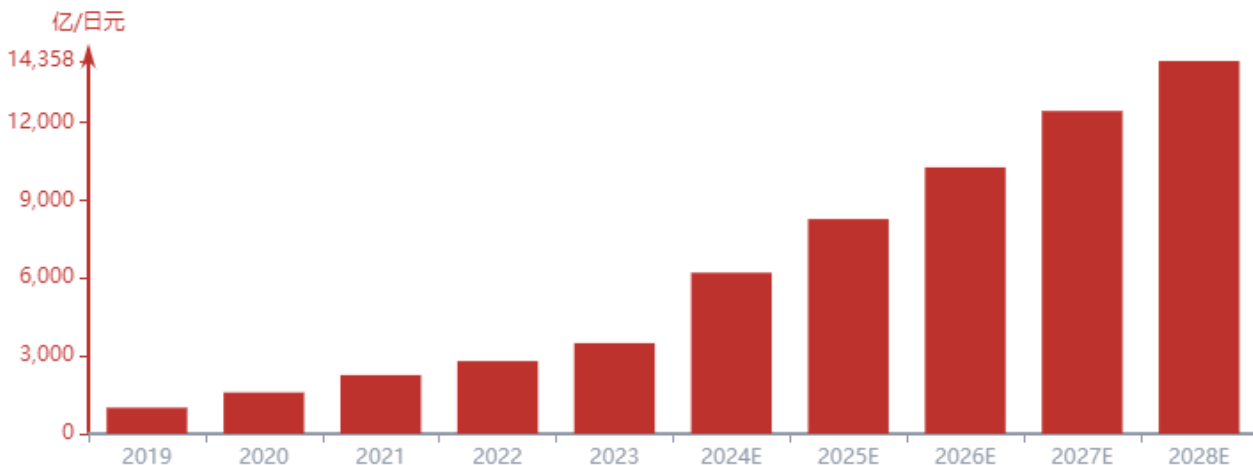
- [5] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <http://xyftz.xiangy...> | 4: 任拓、OLS海外仓、湖...
- [6] 1: <https://www.linjie-...> | 2: 北京邻界科技有限公司...
- [7] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://www.zhihu...> | 3: <http://www.rimaot...> | 4: 滕州商务、知乎、日贸通
- [8] 1: <https://www.chwa...> | 2: 出海网
- [9] 1: <https://www.rakut...> | 2: <https://www.linjie-...> | 3: <https://www.linjie-...> | 4: <https://zhuanlan.z...> | 5: <https://mp.weixin...> | 6: <https://mp.weixin...> | 7: 乐天官网、北京邻界科...
- [10] 1: <http://xyftz.xiangy...> | 2: 湖北自由贸易试验区
- [11] 1: <https://www.linjie-...> | 2: 北京邻界科技有限公司
- [12] 1: TikTok for Business

## 跨境电商平台出海目的地（日本市场）

跨境电商平台出海目的地（日本市场）规模



跨境电商平台出海目的地（日本市场）



数据来源：日本经济产业省、世界银行、联合国贸易和发展会议、日本统计局

2019年—2023年，跨境电商平台出海目的地（Japan）行业市场规模由1,005.13亿日元增长至3,491.20亿日元，期间年复合增长率36.52%。预计2024年—2028年，跨境电商平台出海目的地（Japan）行业市场规模由6,203.57亿日元增长至14,357.84亿日元，期间年复合增长率23.34%。<sup>[14]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本市场）行业市场规模历史变化的原因如下：<sup>[14]</sup>

