

中国跨境网络购物用户研究报告简版

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

- ✓ 在2014年中国网民的购物行为中，92.0%的网购用户在2014年内进行过“境内网络购物”，而进行过“跨境网络购物”的网购用户的比例为15.3%，在整体的比例较少。
- ✓ 2014年中国跨境网络购物用户的男、女性别比例分别为51.4%与48.6%。
- ✓ “国内电商网站的境外购物频道”与“全球综合电商网站”是2014年中国跨境网络购物用户使用最多的跨境购物网站，占比分别为65.1%与61.0%。而“境外各国购物网站”占比近半（45.3%）。
- ✓ 2014年中国跨境网络购物用户选择跨境网购原因的前三项为“产品品质有保证”、“产品价格便宜（相对于国内网站与实体店）”、“产品品牌偏好”。

1

2014年中国跨境网购用户基本属性分析

2

2014年中国跨境网购用户行为分析

3

2014年中国跨境网购用户态度分析

4

2014年中国跨境网购用户满意度分析

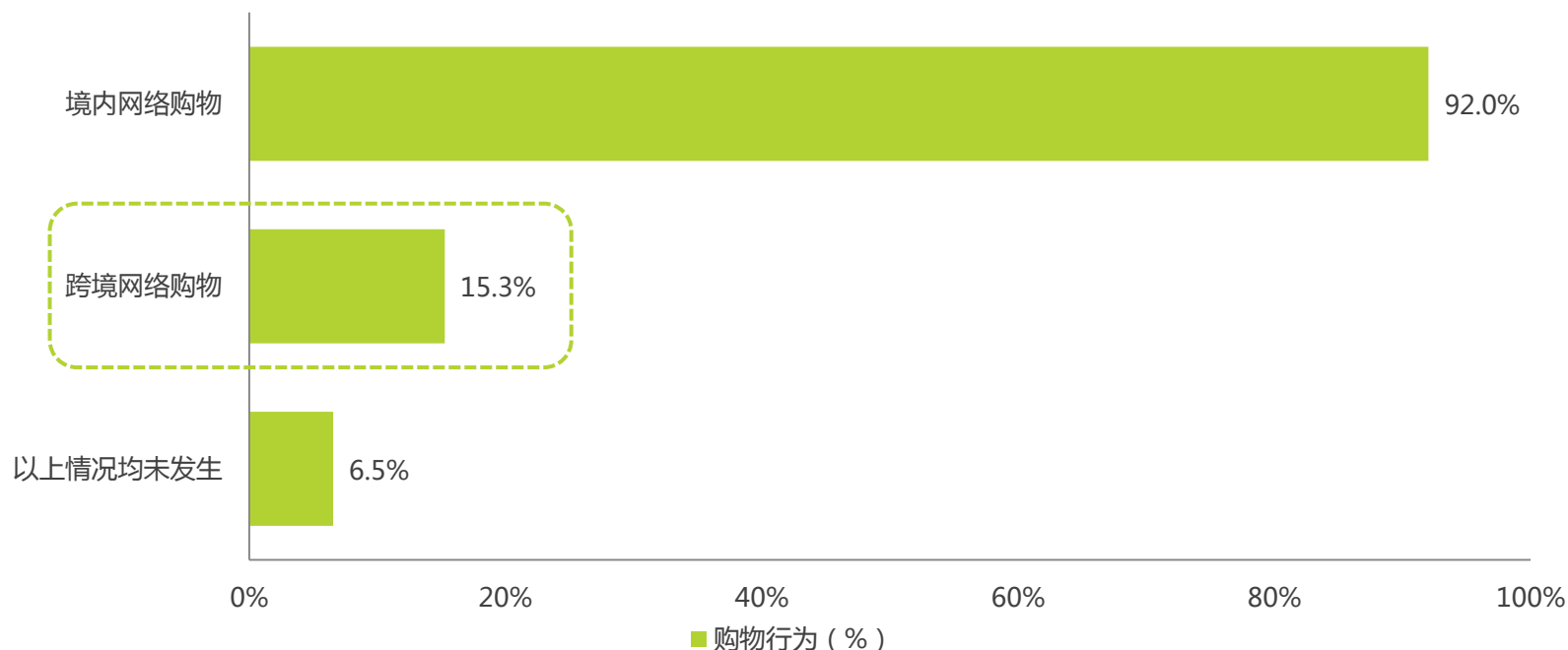
中国跨境网购用户的比例

目前跨境网购用户在整体网购用户中的比例偏低

根据艾瑞咨询2014年中国跨境网络购物的调研数据，在网民的购物行为中，92.0%的网购用户在2014年内进行过“境内网络购物”，而进行过“跨境网络购物”的网购用户的比例为15.3%，在整体的占比较少。

艾瑞分析认为，一方面，目前大部分网购用户对跨境网购的了解不足；另一方面，跨境网购对用户的语言、选品等跨境购物技巧要求较高，因此现阶段跨境网购用户在整体网购用户中的比例较低。

