

2021年中国海外代购市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国海外代购市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/536391536391.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

海外代购是指一些人利用旅游、工作或定居海外等优势，帮别人代买他们指定的某些商品，并将商品邮寄或人肉回国带给他们。近年来，国家出台了很多积极的跨境电商政策，大力支持海淘事业的发展，除此之外，伴随国际物流体系的完善，这些都促进了海外代购市场的发展。根据数据显示，2019年我国海外代购市场规模达到2601亿元；2020年中国海淘用户规模预计达到2.11亿人，继续快速增长。

2014-2019年我国海淘用户规模统计情况 数据来源：公开资料整理

2014-2019年中国海外代购市场规模统计情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。目前，我国海外代购行业代购渠道分为专柜购买和供应商购买两种。其中，专柜购买一般以箱包、珠宝、奶粉和化妆品为主，私人代购由于代购的品牌众多、购买的数量较少而且不大量囤货，往往会选择靠专柜直接购买产品，不直接接触供应商环节，供应商的讨价还价能力较弱。

而在供应商购买方面，当供应商所提供的投入要素的价值占产品总成本的较大比例或使产品质量超出一般水平时，供应商的议价能力增强。大品牌在中国的市场较为成熟，供应商的议价能力较强。而对于一些选择未入驻中国市场的小众品牌而言，与代购供应商合作，免去品牌宣传、风险小、直接合作没有中间商等多方优势对供应商有很大的吸引力，但其议价能力较弱。

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。海外代购一般是私人代购，消费者跟代购直接对话。当消费者跟代购要价还价时，部分代购可能由于心软、好说话、想留住顾客等考虑给予包邮或抹零等一定的优惠，优惠的力度一般很小，所以消费者的议价能力较低。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。由于海外代购的技术难度低，资金规模要求低，使得海外代购的进入壁垒不受规模经济和资金需求的影响。海外代购行业的特殊性使其受国家政策和国际汇率影响较大。

2014年7月，海关总署为了加强对跨境电子商务的监管，出台了相关文件。海关政策的相继出台，直接造成海外代购的成本上涨，代购方被迫提高售价，打击了代购方和买方的积极性，从而减缓了交易规模上升幅度。海外代购发展出现暂时的滞缓，很多想投身于代购的人则选择不进入这个行业。因此，国家政策的打压会降低新进入者的威胁。

四、替代品的威胁

替代品指那些可以实现同种功能的其它产品。我国海外代购行业替代品的威胁主要包括三方面：替代品在价格上的竞争力、替代品质量和性能、客户转向替代品的难易程度。

我国海外代购行业替代品的威胁 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国海外代购行业现有竞争者主要分为线上和线下两种，分别是跨境电商和免税店和自贸区。

1、电商的威胁

随着跨境电商市场的逐渐扩大，海外代购行业内竞争日趋激烈。拼多多等竞争者先后入局跨境电商、阿里收购考拉，释放了巨大的市场需求。据数据显示，天猫国际和考拉海购的市场份额位居行业前二，已占据跨境电商行业的半壁江山。

2019年中国跨境电商平台市场份额 数据来源：公开资料整理

因此，跨境电商不仅拥有一定的价格优势，而且能使消费者得到良好的售后服务，对海外代购行业形成一定的竞争。

2、免税店、自贸区的威胁

自13年上海自由贸易试验区的成立，现在已经有上海、福建、天津、广东四个自贸区。自贸区成立后，“海淘”进口商品不仅可以享受关税减免，而且发货速度快，这无疑就是快捷版的海外代购。同时，2020年海南离岛免税政策调整后，海南离岛免税购物额度从每年每人3万元提高至10万元，取消单件商品8000元的免税限额，化妆品每人每次限购30件，吸引了大批消费者边度假边购物。海南官方数据显示，2020年，海南离岛免税销售金额272.1亿元，同比增长102%；2021年1-2月海南离岛免税购物金额83.24亿元，免税购物实际人次达103万人次，免税购物件数1055万件。

2012-2021年1-2月海南岛离岛免税销售额统计情况 数据来源：公开资料整理

2012-2021年1-2月海南岛离岛免税购物人次统计情况 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国海外代购市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国海外代购行业发展概述

第一节 海外代购行业发展情况概述

- 一、海外代购行业相关定义
- 二、海外代购行业基本情况介绍
- 三、海外代购行业发展特点分析
- 四、海外代购行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、海外代购行业需求主体分析

第二节 中国海外代购行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、海外代购行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国海外代购行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国海外代购行业生命周期分析

