Cross-border Business

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

Summary：

- 2015年，中国对外贸易进出口额出现了双双下降的情况，贸易顺差在5,930亿美元。尽管如此，中国的出口增速仍好于全球主要经济体和新兴市场国家。
- 在对一些主要经济体的出口形势方面，中国对欧盟、日本、俄罗斯和巴西等地区的出口额出现了下降。
- 尽管全球的贸易增速都出现了放缓，但中国的跨境电商增速仍高于货物进出口增速，这表明跨境电商在进出口贸易中的渗透率非常高。

© 2016 Beyond Summits

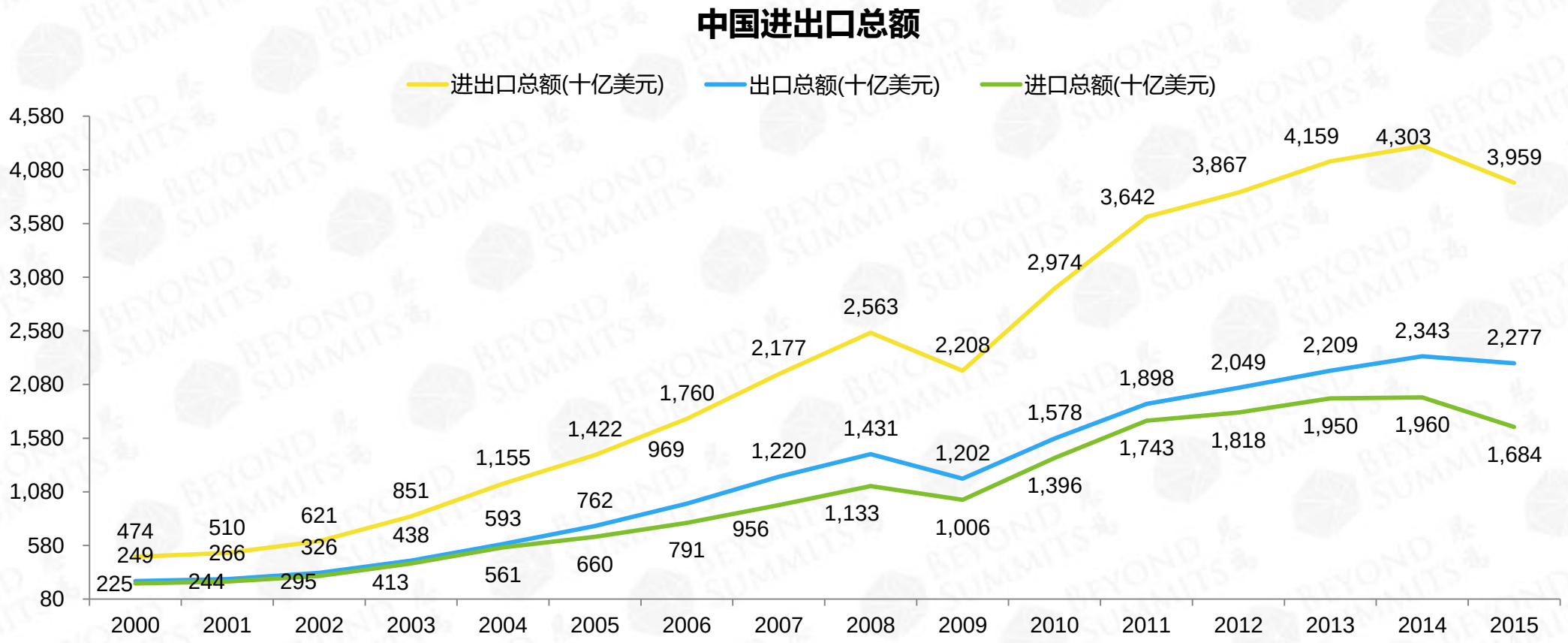
BEYOND SUMMITS 思為

Summary：

- 在跨境电商方面，中国出口的交易额远高于进口，但进口的比重在持续上升。出口地主要为美国、欧盟和东盟等地区，而出口卖家多数分布于广东、浙江和江苏等沿海地区，产品品类以3C电子产品为主。
- 按业务模式分，中国的跨境电商主要以B2B为主，但零售业务增速极快，尤其是在跨境电商进口零售方面。
- 根据跨境电商ECI指数，美国、英国、澳大利亚、法国、意大利、日本、加拿大与中国为强连接国家；德国、韩国、俄罗斯、印度、土耳其、巴西、南非为中等连接国家；而墨西哥、印尼、阿根廷、沙特阿拉伯为弱连接国家。

© 2016 Beyond Summits

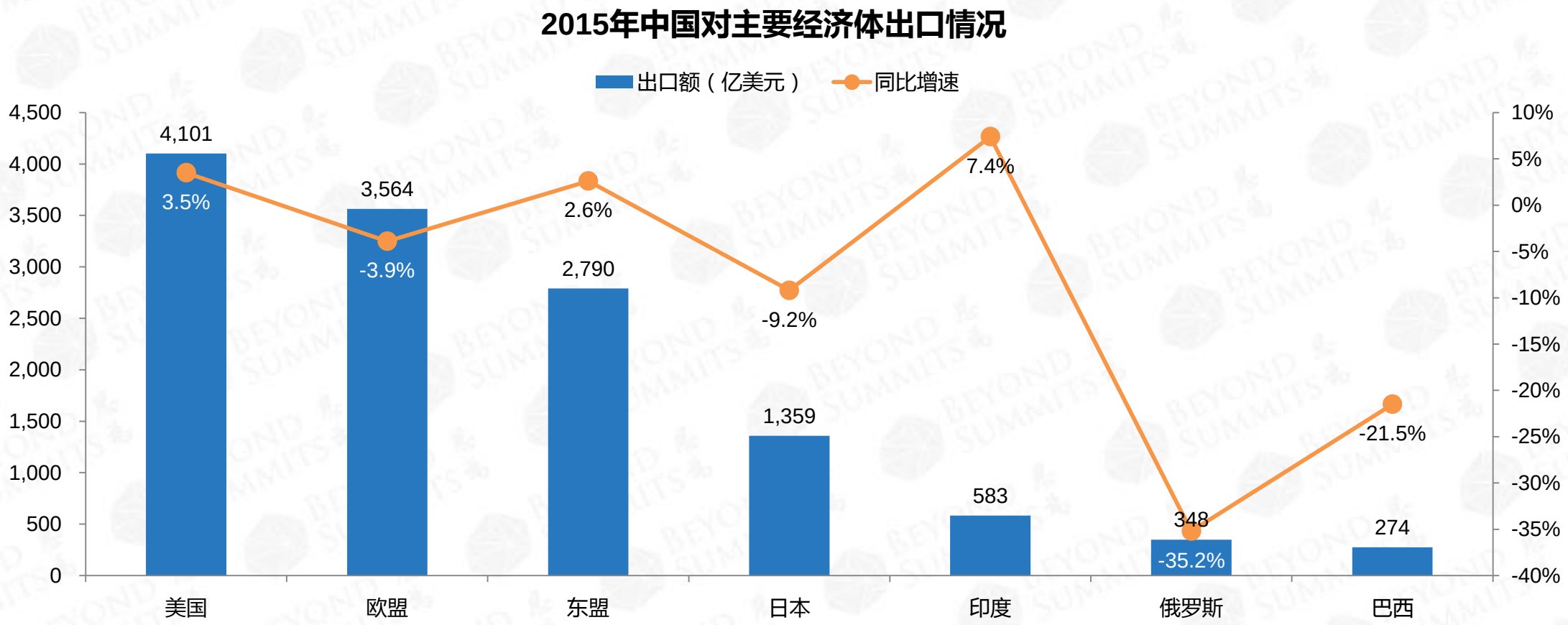
2015年，中国对外贸易进出口额出现了双双下降的情况，尽管如此，中国的出口增速仍好于全球主要经济体和新兴市场国家。值得注意的是，加工贸易或传统的劳动密集型产品进出口下降较大。