### 日本电商市场巨大潜力吸引中国跨境四小龙布局日本市场。

日本电商市场发展迅速，2013-2023年日本商品销售B2C电商市场规模增长超100%，EC化率由3.85%增长至近10%。首先，日本拥有庞大的消费群体，且消费者对电商的接受度高，这使得电商市场规模逐年扩大。其次，随着智能手机的普及，移动电商在日本迅速崛起，成为电商市场的重要增长点。2015年以来，日本手机端B2C消费占B2C电商市场规模的比例由不足30%增长至60%左右。此外，随着全球化的加速，不少日本消费者开始关注并购买海外商品，为跨境电商提供了广阔的市场空间。日本电商的快速发展吸引了中国跨境四小龙纷纷入局，占据日本电商市场一定份额，行业规模不断增长。SHEIN自2020年12月进入日本市场，目前日本用户已经超过本土时尚类电商平台Zozo Town；Temu自2023年7月进入日本市场，目前用户已达到日本三大综合性电商平台平均用户的50%以上；AliExpress和TiTok加速布局日本市场，2024年6月-2024年8月，AliExpress日本站流量占据AliExpress总流量的3.26%，访问量达58万人次，上涨7.09%，位居AliExpress全球各站点流量排名第9；TikTok

日本站流量占据TikTok总流量的2.55%，访问量超1.7亿次，上涨6.94%，位居TikTok全球各站点流量排名第5。

[14]

跨境电商平台出海目的地（日本市场）行业市场规模未来变化的原因主要包括：[14]

### 日本电商持续发展，中国跨境四小龙推出半托管模式有望提升市占率。

一方面，日本电商将持续发展。日本电商起步晚，目前B2C市场EC化率处在较低水平，未来随着互联网的普及以及移动电商的发展将稳步上涨，日本企业也将加速推动跨境零售转型，尤其是中小企业，最终将带动日本电商市场持续发展。另一方面，中国跨境四小龙推出的半托管模式吸引不少日本本土卖家和卖家在平台上交易，提升了中国跨境四小龙在日本的竞争力。Temu半托管模式于2024年8月正式在日本站点上线，为跨境卖家提供了新的市场机遇。通过半托管，卖家无需投流，平台会根据KA资源位、打标、商品定价等因素进行流量分发，从而打造爆款产品。这一模式的另一大优势是显著降低了卖家的广告成本，预计可节省10%-20%的利润空间。尤其在价格优势突出的Temu平台上，卖家能够利用低价策略吸引更多的消费者。SHEIN于2024年5月推出半托管模式，目前已开放美国、德国、英国、法国、意大利和西班牙等国家，后续将在日韩等其他国家陆续开放，旨在提升市占率。AliExpress于2024年1月推行半托管模式，为自运营的卖家开放物流能力和流量资源，卖家可以专注自身的货品开发和产品运营，打造产品竞争力和影响力。半托管模式节约了卖家成本且提升了物流时效，既能吸引卖家又满足了日本消费者对于物流的要求，该模式的推广有望提升Temu、SHEIN、AliExpress等跨境平台在日本市场的份额。[14]

[13] 1: <https://jiameng.ba...>

2: 日本经济产业省、加盟...

[14] 1: <https://jiameng.ba...>

2: <https://baijiahao.b...>

3: <https://startup.aliy...>

4: 加盟星、易仓、跨境卫...

## 政策梳理[15]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜的公告》	海关总署	2020-03	5
政策内容	在跨境电子商务零售进口模式下，跨境电子商务企业境内代理人或其委托的报关企业（以下简称“退货企业”）可向海关申请开展退货业务。跨境电子商务企业及其境内代理人应保证退货商品为原跨境电商零售进口商品，并承担相关法律责任。			
政策解读	为进一步优化营商环境、促进贸易便利化，帮助企业积极应对全球健康事件的影响，优化跨境电子商务零售进口商品退货监管，推动跨境电子商务健康快速发展。			

