



# 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。

# 跨境电商平台出海目的地（Korea）：海淘规模增长，以AliExpress、Temu为代表的平台正席卷市场 头豹词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师

2024-10-18 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

信息科技/软件服务

## 词目录

<b>行业定义</b> 跨境电商，全名跨境电子商务，是指分属不同关境的...	<b>行业分类</b> 韩国电商平台基于交易类型可分为综合型电商平台和...	<b>行业特征</b> 跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业的特征...	<b>发展历程</b> 跨境电商平台出海目的地... 目前已达到 <b>3个</b> 阶段
<b>产业链分析</b> 上游分析 中游分析 下游分析	<b>行业规模</b> 跨境电商平台出海目的地... 评级报告 <b>1篇</b> SIZE数据	<b>政策梳理</b> 跨境电商平台出海目的地... 相关政策 <b>5篇</b>	<b>竞争格局</b> 数据图表

**摘要** 跨境电商平台出海韩国市场，市场规模迅速扩大，得益于韩国电商普及率高、政府支持及消费社交化趋势。中国商品因高性价比受韩国消费者青睐，中韩自贸协定进一步促进贸易。未来，韩国跨境电商市场将持续增长，AliExpress、Temu等平台加速布局，通过优化服务、加大投入等措施提升竞争力，推动市场规模持续增长。

## 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(韩国市场)是指中国企业或个人通过跨境电商平台将商品销往韩国市场的活动。

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

## 行业分类<sup>[2]</sup>

韩国电商平台基于交易类型可分为综合型电商平台和垂直型电商平台。

## 基于交易类型分类



[2] 1: <http://www.chirlin...>

2: <https://mjzj.com/a...>

3: 卖家之家、IPS资讯网

## 行业特征<sup>[3]</sup>

跨境电商平台出海目的地 (韩国市场) 行业的特征: (1) 市场规模大; (2) 政府大力支持; (3) 消费社文化。

### 1 韩国互联网普及率高, 电商市场增长迅猛。

随着全球电子商务的蓬勃发展, 韩国作为电子商务普及率最高的国家之一, 其在线零售市场正展现出强劲的增长潜力。韩国是亚洲第四大经济体, 拥有发达的互联网和物流基础设施, 以及高收入水平和庞大的消费群体, 数据显示, 目前韩国互联网普及率已超97%, 网上购物使用率由2019年的64%增长至2023年的75%, 网上交易额由135.3万亿韩元增长至227.3万亿韩元, CAGR达13.9%, 增长迅速。

### 2 政府大力支持。

韩国政府高度重视电商行业的发展，并出台了一系列政策措施支持电商企业的发展。例如，为应对TMON和薇美铺等电商平台引发的行业危机，韩国政府宣布了一系列应对措施和制度改进方向以防止类似事件再次发生（将电商电子支付结算代理公司，即PG公司的账期缩短至40至60天以下，并新增单独管理贷款的义务，同时加强对PG公司的监管）；同时提供流动性支持以帮助受到影响的卖家（针对受害企业，韩国政府决定通过紧急经营资金2,000亿韩元和信用保证基金等提供3,000亿韩元的流动资金）。

### 3 消费社交化。

在韩国，Instagram因时尚内容受欢迎，BLOG适合分享产品体验，YouTube以开箱视频为主。直播电商方面，本土及国际品牌通过站内直播获得成功，尤其在3C和家电类别。韩国消费者对直播购物接受度高，因其类似韩国传统的电视购物。对于卖家而言，在韩国多个平台上运营直播电商业务虽然需要一定的时间和精力投入，但操作难度相对较小。各平台提供了完善的直播工具和技术支持，使得卖家能够轻松上手并开展高效的直播活动。同时，部分产品由于市场需求旺盛和利润空间较大，能够快速实现盈利，为卖家带来了可观的收益。

[3] 1: <https://www.163.com>

2: <https://cn.yna.co.kr>

3: <https://mp.weixin.qq.com>

4: statista、跨通社、韩联...