2014年中国跨境网络购物用户在整体网购用户中的比例



样本：N1（总体）=3440；N2（境内网络购物）=3166；N3（跨境网络购物）=525；N4（以上情况均未发生）=225；根据2014年12月iClick社区第十四届艾瑞网民网络习惯及消费行为调研数据获得。

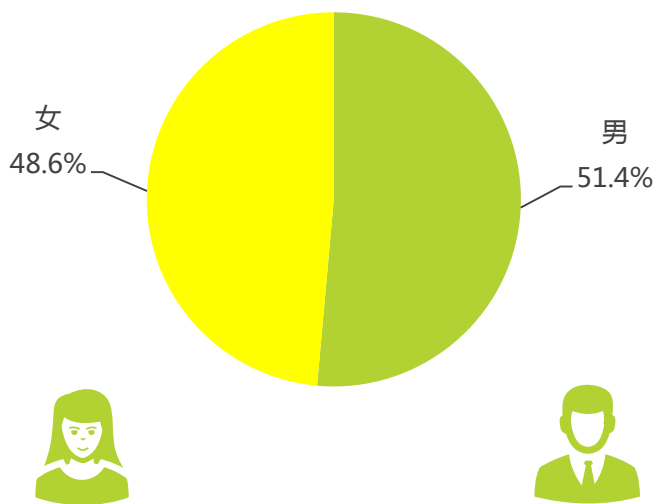
中国跨境网购用户的性别与年龄分布

男性略多于女性，26-35岁的用户是主力

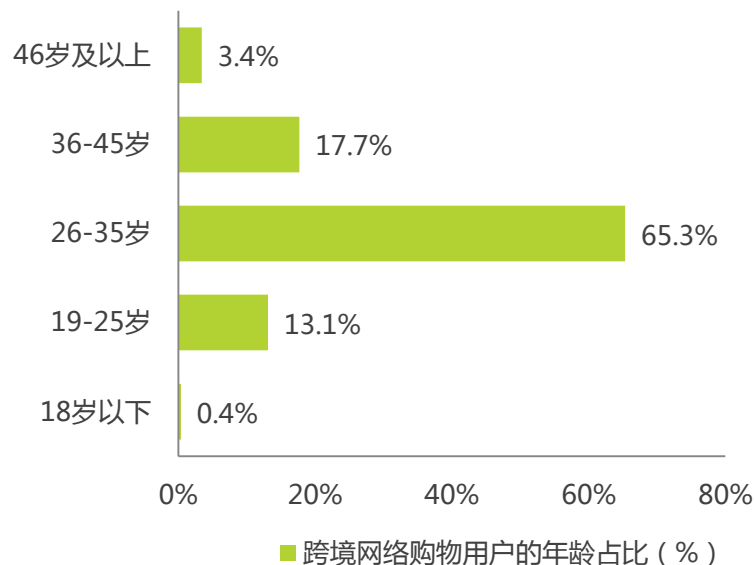
根据艾瑞咨询最新调研数据，2014年中国跨境网络购物用户的男、女性别比例分别为51.4%与48.6%，男性用户略多于女性用户。

在用户年龄方面，26-35岁的用户占比高达65.3%，而19-25岁与36-45岁的用户占比分别为13.1%与17.7%。艾瑞分析认为，一方面，26-35岁的青年用户有更多机会接触新事物，对新事物接受程度也较高，且较愿意尝试；另一方面，跨境网购总体较普通网购的消费（产品价格与物流费用等）相对更高，而26-35岁的用户多有工作收入，有一定的购买力，成为2014年中国跨境网络购物的主力群体。