Source：中华人民共和国国家统计局

© 2016 Beyond Summits

2015年，中国外贸形势不容乐观，对一些主要经济体的出口额出现下降，如欧盟、日本、俄罗斯和巴西等。

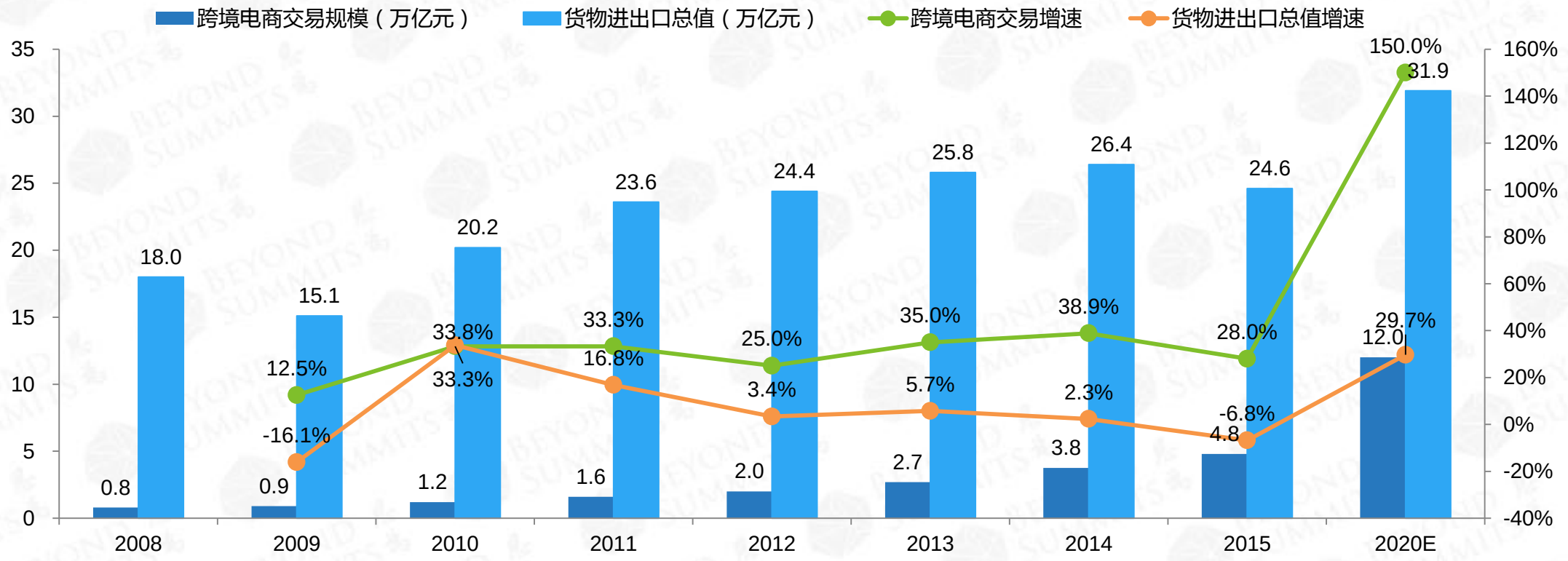


Source：海关总署

© 2016 Beyond Summits

2015年，尽管全球贸易增速放缓，中国跨境电商增速有所下降，但是仍高于货物贸易进出口增速，这表明跨境电商在进出口贸易中的渗透率非常高。

中国跨境电商交易额、进出口总额变化情况



Source：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

中国跨境电商四大增长动力

技术进步

- 互联网、云计算、智能终端的普及和发展
- 支付体系、物流体系的完善
- C2B/C2M消费者需求拉动大规模生产

消费升级

- 2015年网络购物用户规模达到4.48亿
- 2020年中国中产阶层及以上的家庭近2亿户

产业支撑

- 我国外贸中小企业大约为500万家，创造了对外贸易总额的约60%
- 世界一流的工艺和制造水平

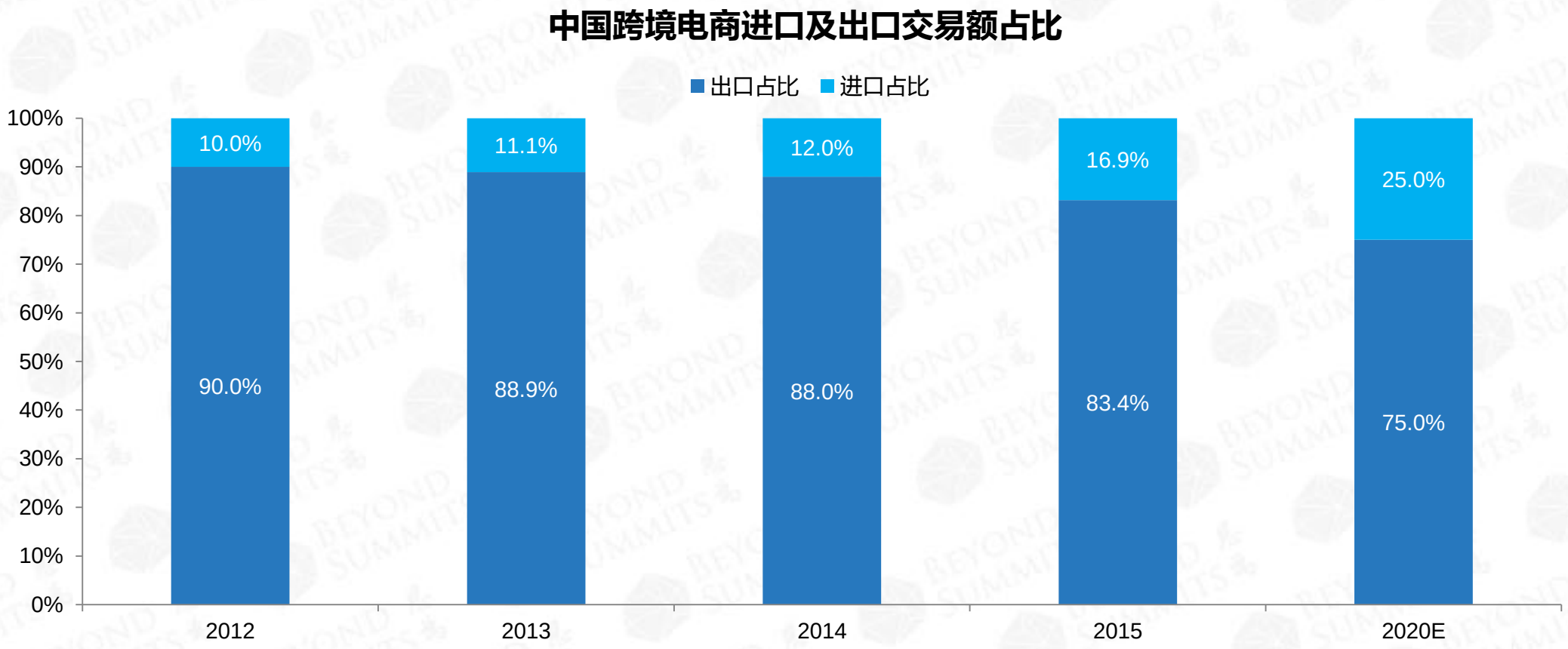