## 发展历程<sup>[4]</sup>

中韩跨境电商贸易进入高速发展阶段，此阶段以行业内部的激烈竞争、服务质量与消费体验升级为核心特征。韩国政府在此期间也开始强化监管，出台了一系列旨在保护消费者的监管政策，促进跨境电商平台的本土化服务升级。与此同时，电商平台间的竞争促进了物流、客服、售后等各环节的优化，显示出从价格战向服务战的转变。

### 萌芽期 · 2014~2018

自2014年起，中国政府开始在政策层面积极扶持跨境电商，标志着跨境电商出海韩国的萌芽时期。这一时期，政策导向成为主要驱动力，多地下发了一系列激励措施，旨在促进跨境电商的成长。这些措施有效降低了行业准入门槛，激发了一波中国电商平台对韩国市场的探索兴趣。

政策创新成为核心特征。政府的支持为跨境电商初创企业提供了重要的发展机遇，初步研究与小范围试点项目成为这一时期的主要活动。行业处于实验性探索阶段，技术与服务模式初现雏形。

### 启动期 · 2018~2023

随着商务部数据显示，五年间跨境电商规模的迅速增长近10倍，标志着跨境电商出海韩国正式进入启动期。在此期间，中国制造借力跨境电商平台加速流向国际市场，中国与韩国间的电子商务合作备忘录签订，推动了双边贸易的便利化。

市场潜力释放与技术成熟度提升是标志性的特征。此阶段见证了技术创新与市场接受度的显著提高。跨境电商开始突破实验阶段，向着规模化、正规化方向发展。跨境物流体系与电商平台的服务能力得以增强，进一步刺激了市场扩张。

## 高速发展期 · 2024~2024

伴随多项支持政策继续落地，跨境电商在韩国市场的人气持续增长。标志性事件包括中国跨境电商三巨头之一的Shein在韩设立快闪店，以及速卖通、Temu实施的大规模市场营销推广。此外，为了适应市场需求，跨境物流效能得到了显著提升，物通关时间大幅缩短至约16小时。然而，随着低价策略的效力减退，跨境电商平台逐步转向重视用户体验和服务质量的竞争新轨道，诸如Temu推出了免费无理由退货等服务，响应了市场对于高质量售后服务的需求。

此阶段以行业内部的激烈竞争、服务质量与消费体验升级为核心特征。韩国政府在此期间也开始强化监管，出台了一系列旨在保护消费者的监管政策，促进跨境电商平台的本土化服务升级。与此同时，电商平台间的竞争促进了物流、客服、售后等各环节的优化，显示出从价格战向服务战的转变。

[4] 1: 拓端tecdat、环球时报...

2: <https://xueqiu.com/19...>

3: <https://new.qq.com/ra...>

4: <http://finance.people...>

5: <https://www.vzkoo.co...>

6: <https://chuhaizhinan.c...>

[11]

## 产业链分析<sup>[5]</sup>

跨境电商出海目的地（韩国市场）行业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；产业链中游为韩国电商平台，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（韩国市场）行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[6]</sup>

### 市场参与者众多，以AliExpress、Temu为代表的中国跨境电商企业正席卷韩国市场。

一方面，韩国本土电商平台数量最多，以Coupang、Gmarket和11Street等平台为主，分别因Rocking Shopping、支持英语及全面的在线购物体验而闻名，截至2024年6月，三者月独立访客数量可达1.5亿人次。另一方面，在韩国电商市场巨大发展潜力的驱动下，中国跨境电商企业纷纷入局韩国市场，并凭借高性价比和低物流费等优势占据韩国海外直购市场的近50%份额。最具代表性的为AliExpress和Temu，前者于2018年布局韩国市场，2023年以来在韩国新增用户一路领跑，月均新增达371万用户，下载量也位居韩国购物APP下载榜首；

后者于2023年进军韩国市场，9个月内用户数量增长11倍。截至2024年3月，Temu在韩国的用户已达829.6万人次，同比2月增长42.8%，增速保持在较高水平。<sup>[6]</sup>

## 上 产业链上游

### 生产制造端

跨境电商供应商

### 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。

跨境电商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，中国商品供应商、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。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。

#### 跨境电商供应商主要分布在广东、浙江等地区广东省和浙江省等地区。

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。2019-2024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。

## 中 产业链中游

### 品牌端

跨境电商平台

## 中游厂商

Coupang

SHEIN

AliExpress

查看全部

### 产业链中游说明

#### **韩国本土市场参与者众多，各具特色。**

韩国作为亚洲电商市场的重要成员，拥有多个活跃且具影响力的电商平台。例如，（1）Coupang，于2010年成立，截至2024年6月，该平台独立访客数量达735万人次，是目前韩国访问量最大的电商平台。Coupang提供各种产品，从零食到拉面，再到蔬菜和冷冻食品，价格均合理，且在在配送时效（Rocket Shopping）、安全性、服务等方面具备较大优势。例如，消费者购买超过19,800韩元的Rocket Shopping可用产品，可免费隔夜送货，即使在午夜订购，它也可确保在第二天收到包裹。