<b>政策性质</b>	指导性政策
-------------	-------

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》	财政部等	2023-01	5
<b>政策内容</b>	对自本公告印发之日起1年内在跨境电子商务部分因滞销、退货原因，自出口之日起6个月内原状退运进境的商品（不含食品），免征进口关税和进口环节增值税、消费税；出口时已征收的出口关税准予退还，出口时已征收的增值税、消费税参照内销货物发生退货有关税收规定执行。			
<b>政策解读</b>	降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展，有利于加快发展外贸新业态，推动贸易高质量发展。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《日本ACP及IOR合规清关制度》	日本海关总署	2023-10-01	-3
<b>政策内容</b>	(1) 在进口申报时要求记录“进口货物者的住址及姓名”，将追加到关税法施行令上的进口申报项目中。 (2) 在ACP税关事务管理人的申报项目中追加“进口申报人与税关事务管理人的关系”，并要求附上与ACP的委任状合同等相关文件。			
<b>政策解读</b>	(1) 对于一般贸易方式，预计将审查相当严格，对于借用进口商抬关伪造一般贸易货物，通关难度和查验率将大幅提高，同时，查处力度会加大，轻则罚税、退运或销毁，严重者将会面临法律责任。(2) 对于没有本土进口商的货物，按逆算申报，但不再允许进口代理商模式清关，即只能使用ACP模式清关，海外主体进为进口申告人。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国务院	2023-12	5

<b>政策内容</b>	支持内贸企业拓展国际市场。加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。推动高质量实施RCEP等自由贸易协定，拓展企业的国际发展空间。
<b>政策解读</b>	加快内外贸一体化发展是构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求，对促进经济发展、扩大内需、稳定企业具有重要作用。
<b>政策性质</b>	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	商务部等	2024-06	8
<b>政策内容</b>	鼓励有条件的地方聚焦本地产业，建设产业带展示选品中心，与跨境电商平台开展合作，设立产业带“线上专区”。支持依法合规引入数字人等新技术，通过网络直播等方式拓展销售渠道，带动更多优势产品出口。鼓励地方立足特色优势支持传统外贸企业发展跨境电商，建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系。			
<b>政策解读</b>	跨境电商是以科技创新为驱动，积极运用新技术、适应新趋势、培育新动能的外贸新业态新模式，与海外仓等新型外贸基础设施协同联动，能够减少中间环节、直达消费者，有利于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势，已经成为中国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。			
<b>政策性质</b>	指导性政策			

[15] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.cifne...> | 5: 海关总署、财政部等、...

## 竞争格局

乐天、亚马逊、雅虎三大平台占据约70%市场份额，Temu、SHEIN等中资平台入局有望抢占部分市场份额。<sup>[17]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本市场）呈现以下梯队情况：第一梯队公司有亚马逊、乐天、雅虎等；第二梯队公司为DMM、Mercari、Temu、SHEIN等。<sup>[17]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本市场）行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[17]</sup>

### **乐天、亚马逊、雅虎凭借丰富品类、品牌声誉及庞大用户群体占据绝大部分市场份额。**

日本电商平台竞争格局呈现三足鼎立局面，乐天、亚马逊和雅虎三大综合性电商平台占据日本电商约7成的市场，三者均拥有庞大的用户群体、强大的品牌效应、完善的物流配送和客户服务等。（1）乐天：用户方面，拥有约2.5亿会员，覆盖了各年龄层和收入阶层，提供了广阔的市场和潜在的客户。产品方面，平台上的商品种类繁多，包括电子产品、服装、家居用品、食品等，且服装、食品、家具类垂直领域内市场份额占比超过30%，满足了不同用户的需求。物流及服务方面，拥有完善的物流配送体系，物流覆盖率高，可以满足不同地区和用户的需求。同时，乐天为卖家提供了丰富的营销工具和强大数据分析功能，为用户提供24小时的客服服务，支持多种语言，为用户提供专业的帮助和支持。2018-2023年，乐天在日本电子商务收入由4,114亿日元增长至8,856亿日元，累计增长超115%，2023年占据日本电商市场近30%的市场份额。（2）亚马逊：用户方面，亚马逊日本网站是日本访问量最高的网站，2024年6月-2024年8月，总访问量超16亿人次，流量份额占比1.26%。产品和物流方面，得益于亚马逊全球的资源运营经验，亚马逊日本网站提供了便捷的物流服务和支付系统，覆盖的商品类别也极为丰富。且亚马逊日本网站中国卖家数量占比超50%，相比于亚马逊美国站缺货问题严重，由于中国和日本地理位置相近，日本的FBA卖家可以享受很高的物流时效性，从中国发货到日本的海运时间最快仅需9天，这大大降低了备货压力和资金周转时间。（3）雅虎：雅虎购物和雅虎拍卖凭借其独特的运营模式和丰富的商品资源吸引了大量用户，相比于其他两大平台，雅虎更注重商品搜索和比较功能。且雅虎日本拥有自己的搜索引擎Yahoo!，这使得通过雅虎搜索引擎能够更容易地引流到雅虎日本的店铺，增加了曝光率和客户流量，为卖家提供了更大的消费群体。<sup>[17]</sup>