信用保障

- 实现在线交易
- 彰显信用，促进交易，形成良性循环

Source：阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

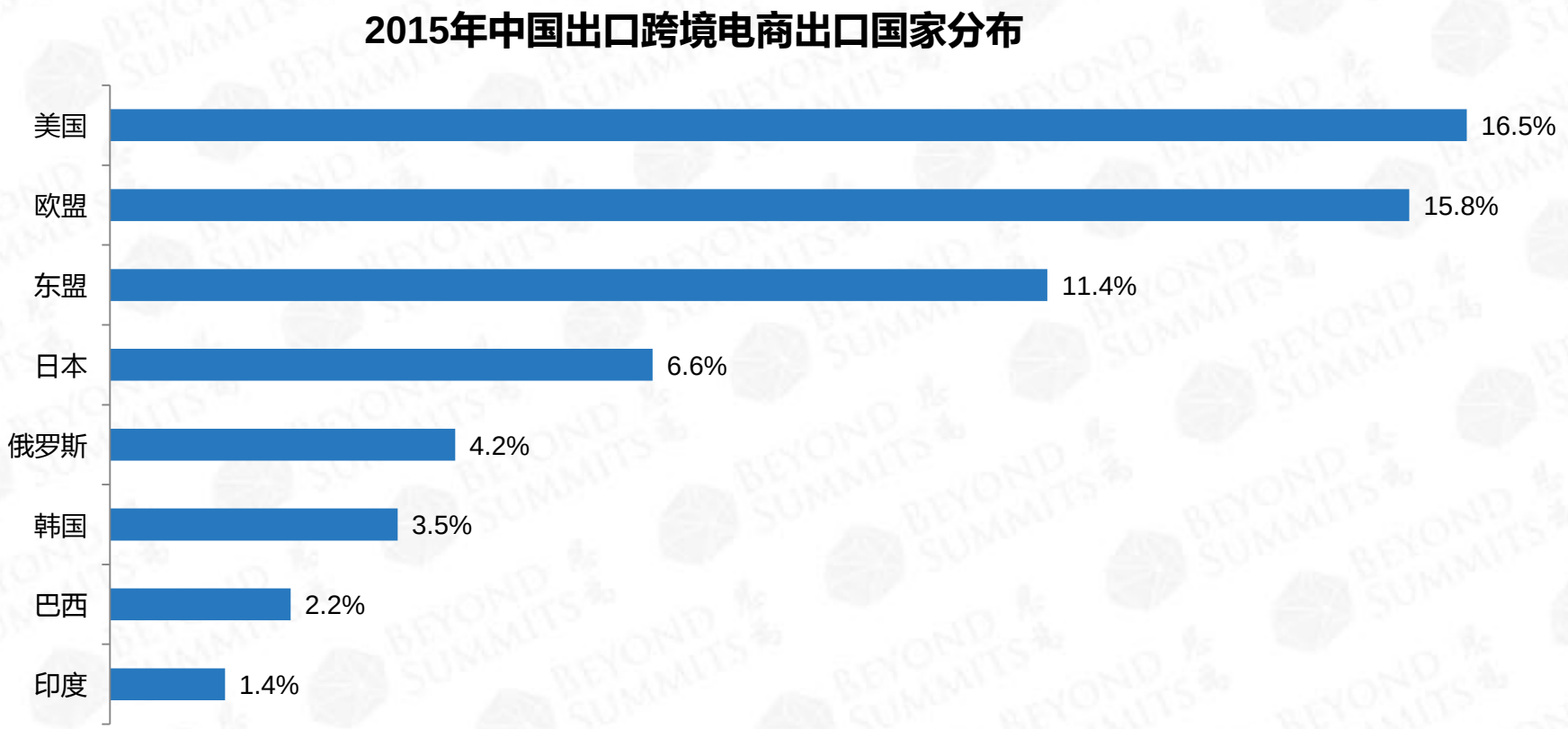
中国跨境电商以出口为主，2015年跨境电商出口交易额占跨境电商交易总额的比例在83.4%。预计到2020年，跨境电商进口交易额占比将上升至25%。



Source：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

中国出口跨境电商的出口国中，美国排名第一，占到了交易额的16.5%，其次是欧盟和东盟。当然，俄罗斯、巴西和印度等新兴市场也呈现高速增长的趋势。

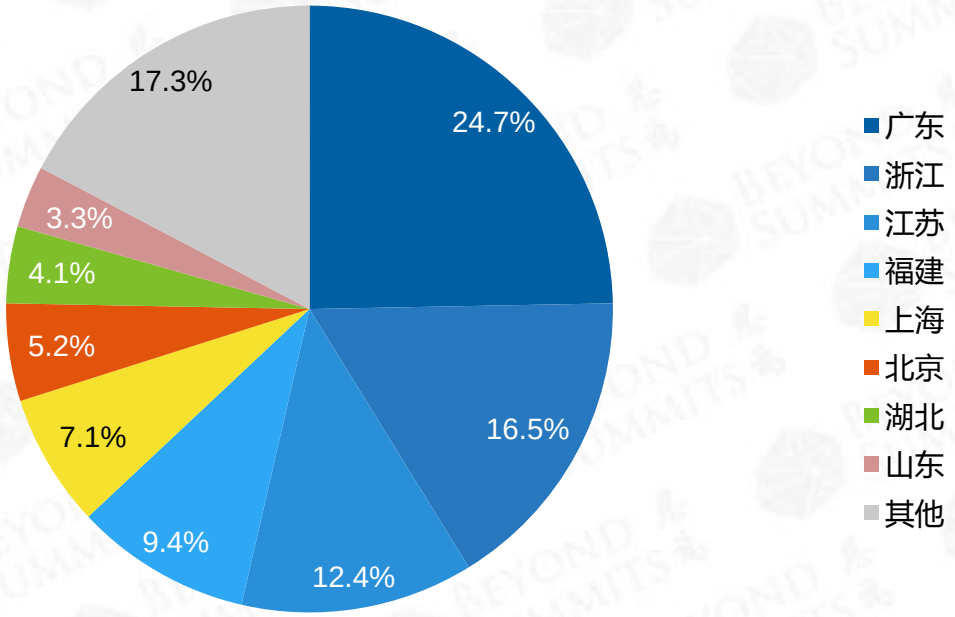


Source：中国电子商务研究中心

© 2016 Beyond Summits

广东庞大的经济基础、高度集中的生产制造基地和丰富的外贸人才储备使其成为出口跨境电商卖家集聚的地区，占到了24.7%的比例；其次是长三角地区，该地区拥有发达的轻工业基础，包括服饰、鞋帽和家居类产品，典型的如浙江和江苏。