- 一、海外代购行业生命周期理论概述
- 二、海外代购行业所属的生命周期分析
- 第四节 海外代购行业经济指标分析
 - 一、海外代购行业的赢利性分析
 - 二、海外代购行业的经济周期分析
 - 三、海外代购行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国海外代购行业进入壁垒分析
 - 一、海外代购行业资金壁垒分析
 - 二、海外代购行业技术壁垒分析
 - 三、海外代购行业人才壁垒分析
 - 四、海外代购行业品牌壁垒分析
 - 五、海外代购行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球海外代购行业市场发展现状分析

- 第一节 全球海外代购行业发展历程回顾
- 第二节 全球海外代购行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲海外代购行业地区市场分析
 - 一、亚洲海外代购行业市场现状分析
 - 二、亚洲海外代购行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲海外代购行业市场前景分析
- 第四节 北美海外代购行业地区市场分析
 - 一、北美海外代购行业市场现状分析
 - 二、北美海外代购行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美海外代购行业市场前景分析
- 第五节 欧洲海外代购行业地区市场分析
 - 一、欧洲海外代购行业市场现状分析
 - 二、欧洲海外代购行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲海外代购行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界海外代购行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球海外代购行业市场规模预测

第三章 中国海外代购产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品海外代购总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国海外代购行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国海外代购产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国海外代购行业运行情况

第一节 中国海外代购行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国海外代购行业市场规模分析

第三节 中国海外代购行业供应情况分析

第四节 中国海外代购行业需求情况分析

第五节 我国海外代购行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国海外代购行业供需平衡分析

第七节 中国海外代购行业发展趋势分析

第五章 中国海外代购所属行业运行数据监测

第一节 中国海外代购所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国海外代购所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国海外代购所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国海外代购市场格局分析

第一节 中国海外代购行业竞争现状分析

一、中国海外代购行业竞争情况分析

二、中国海外代购行业主要品牌分析

第二节 中国海外代购行业集中度分析

一、中国海外代购行业市场集中度影响因素分析

二、中国海外代购行业市场集中度分析

第三节 中国海外代购行业存在的问题

第四节 中国海外代购行业解决问题的策略分析

第五节 中国海外代购行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国海外代购行业需求特点与动态分析

第一节 中国海外代购行业消费市场动态情况

第二节 中国海外代购行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 海外代购行业成本结构分析

第四节 海外代购行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国海外代购行业价格现状分析

第六节 中国海外代购行业平均价格走势预测

- 一、中国海外代购行业价格影响因素
- 二、中国海外代购行业平均价格走势预测
- 三、中国海外代购行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国海外代购行业区域市场现状分析

第一节 中国海外代购行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区海外代购市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区海外代购市场规模分析
- 四、华东地区海外代购市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区海外代购市场规模分析
- 四、华中地区海外代购市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区海外代购市场规模分析
- 四、华南地区海外代购市场规模预测

第九章 2017-2020年中国海外代购行业竞争情况

第一节 中国海外代购行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国海外代购行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国海外代购行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 海外代购行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国海外代购行业发展前景分析与预测

第一节 中国海外代购行业未来发展前景分析

一、海外代购行业国内投资环境分析

二、中国海外代购行业市场机会分析

三、中国海外代购行业投资增速预测

第二节 中国海外代购行业未来发展趋势预测

第三节 中国海外代购行业市场发展预测

一、中国海外代购行业市场规模预测

二、中国海外代购行业市场规模增速预测

三、中国海外代购行业产值规模预测

四、中国海外代购行业产值增速预测

五、中国海外代购行业供需情况预测

第四节 中国海外代购行业盈利走势预测

一、中国海外代购行业毛利润同比增速预测

二、中国海外代购行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国海外代购行业投资风险与营销分析

第一节 海外代购行业投资风险分析

一、海外代购行业政策风险分析

二、海外代购行业技术风险分析

三、海外代购行业竞争风险分析

四、海外代购行业其他风险分析

第二节 海外代购行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国海外代购行业发展战略及规划建议

第一节 中国海外代购行业品牌战略分析

- 一、海外代购企业品牌的重要性
- 二、海外代购企业实施品牌战略的意义
- 三、海外代购企业品牌的现状分析
- 四、海外代购企业的品牌战略
- 五、海外代购品牌战略管理的策略

第二节 中国海外代购行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国海外代购行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 海外代购行业竞争力提升策略

- 一、海外代购行业产品差异性策略
- 二、海外代购行业个性化服务策略
- 三、海外代购行业的促销宣传策略
- 四、海外代购行业信息智能化策略
- 五、海外代购行业品牌化建设策略
- 六、海外代购行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国海外代购行业发展策略及投资建议

第一节 中国海外代购行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国海外代购行业营销渠道策略

- 一、海外代购行业渠道选择策略
- 二、海外代购行业营销策略
- 第三节 中国海外代购行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
- 一、中国海外代购行业重点投资区域分析
- 二、中国海外代购行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/536391536391.html>