（2）Gmarket，于1999年推出，隶属于eBay，拥有庞大的用户群，截至2024年6月，独立访客数量达448万人次，仅次于Coupang。Gmarket以其英语支持而闻名，吸引了大量本地和国际客户。

（3）11Street，于2008年成立，提供电子产品、时尚、美妆、家居等多种商品，以提供全面的在线购物体验、具有竞争力的价格和各种优惠而闻名，截至2024年6月，独立访客数量为330万人次，位列第三。除上述平台，韩国著名本土电商平台还包括Auction（截至2024年6月，独立访客数量为322万人次，以其拍卖式列表和“立即购买”选项而闻名）、Interpark（截至2024年6月，独立访客数量为294万人次，以销售音乐会和展览门票以及其他韩国流行饰品而闻名）、SSG（截至2024年6月，独立访客数量为202万人次，以提供各种优质品牌产品而闻名）等。

#### **中国跨境四小龙围剿韩国本土电商平台。**

凭借高性价比和低物流费等优势，中国跨境电商企业已占据韩国海外直购市场的近50%市场份额。例如，（1）作为中国在韩国最大的跨境电商平台，AliExpress于2018年开始布局韩国市场，2018-2019年，侧重于与韩国本地支付渠道、流量渠道合作；2020-2021年，侧重于提升物流时效和用户体验；2022年至今，深耕韩国市场，挖掘韩国消费者的需求。2023年以来，AliExpress在韩国新增用户一路领跑，月均新增371万用户，并于2023年10月超越韩国本土电商平台Gmarket，成为韩国第三大电商平台，下载量也位居韩国购物APP下载榜榜首。（2）Temu为中国在韩国第二大跨境电商平台，于2023年7月进入韩国市场，通过向新加入的会员提供现金优惠券及其他多种促销营销方式迅速吸引大量用户，9个月内用户数量增长11倍。截至2024年3月，Temu在韩国的用户已达829.6万人次，同比2月增长42.8%，增速保持在较高水平。

## 产业链下游

### 渠道端及终端客户

终端消费者

渠道端

## 产业链下游说明

### X世代成为消费主力，食品饮料是最受欢迎的品类。

韩国电商发展迅速，2010-2023年，韩国网上购物交易额由25.2万亿韩元增长至227.3万亿韩元，累计增长超9倍，占韩国零售总额的比例高达44.8%（2023年）。从消费的年龄层来看，X世代已经成为韩国电商市场的主要用户。截至2024年5月，Coupang、AliExpress、11Street、Temu及Gmarket五大电商平台上，有50%以上的用户年龄在40-59岁之间；SSG平台上，40-59岁的消费者占其Gourmet Place销售额的60%以上，该年龄段用户占平台VIP用户的80%，而最初该平台是为年轻消费者设计的。从消费品类来看，食品饮料为韩国消费者网购最多的品类，2023年网购交易额为29.9万亿韩元，占网购总额的13.1%，其次为食品服务、旅游安排和交通服务、家用电器和服装，2023年网购交易额分别为为26.4万亿韩元、24.1万亿韩元、21.0万亿韩元和20.0万亿韩元。

- [5] 1: <https://projectmarsbd...> 2: <https://m.21jingji.com...> 3: <https://new.qq.com/ra...> 4: <https://www.gce-news...>  
5: <https://new.qq.com/ra...> 6: <https://new.qq.com/ra...> 7: <https://www.dsb.cn/24...> 8: <https://new.qq.com/ra...>
- [6] 1: <http://tradeinservi...> 2: Statista、经济日报
- [7] 1: <https://www.zhihu....> 2: 知乎
- [8] 1: <https://www.chwa...> 2: 出海网
- [9] 1: <https://mjzj.com/a...> 2: <https://www.amz1...> 3: 卖家之家、statista、A...
- [10] 1: <https://www.163.c...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://www.cifne...> 4: <http://tradeinservi...>  
5: 店小秘ERP、Jason、St...
- [11] 1: <https://mp.weixin...> 2: statista、跨境必读