2014年中国跨境网络购物用户的性别比例



2014年中国跨境网络购物用户的年龄分布



样本：N=525；根据2014年12月iClick社区第十四届艾瑞网民网络习惯及消费行为调研数据获得。

1

2014年中国跨境网购用户基本属性分析

2

2014年中国跨境网购用户行为分析

3

2014年中国跨境网购用户态度分析

4

2014年中国跨境网购用户满意度分析

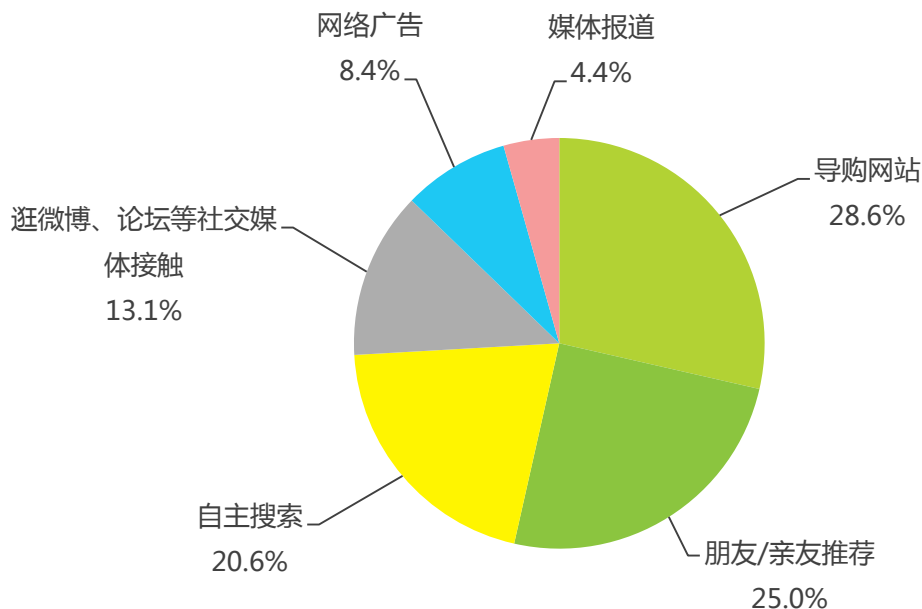
中国跨境网购用户了解跨境网购的途径

通过“导航网站”与“朋友/亲友推荐”方式了解的用户过半

根据艾瑞咨询最新调研数据，2014年中国跨境网络购物用户了解跨境网购方式的主要途径是通过“导购网站”，此项比例为28.6%；其次是“朋友、亲友推荐”，比例为“25.0%”；再次是“自主搜索”，比例为20.6%。另外，“逛微博、论坛等社交媒体接触”也是跨境网购用户了解跨境网购方式的重要途径，占比13.1%。

艾瑞分析认为，由于现阶段大部分国内网购用户对跨境网购的了解与使用相对较少，部分导购网站上关于跨境网购的专区，能让用户更多地了解跨境网购的相关网站、商品、配送、支付以及相关资讯等较为全面的信息；而朋友、亲友推荐则是一种更为直接且形象的了解跨境网购的方式。二者均是用户了解跨境网购购物方式的重要途径。

2014年中国跨境网络购物用户了解跨境网购购物方式的途径



样本：N=525；根据2014年12月iClick社区第十四届艾瑞网民网络习惯及消费行为调研数据获得。

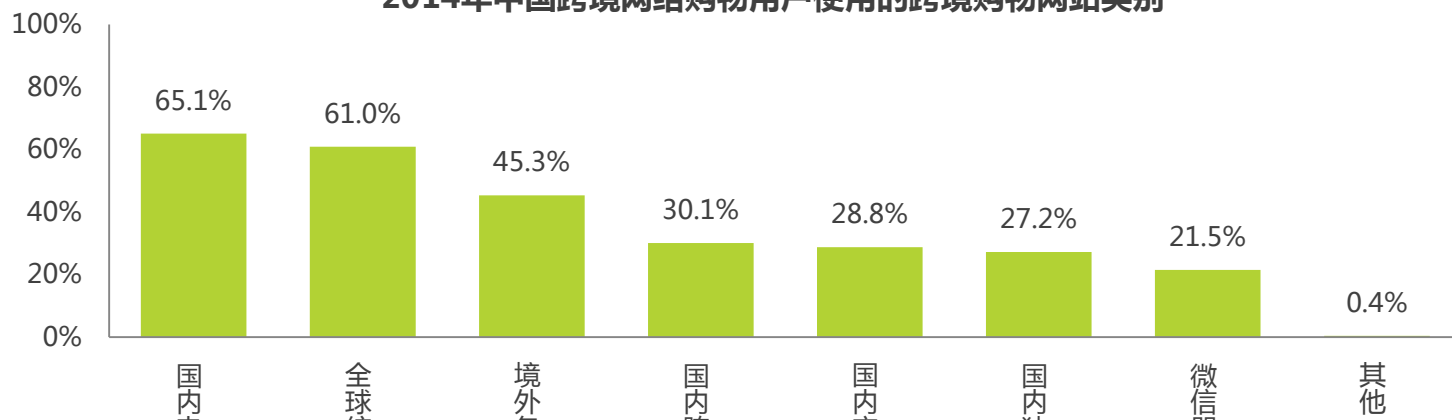
中国跨境网购用户使用跨境购网站类别

“国内电商网站境外购物频道”与“全球综合电商网站”是首选

“国内电商网站的境外购物频道”与“全球综合电商网站”是2014年中国跨境网络购物用户使用最多的跨境购物网站，占比分别为65.1%与61.0%。而“境外各国购物网站”也是中国跨境网络购物用户的重要选择，占比近半（45.3%）。另外，也有少数网民选择“国内跨境网购导购网站”、“国内官方性质跨境网购平台”、“国内独立跨境电商网站”和“微信朋友等社会化媒体代购”等进行跨境网购。

艾瑞分析认为，国内网民对跨境网购仍存在了解不足的问题，国内大型电商平台的境外购物频道和全球综合电商网站的知名度与信誉度较高，是国内网民跨境网购的首选平台。随着网民跨境网购的增多，使用的跨境购物网站也将更加多元化。

2014年中国跨境网络购物用户使用的跨境购物网站类别



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21789