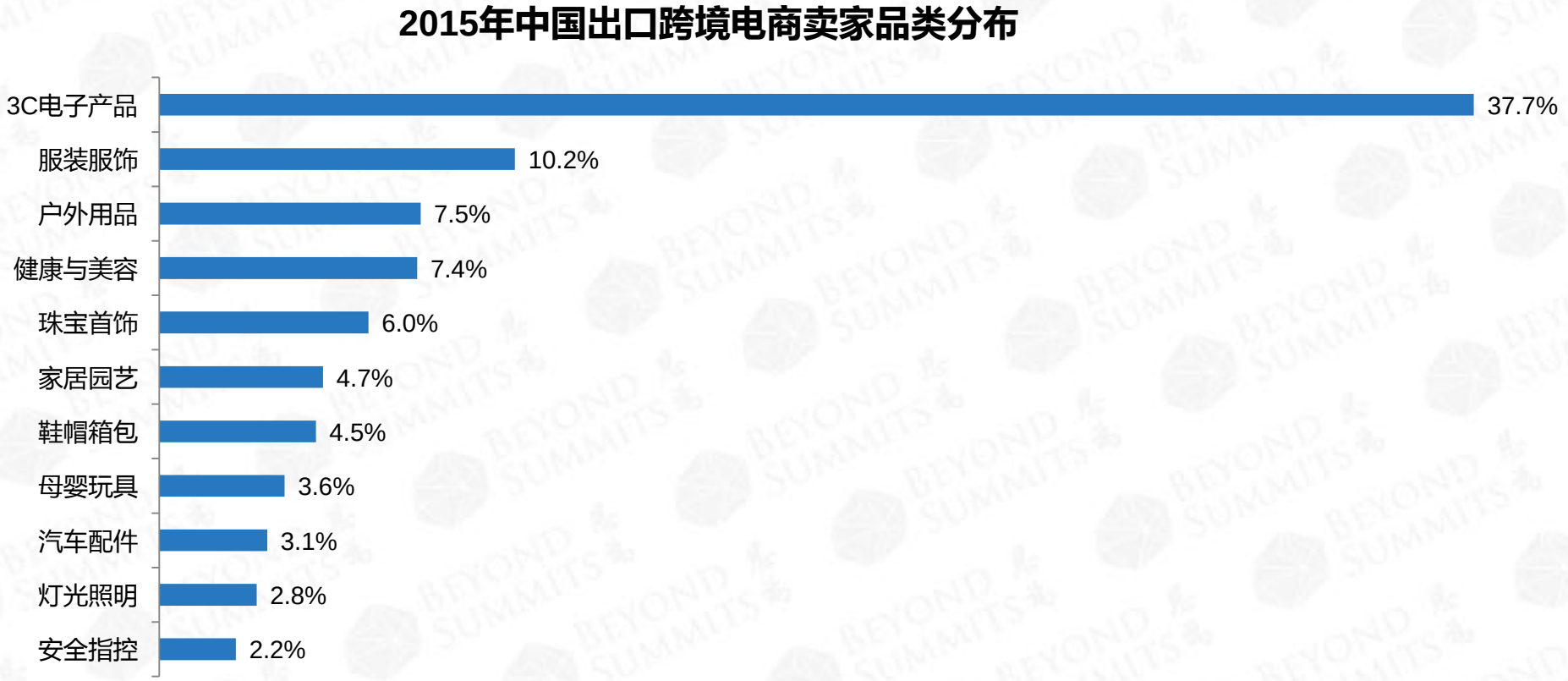
2015年中国出口跨境电商卖家地域分布



Source：中国电子商务研究中心

© 2016 Beyond Summits

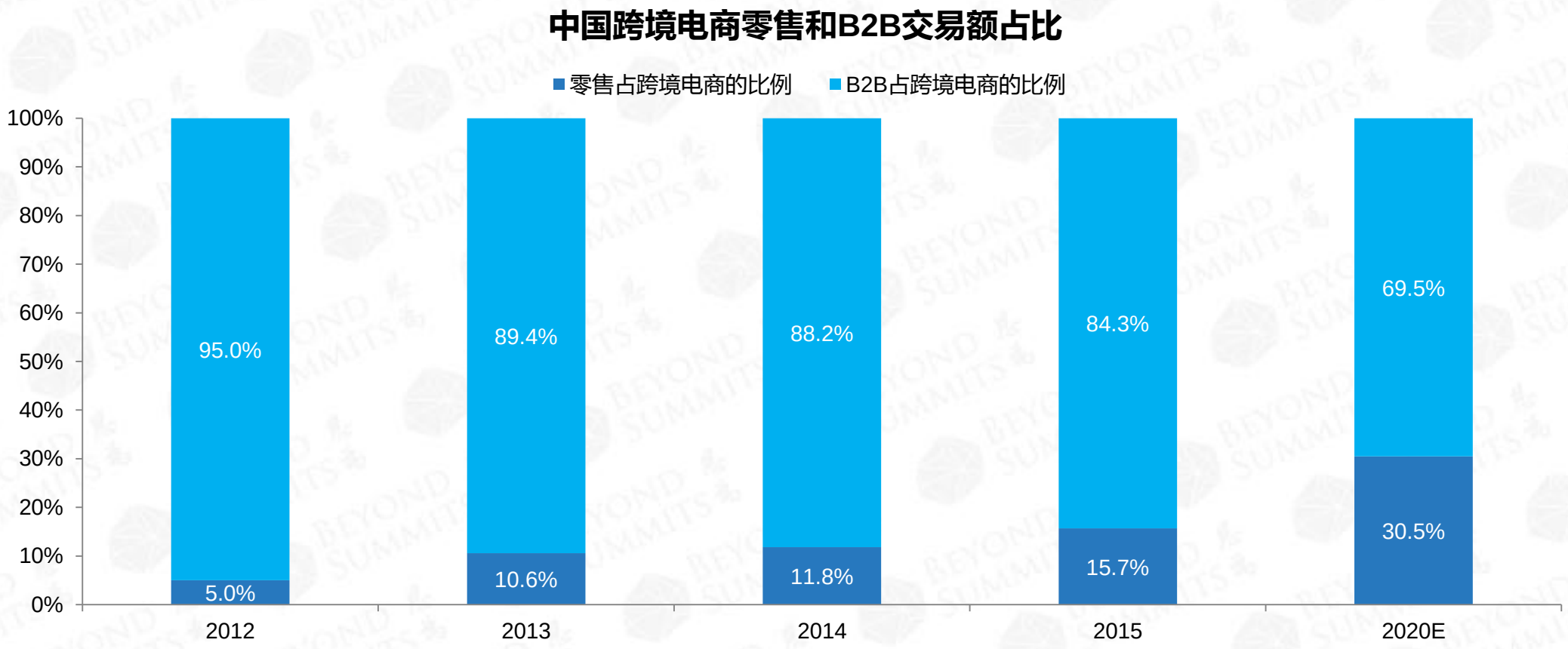
中国出口跨境电商品类以成本优势强、标准化程度高的3C电子/服饰/户外用品等为主。