## 行业规模

企业VIP免费

### 跨境电商平台出海目的地（韩国市场）规模

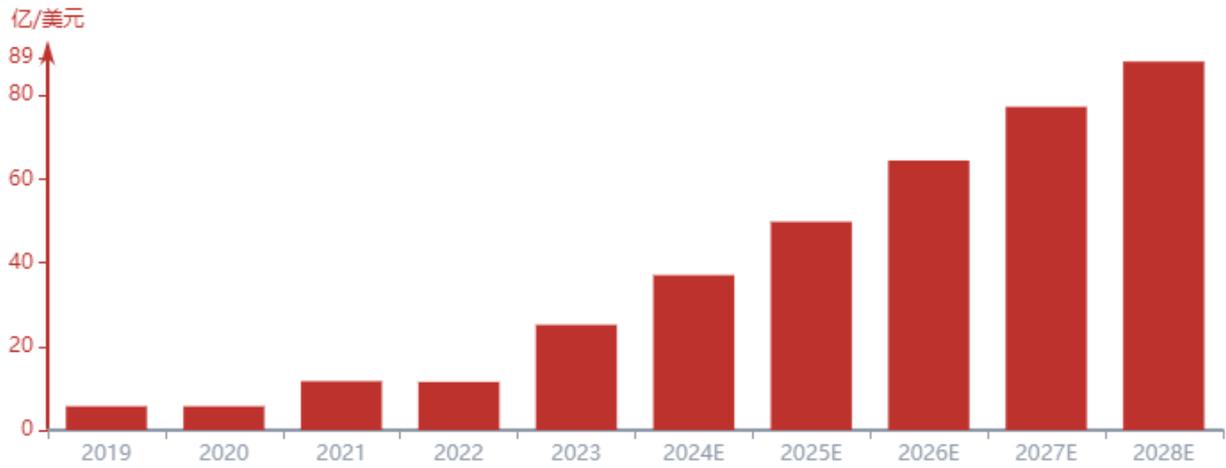
★★★★★ 4星评级

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业规模



跨境电商平台出海目的地（韩国市场）规模

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）规模



数据来源：韩国国家统计局、Statista、IMF、韩联社、雨果网、中国对外经济贸易统计学会、Wind。

2019年—2023年，跨境电商平台出海目的地（Korea）行业市场规模由5.69亿美元增长至25.17亿美元，期间年复合增长率45.03%。预计2024年—2028年，跨境电商平台出海目的地（Korea）行业市场规模由37.04亿美元增长至88.08亿美元，期间年复合增长率24.18%。<sup>[13]</sup>

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业市场规模历史变化的原因如下：<sup>[13]</sup>

### **韩国消费者海淘规模增长，中国商品凭借高性价比备受青睐。**

随着对商品种类和品质需求的不断提升，韩国消费者愈加倾向于通过跨境电商平台购买来自世界各地的商品，尤其是具有高性价比的中国商品。2023年，韩国跨境电商进口额首次突破6万亿韩元，达6.76万亿韩元（约51.75亿美元），同比2022年增长26.9%，达到自2014年以来的最高值。分进口来源看，韩国从中国进口额同比暴增121.2%，为3.29万亿韩元（约25.18亿美元），占比达48.65%，相比于2019年的18.22%和2022年的27.91%有显著上升，且中国首次赶超美国（2023年美国占比为27.49%，同比下降7.3%），成为韩国最大的跨境电商进口来源地。这主要得益于：自2015年《中华人民共和国政府和大韩民国政府自由贸易协定》实施后，中韩两国的贸易关系变得紧密，贸易额持续增长。跨境电商领域，由于在价格、品质和设计等方面具有较高的性价比（例如AliExpress、Temu等平台上，同类型产品往往只有韩国国内价格的50%-70%），能够满足韩国消费者的不同需求，导致中国商品在韩国市场的受欢迎程度不断提升。特别是中国的小家电、电子产品、化妆品等商品，在韩国市场上备受青睐。<sup>[13]</sup>

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业市场规模未来变化的原因主要包括：<sup>[13]</sup>