跨境电商平台出海目的地（日本市场）行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：<sup>[17]</sup>

### **中国跨境四小龙纷纷入局日本市场，有望占据一定市场份额。**

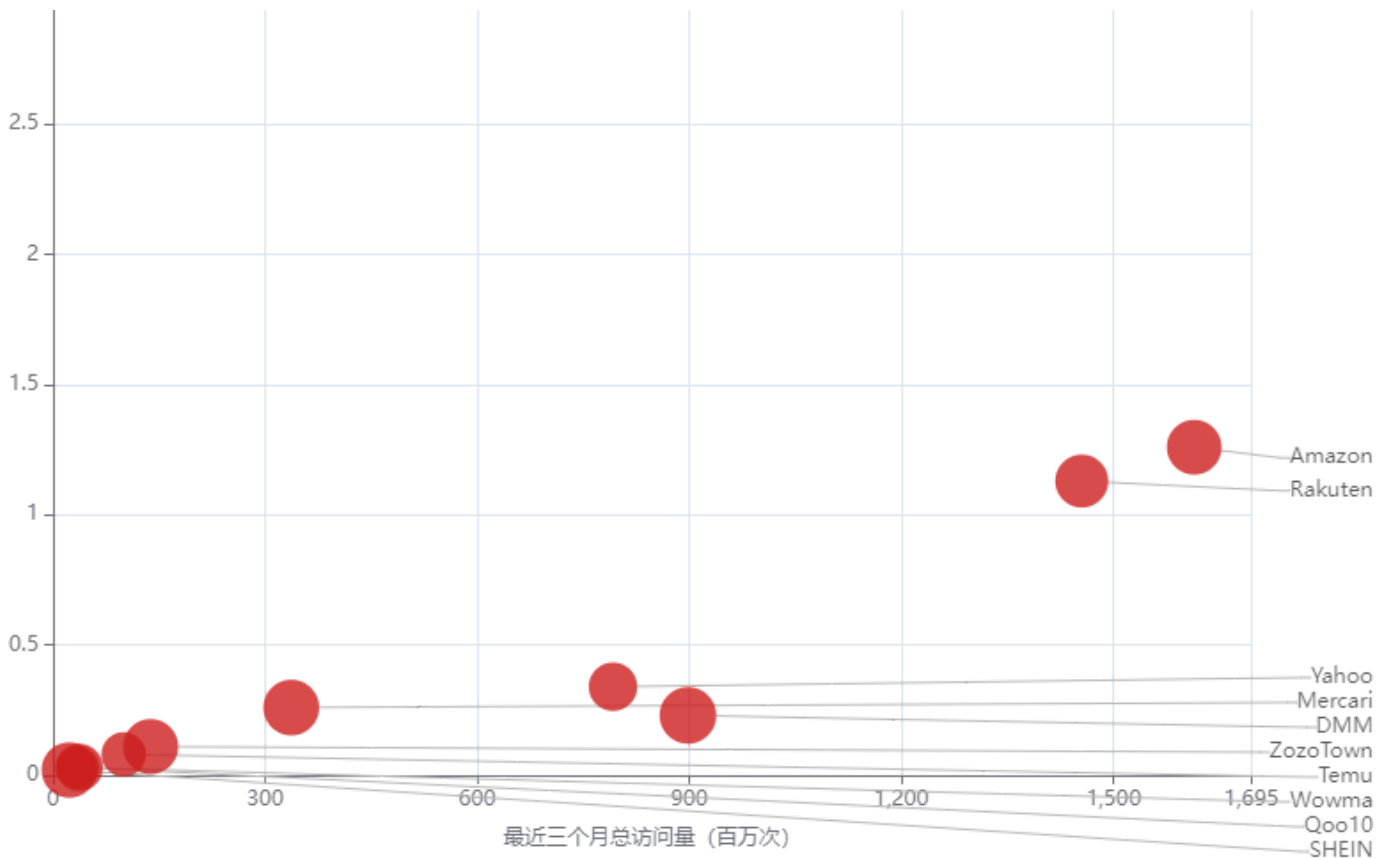
（1）Temu自2023年7月正式开通日本站点，凭借丰富的产品以及低价策略受到日本众多年轻的中低收入群体青睐，月均新增用户高达220万人次，发展势头强劲，迅速成为日本B2C电商领域的热门平台，并已在短短一年内突破了10亿美元的年销售额，这很大程度上得益于Temu半托管业务模式。通过半托管模式，卖家可以直接利用日本本土仓库进行发货，极大地缩短了商品从仓库到消费者手中的时间，有效提升了物流效率，而高效的物流服务能够显著增强卖家的竞争力，满足日本消费者对物流时效的要求。随着Temu加大对日本市场的投入，未来有望在日本市场占据一定市场份额，其独特的定位、有效的市场策略以及适应日本市场需求的服务措施，都为其未来的发展奠定了坚实的基础。（2）SHEIN于2020年12月开通日语版网站，2022年11月在东京原宿开设实体店，积极开拓日本市场，该平台主打价格优惠的时尚服饰，其正品价格与其他品牌同类产品的折扣价相当，因此深受日本年轻女性欢迎。2024年1月SHEIN日本用户已达839万人次，超过日本本土时尚类电商平台Zozo Town。此外，SHEIN通过在不同时段最火的社交媒体平台上直接面向大众进行营销，有效地提升了品牌知名度和用户参与度。“线下店铺+社交媒体营销”的策略使得SHEIN在日本市场取得显著成功，而且随着市场的不断发展和消费者对电商平台的依赖增加，SHEIN日本站点未来的发展空间依然广阔。<sup>[17]</sup>