Source：中国电子商务研究中心

© 2016 Beyond Summits

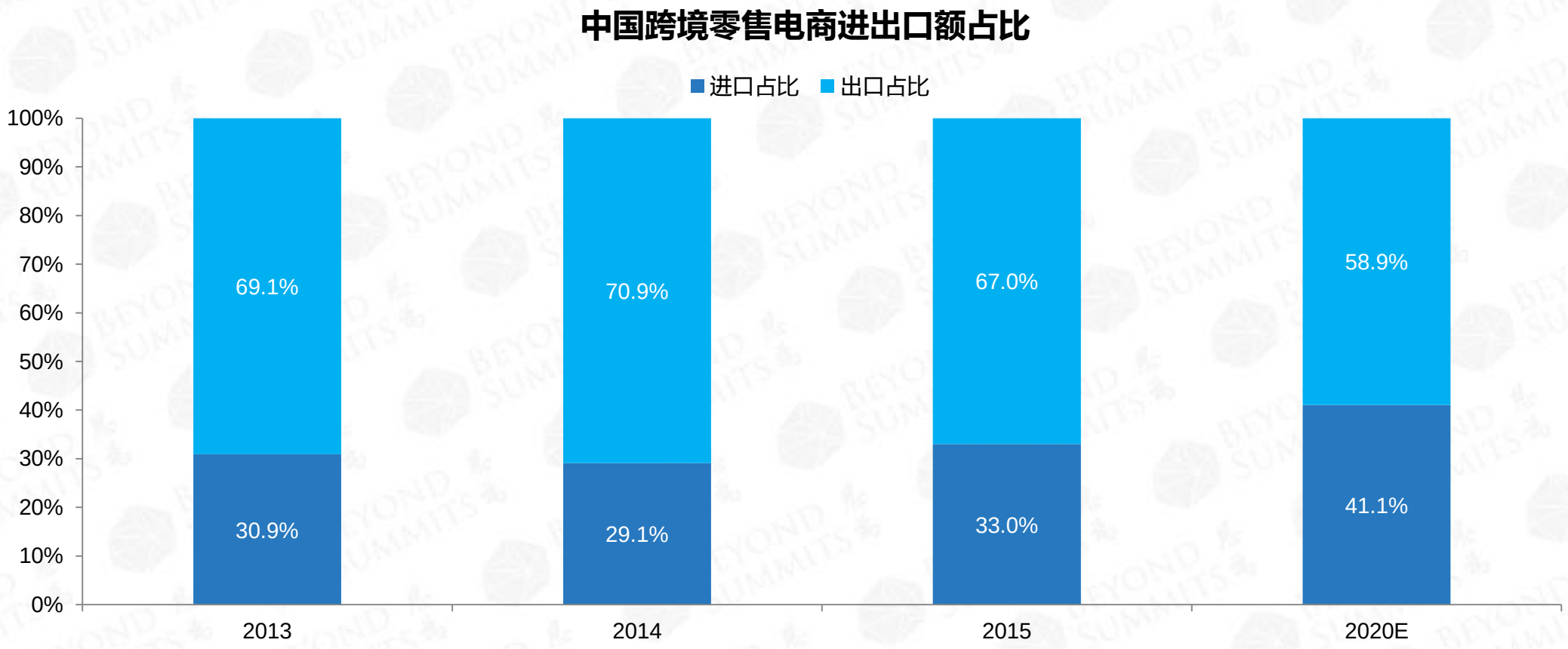
按业务模式分，中国的跨境电商主要以B2B为主，2015年B2B占跨境电商总额的84.3%。然而，随着跨境电商零售业务的持续增长，预计2020年其占比能达到了30.5%。



Source：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

在跨境电商的零售业务中，出口交易额的比例高于进口，且未来有逐步萎缩的趋势。

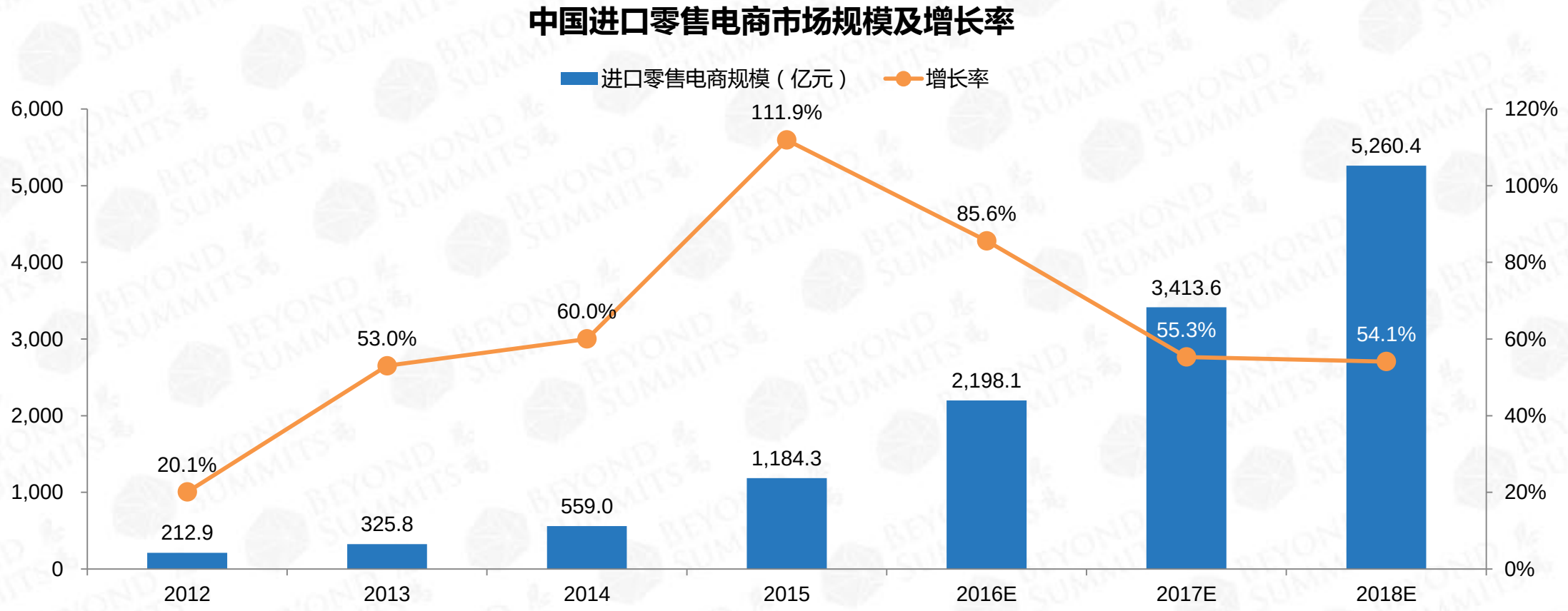


Source：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

随着2014年下半年进口电商零售政策的放开，大量内贸电商和创业企业涌入进口电商零售市场。预计未来几年，进口电商零售市场仍将保持一定的增长速度，市场规模至2018年预计能达到了5,260.4亿元。