### **韩国跨境电商市场继续发展，AliExpress、Temu等加速布局。**

一方面，韩国政府致力于推动跨境电商发展，通过采取降低关税、简化通关手续等举措为韩国跨境电商的进出口提供便利；另一方面，韩国的互联网普及率超97%，消费者热衷于网购且具备较高的购买力和消费水平，对跨境电商产品的需求稳步增长。在政策和市场的双重驱动下，未来韩国跨境电商市场将持续发展。而AliExpress和Temu作为中国在韩国的两大跨境电商平台，正加速布局以提升竞争力。（1）2023年，AliExpress引进快捷登录、支付和免费5天送货服务，并在韩国设立客户服务中心，致力于为韩国消费者提供便利，同时计划在营销、

物流流通等领域投入1,000多亿韩元以加大韩国市场的投入；2024年，AliExpress宣布将为入驻平台的韩国电商提供一系列支持方案，进一步优化韩国产品销售站点“K-venue”的营商环境，并计划在短期内开设专用于卖家咨询和教育的Kakao频道、制定涵盖下单、销售、配送和售后服务等各阶段信息的入驻指南、开设卖家支持中心并配备韩语客服等。（2）Temu于2023年进入韩国市场，月活跃用户不断增加，目前平台交易额同比增长453%，未来Temu将通过半托管模式加速布局。2024年8月下旬，Temu宣布其日本站点的半托管业务正式上线，并且韩国站已经准备就绪，半托管模式极大地缓解了全托管模式下的品类限制和履约成本高等难题，能够提升卖家的毛利率，后续将成为Temu在韩国发展的新动力。<sup>[13]</sup>

[12] 1: <https://cn.yna.co.k...> | 2: <https://www.ai3we...> | 3: <https://cn.yna.co.k...> | 4: <https://www.eccan...>

5: 韩联社、览尔技术网、...

[13] 1: <https://cn.yna.co.k...> | 2: <https://kostat.go.k...> | 3: <https://www.cifne...> | 4: 韩联社、韩国国家统计...

## 政策梳理<sup>[14]</sup>

	政策	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	8
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大健康事件影响，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。			
政策性质	指导性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《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
政策内容	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。			

政策解读	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。
政策性质	规范类政策

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国务院	2023-12	5
政策内容	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。			
政策解读	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。			
政策性质	指导性政策			

	政策	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、国家发展改革委、财政部等九部门	2024-06	8
政策内容	该政策旨在通过五大方面15条具体措施，培育跨境电商经营主体，增强其能力并促进行业组织与人才培养。同时，加大对跨境电商的金融支持，改善基础设施和物流体系，优化监管服务，并推进国际标准与合作，以推动跨境电商出口及海外仓建设的高质量发展。			
政策解读	该政策对跨境电商出口目的地，如韩国市场的影响显著。首先，通过增强主体能力建设和支持“借展出海”，为中国跨境电商企业在韩国市场的拓展提供动能，预计能吸引更多的中国企业布局海外市场，对出口规模及海外市场份额产生正向促进（+3）。其次，金融支持与跨境资金结算优化措施降低了企业的融资难度和成本，有助于加速企业在韩投资海外仓及物流体系建设，提高市场响应速度和客户满意度（+2）。第三，监管与服务的优化提升了出口效率，减少了企业合规风险，为韩国市场提供了更为友好和稳定的贸易环境（+2）。最后，标准规则建设与国际合作的推进有助于消除贸易壁垒，深化与韩国市场的融合，共同提升跨境电商领域的标准和合规水平（+1）。总体而言，该政策对跨境电商出海至韩国构成强大的正向驱动，尤其是在增强企业竞争力、提升物流效率及优化国际贸易条件方面。			
政策性质	指导性与激励性相结合			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《跨境电商出口海外仓出口退（免）税操作指引》	国家税务总局	2024-09	6
政策内容	指导企业用足用好出口退税政策，及时申报办理出口退税，支持跨境电商出口海外仓业务发展。			
政策解读	旨在为跨境电商出口海外仓企业提供详实办税指导，帮助企业深入准确理解出口退（免）税政策规定，熟练掌握出口退（免）税业务办理操作流程，更好地适应行业发展新形势，促进跨境电商出口海外仓业态蓬勃发展。			
政策性质	指导性政策			

[14] 1: <https://www.gov.cn/zh...> 2: 海关总署 3: <https://www.gov.cn/zh...> 4: <https://www.gov.cn/zh...>  
5: <https://m.mofcom.gov...> 6: <https://www.gov.cn/zh...>

