

经济日报携手京东发布数据——

# 全球网购渗透率快速提升

## 拉长跨境电商供应链

### 消费习惯

在商品价格已低于海外时，运费对用户购买决策的影响更大

- 超四成消费者选择快捷的直邮
- 超两成消费者选择经济实惠的转运

提升，使得跨境电商行业迎来发展高峰。目前，跨境电商已成为外贸发展新动能、转型升级新渠道和高质量发展新抓手。

从供给端来看，由于新冠肺炎疫情和地缘政治因素的叠加影响，供应链不确定性加剧，跨境电商供应链的协同与整合正变得更加重要。消费者对物流时效、服务差异化的要求，也使得跨境电商的物流交付需要具备更强的全球响应能力。因此，建立一体化的跨境供应链系统成为同质化竞争加剧下跨境电商企业突围的关键。同时，由于海外消费者需求个性化和订单碎片化等特点，柔性供应链更能满足跨境消费需求，实现降本增效。供应链上下游密切高效合作能缩短产品信息流通渠道，加速供应链环节中的信息流通，实现整个流程中的供需平衡。

从需求端来看，由于海外的消费习惯和文化差异天然存在，因此精准的市场及用户洞察对跨境电商更加重要。针对不同消费群体，需构建差异化营销策略。面向对价格较为敏感的消费群体，提供高性价比商品，构建平台社交功能，通过精准营销提升用户黏性。同时，针对不同地区和国家的特色节日、南北半球不同季节，也可以推出差异化选品和定制等服务。

在不确定性增加的环境下，高性价比、丰富的产品矩阵、良好的口碑和知名度将帮助跨境电商企业进一步打开海外市场。而品牌力、渠道力和运营力将成为行业竞争力的核心指标。同时，跨境电商平台应进一步优化交易、支付、物流、营销、技术等商业基础设施建设，打造一站式服务生态，从而帮助更多中国优质企业成功出海。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 说数



## 消费特征

### 生活习惯

海外用户面临的生活习惯差异主要体现在饮食和医疗保健方面，用户更倾向于保持原有消费习惯

偏好购买品类:



### 平台优势

国产电脑数码产品性价比高，且大促价格优惠，用户跨境购买偏好明显

偏好购买品类:



### 保质商品

用户对一些长距离运输不易损坏且购买周期不固定的商品有跨境消费需求

偏好购买品类:



### 地区差异

一些商品在境外价格普遍偏高，消费者更倾向于跨境购买囤货

偏好购买品类:



海外消费者在跨境消费时，对商品本身的属性更为关注，且促销活动和物流费用对消费者选择电商平台的影响较大。针对海外消费群体，既要通过精准营销增强企业竞争力，也要加快产品创新满足消费者多样化需求。同时，商家及平台除了提供快捷直邮服务，还可以推出跨境集运和其他物流相关保障服务，提升跨境物流速度和质量，降低综合成本。



与国外商品相比，国内商品物美价廉，更符合华人使用习惯。为满足海外消费者多元化和差异化的购物需求，商家应进一步丰富产品矩阵。跨境电商企业可以推出针对不同特色节日会场，根据南北半球不同季节进行差异化选品和产品定制等，为商家及品牌构建多维营销。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2022年上半年