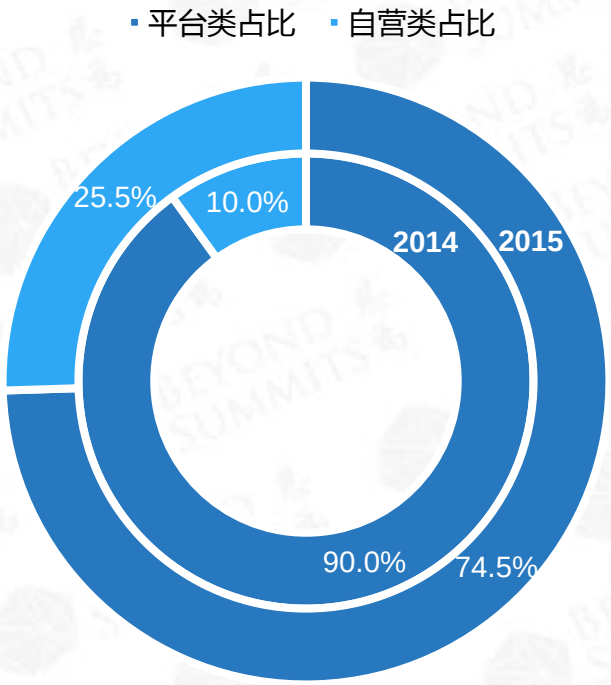


Source：艾瑞

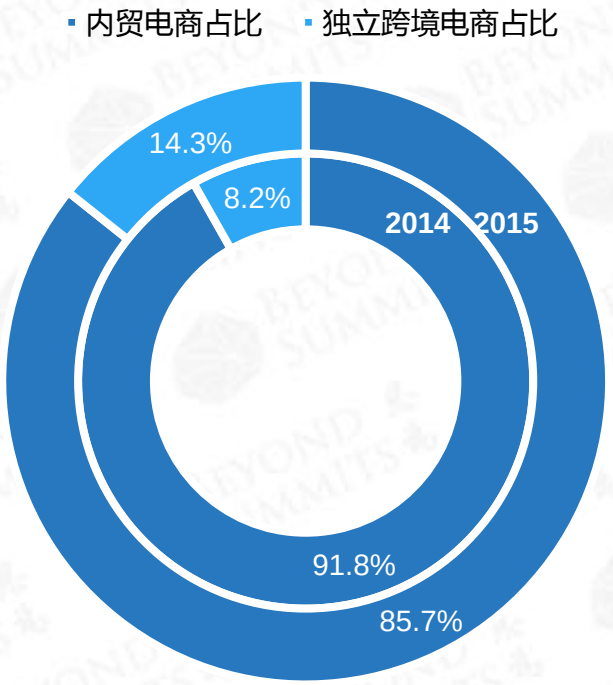
© 2016 Beyond Summits

中国进口零售电商市场平台类企业起步较早，因此占比较大，但随着自营类企业数量增加，其市场规模逐步扩大。此外，内贸电商在中国进口零售电商市场中仍占比较大，但独立跨境电商的比例有进一步增大的趋势。