## 竞争格局

本土电商主导市场，AliExpress、Temu等平台有望凭借价格和成本优势提升市占率。<sup>[16]</sup>

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有Coupang、Naver Shopping等；第二梯队公司为AliExpress、11Street、Auction、Temu等。<sup>[16]</sup>

跨境电商平台出海目的地（韩国市场）行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[16]</sup>

### Coupang、Naver Shopping分别凭借高效配送和强大的流量基础占据韩国电商市场领先地位。

Coupang和Naver Shopping是韩国消费者最常用的网站，用户使用率近65%。（1）Coupang拥有超2,000万的活跃用户，平台为用户提供广泛的商品种类，包括电子产品、家居用品、服饰鞋帽、日用品、儿童母婴等，可以满足消费者多样化需求，更重要的是，Coupang拥有完善的物流基建，能够为消费者提供高效的物流服务，实现当日或次日交付（被称为“火箭配送”）。Coupang在韩国30多个城市拥有100多个物流仓储中心，面积超过4,700万平方英尺，70%的人口居住在Coupang物流仓储中心7英里范围内，且在周末与节假日均可实现送货服务。面对激烈的市场竞争环境，Coupang通过加强其配送网络（斥资3万亿韩元扩大其“火箭配送”的服务范围，并计划在2027年实现全韩国覆盖）、扶持本土卖家（2023年开放韩国本地火箭仓，加强本土卖家招商力度，入驻后即可开启直播带货特权，物流时效可实现次日达）和增加广告渠道（2024年6月与YouTube达成合作，计划推出专注于社交电商的“购物联盟计划”，即YouTube的创作者可以在内容下挂链接，进而提升扩宽卖家销售渠道）以提升竞争力。（2）相比于Coupang和其他电商平台，Naver Shopping具备流量优势，平台隶属于的Naver，是韩国最大的搜索引擎和门户网站，拥有超过10亿的月流量，为Naver Shopping（Naver电商

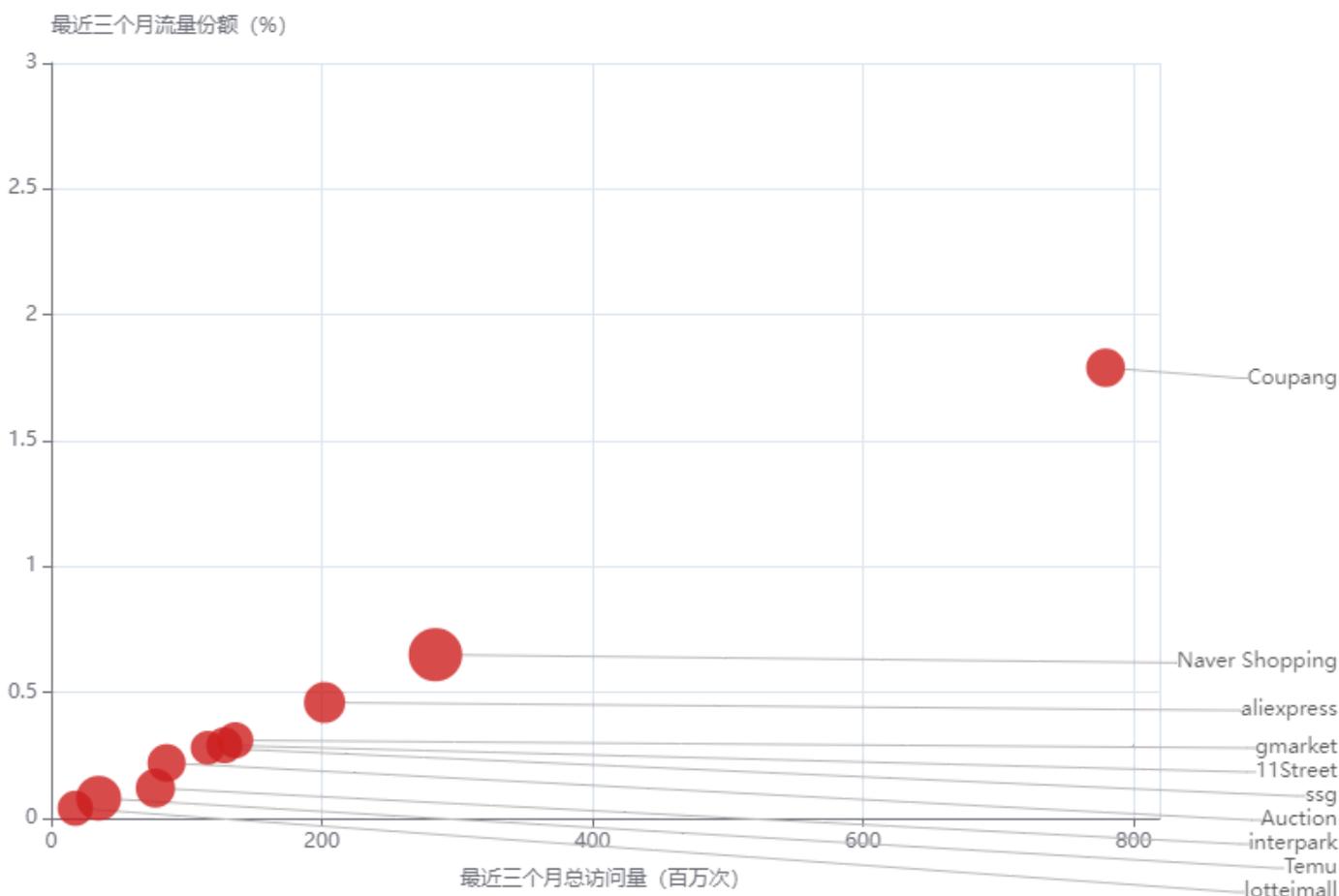
部分) 提供了坚实的流量基础。依托搜索服务, Naver Shopping也为消费者提供更全面的比价服务, 用户直接搜索自己感兴趣的产品或计划购买的具体产品型号, 平台会推送所有在售该类型产品的店铺以及对应的在售价, 方便用户比较不同销售平台的价格及评论, 促进购买决策。[16]