气泡大小表示：访问持续时长(秒)

最近三个月流量份额 (%)



[20]



## 上市公司速览

- [16] 1: <https://www.rakut...> | 2: <https://www.bilibil...> | 3: <https://www.amz1...> | 4: <https://www.cifne...>  
5: <https://www.kuajin...> | 6: 乐天官网、B站、AMZ1...
- [17] 1: <https://swt.fujian.g...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <https://www.cifne...> | 4: <https://baijiahao.b...>  
5: <https://baijiahao.b...> | 6: [https://mp.weixin....](https://mp.weixin...) | 7: 福建省商务厅、易仓、...
- [18] 1: [https://mp.weixin....](https://mp.weixin...) | 2: <https://www.dsb.c...> | 3: <http://xyftz.xiangy...> | 4: <https://github.co...>  
5: Similarweb
- [19] 1: <https://github.co...> | 2: SimilarWeb官网
- [20] 1: <https://github.co...> | 2: similarweb

## 企业分析

### 1 杭州微米网络科技有限公司

#### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	24800万美元
------	----	------	----------

<b>企业总部</b>	杭州市	<b>行业</b>	软件和信息技术服务业
<b>法人</b>	赵佳臻	<b>统一社会信用代码</b>	9133010032224872XD
<b>企业类型</b>	有限责任公司(台港澳法人独资)	<b>成立时间</b>	2015-05-28
<b>经营范围</b>	电子商务平台软件及其他计算机软件的研究、开发；计算机系统集成设计、安装、调试、... <a href="#">查看更多</a>		

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

## ■ 商务合作 Business Cooperation



### 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据



### 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等咨询服务



### 白皮书

全局观的产业深度研究,定制行业/公司的第一本白皮书



### 招股书引用

内容授权商用、上市/二级市场数据引用



### 市场地位确认

助力企业价值提升及品牌影响力宣传



### 云实习课程

行业研究实战课堂,丰富简历履历

# 头豹研究院

咨询/合作网址: [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话: 李先生 18916233114

郑女士 18998861893

地址: 深圳市南山区华润置地大厦E座4105



# 诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