2015年中国进口零售电商企业结构



2015年中国进口零售电商企业类型

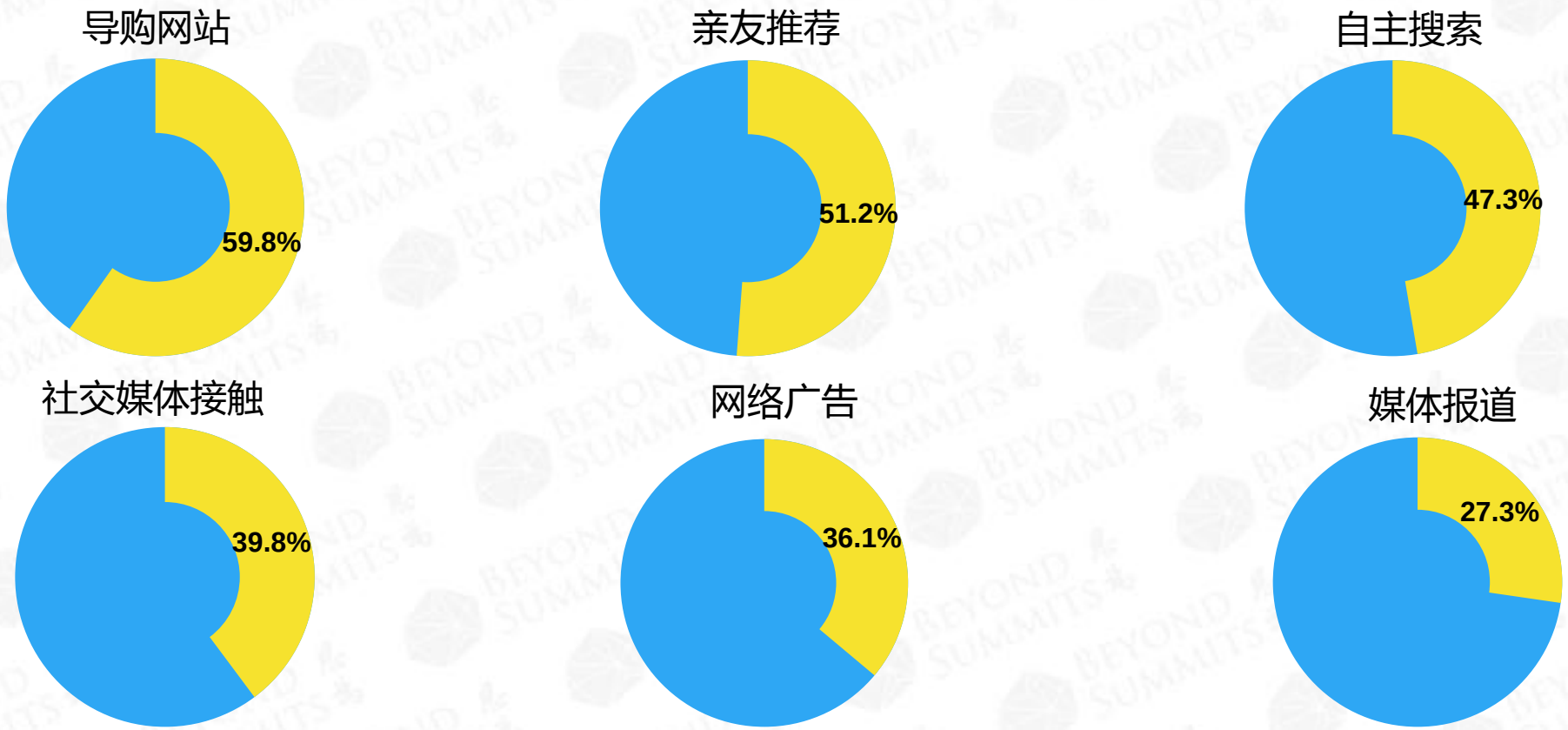


Source：艾瑞

© 2016 Beyond Summits

用户在跨境网购中仍需要一定的引导，导购网站是用户了解和访问跨境网购网站最主要的途径。

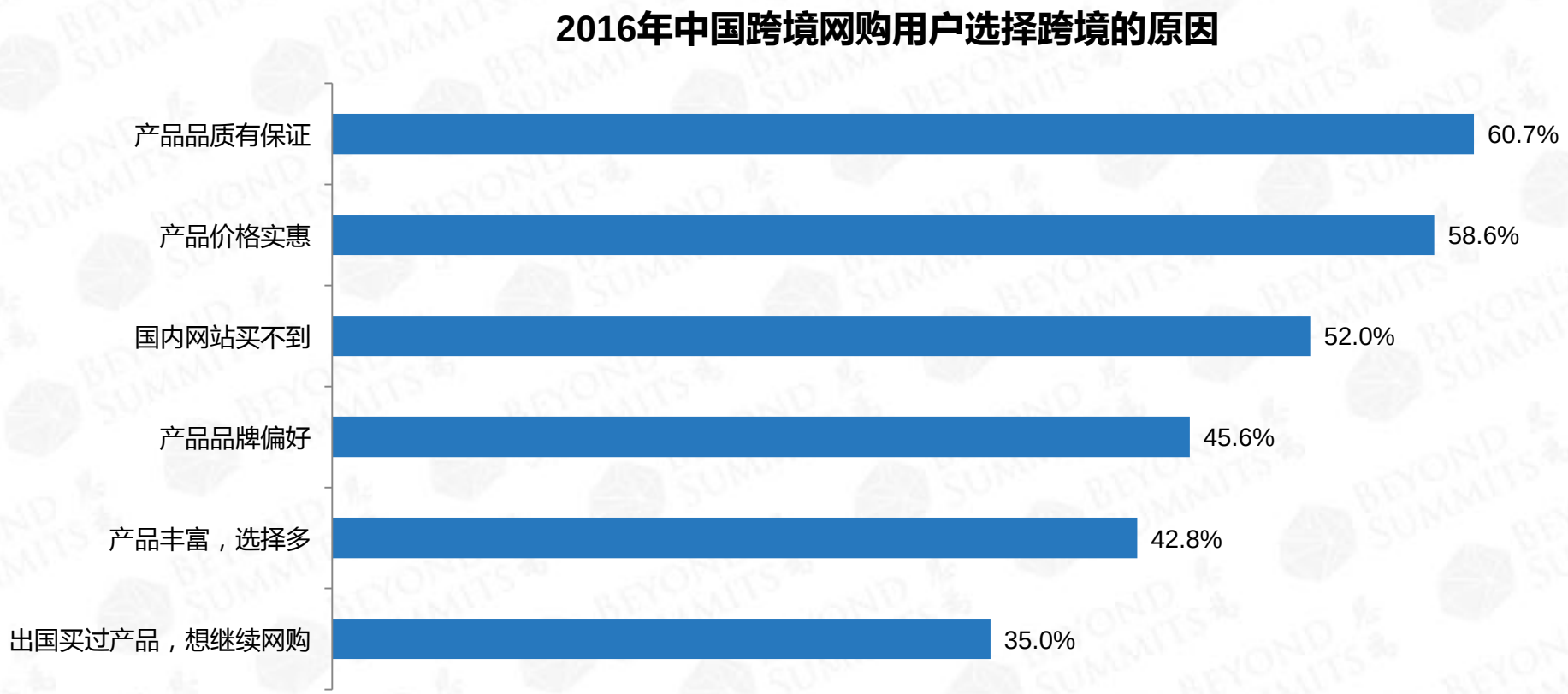
2016年中国跨境网购用户了解跨境网购的途径



Source：艾瑞

© 2016 Beyond Summits

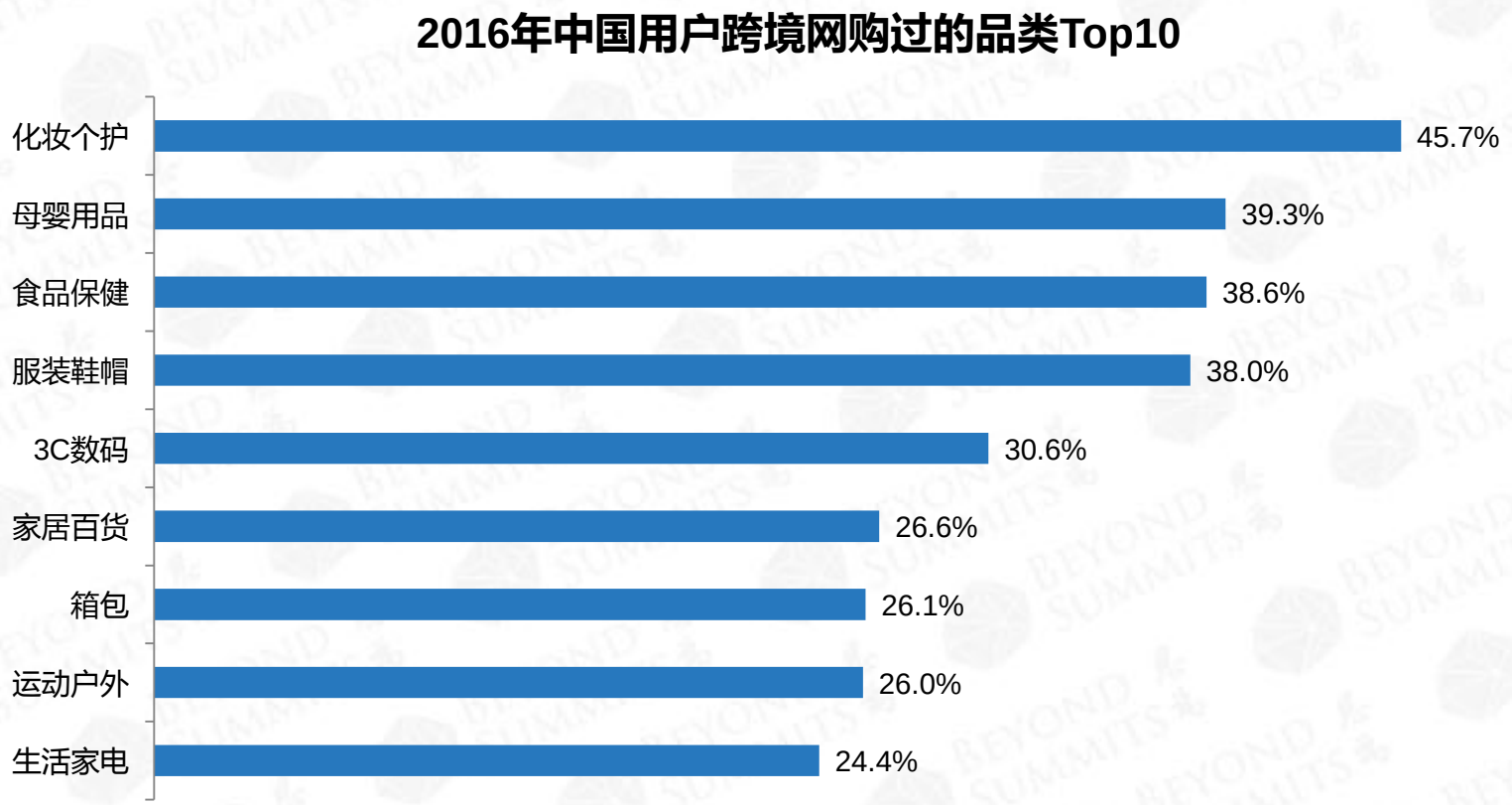
品质保障、价格实惠、产品独特性和品牌偏好是用户跨境网购的主要原因。



Source：艾瑞

© 2016 Beyond Summits

用户跨境网购偏爱购买化妆个护、母婴用品、食品保健等对安全和品质有较高要求的品类。



Source：艾瑞

© 2016 Beyond Summits

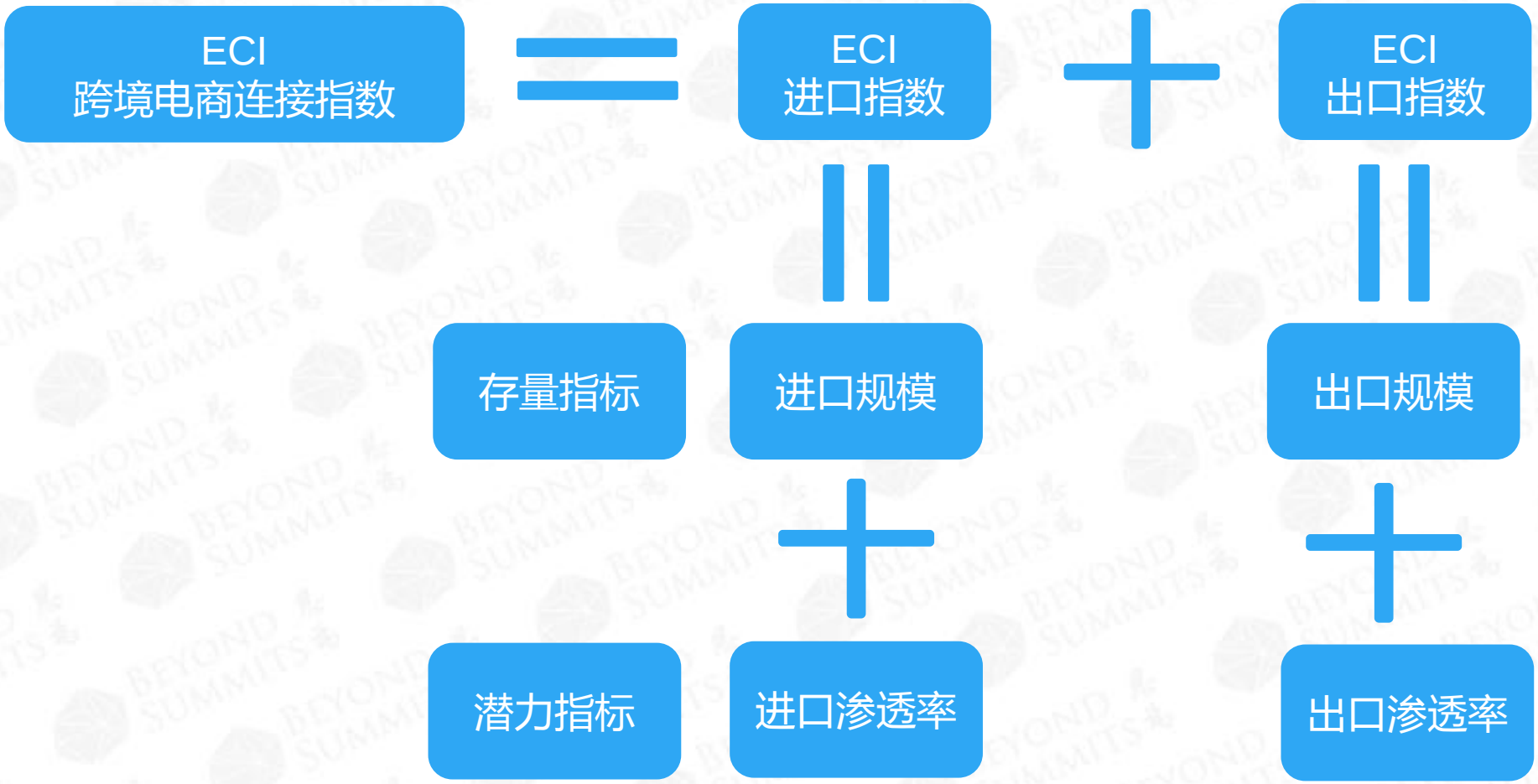
- ECI指数（E-commerce Connectivity Index between China and Major Economies），是指中国与其他主要经济体跨境电商的连接指数，旨在反映中国与其他国家在跨境电商贸易方面的连接紧密程度。
- 目前，二十国集团（G20）贸易额占全球的80%，中国与G20国家之间的贸易额占中国进出口额的50%以上。
- 根据ECI数值，可将G20国家分为三组：强连接、中等连接、弱连接。

1. 强连接国家主要是指ECI指数大于40分的国家，这些国家与中国通过跨境电商进行的贸易往来非常频繁，在进出口方面都有较强的连接，ECI进口指数和出口指数相对均衡。
2. 中等连接国家主要是指ECI指数在21-40分的国家，这些国家与中国通过跨境电商进行的贸易往来较多，在进出口的某一方面连接较强，ECI进口指数和出口指数不均衡。