跨境电商平台出海目的地 (韩国市场) 行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因: [16]

### **凭借高性价比和低物流费等优势, AliExpress、Temu等中国跨境电商平台在韩国迅速崛起。**

目前中国跨境电商企业已占据韩国海外直购市场近50%的市场份额, 主要原因在于中国跨境电商企业具备高性价比和低物流费两大优势。一方面, 以AliExpress和Temu为例, 韩国消费者从平台直购的商品往往只有韩国国内价格的50%-70%, 加之AliExpress和Temu平台优惠活动多, 价格优势愈加明显。另一方面, 韩国电商对于3万韩元以内的廉价商品至少征收3,000韩元的运费, 但中国跨境电商企业可以利用中国邮政等相对廉价的国际快递服务, 将运费包含在售价中, 让消费者享受较低的物流成本。此外, 中国跨境电商企业也在不断提升本地化服务以实现在韩国快速扩张。AliExpress在韩国市场上进行了产品和用户体验的本地化优化, 提供了更为优质的服务和便利的购物体验。物流方面, AliExpress在韩国建立了物流中心, 并计划启动“订购即时配送”系统, 与韩国电商企业展开竞争, 提升物流效率。客服中心也进行了韩国化, 增加了韩国职员的人数, 以更好地解决语言沟通问题, 提升服务质量。Temu则通过海外仓代发等方式降低了物流成本, 提高了物流效率, 缩短了商品从下单到送达消费者手中的时间。同时, Temu还提供了免费退货和购买后90天内全额退款的服务, 提升了消费者购物体验。[16]

气泡大小表示: 访问时长(秒)



## 上市公司速览

[15] 1: <https://www.1010...> 2: <https://gs.coupan...> 3: <https://www.163.c...> 4: <https://www.163.c...>

5: 大数跨境、Coupang、...

[16] 1: <http://tradeinservi...> 2: <https://news.sohu...> 3: 经济日报、韬博供应链...

[17] 1: <https://github.co...> 2: <https://zhuanlan.z...> 3: Similarweb、逸居海外

[18] 1: <https://github.co...> 2: similarweb

[19] 1: <https://github.co...> 2: similarweb

## 企业分析

### 1 杭州速卖通贸易有限公司

#### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	100万人民币
企业总部	杭州市	行业	批发业
法人	刘述海	统一社会信用代码	91330106311396014G
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2014-09-23
品牌名称	杭州速卖通贸易有限公司		
经营范围	批发、零售：日用百货，服装，鞋帽，箱包，机电设备（除小轿车），电子产品（除专控）... <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](mailto: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，在未仔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