3. 弱连接国家主要是指ECI指数在20分及以下的国家，这些国家与中国通过跨境电商进行的贸易往来较少，ECI进口指数和出口指数均不高，尤其是ECI进口指数过低。

Source：阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

ECI指数合成方法



Source：阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

中国与G20其他国家跨境电商连接指数

	G20国家	ECI进口指数	ECI出口指数	ECI跨境电商连接数
强连接国家	美国	45	37	82
	英国	35	30	65
	澳大利亚	30	25	55
	法国	32	22	54
	意大利	27	18	45
	日本	39	5	44
	加拿大	7	35	42
中等连接国家	德国	23	16	39
	韩国	25	7	32
	俄罗斯	1	31	32
	印度	1	30	31
	土耳其	1	28	29
	巴西	1	22	23
	南非	1	22	23
弱连接国家	墨西哥	0	13	13
	印尼	1	12	13
	阿根廷	0	11	11
	沙特阿拉伯	0	3	3

Source：阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

跨境电商B2B平台将由信息平台向交易平台升级。

跨境电商零售以互联网和大数据为基础，会逐步发展成为与B2B并驾齐驱的一种全球贸易主要方式。

跨境电商服务生态将更加繁荣和健康发展。

跨境电商将促进互联网时代国际贸易新规则和新秩序的形成。

Source：阿里研究院

© 2016 Beyond Summits

BEYOND SUMMITS 思為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: www.beyondsummits.com

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·