

М.Толк

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЙ ЦЕНТР
ДЕЛОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

сферы электронной коммерции



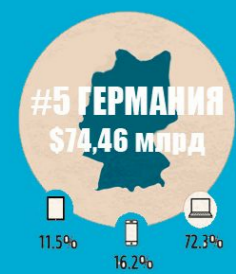
ТОП 10 рынков E-COMMERCE



- Средний возраст онлайн покупателя — 25 лет
- Шоппинг — самая быстрорастущая онлайн активность



- 33% онлайн продаж совершаются после 6 вечера
- Онлайн торговля составляет 30% экономики



- Чаще всего электронную почту открывают по утрам
- Половина онлайн продаж приходится на Amazon и Otto



- Самая высокая скорость интернета в мире
- Большинство людей совершают покупки с 10 до 12 вечера



- 13% россиян покупают онлайн
- Наиболее популярный способ оплаты - наличными при доставке



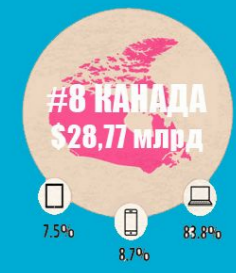
- 72% малых и средних бизнесов не торгуют онлайн
- Больше покупают через компьютеры, меньше — через мобильные устройства



- 97% интернет-пользователей совершают покупки онлайн
- Любимая онлайн активность — чтение электронной почты



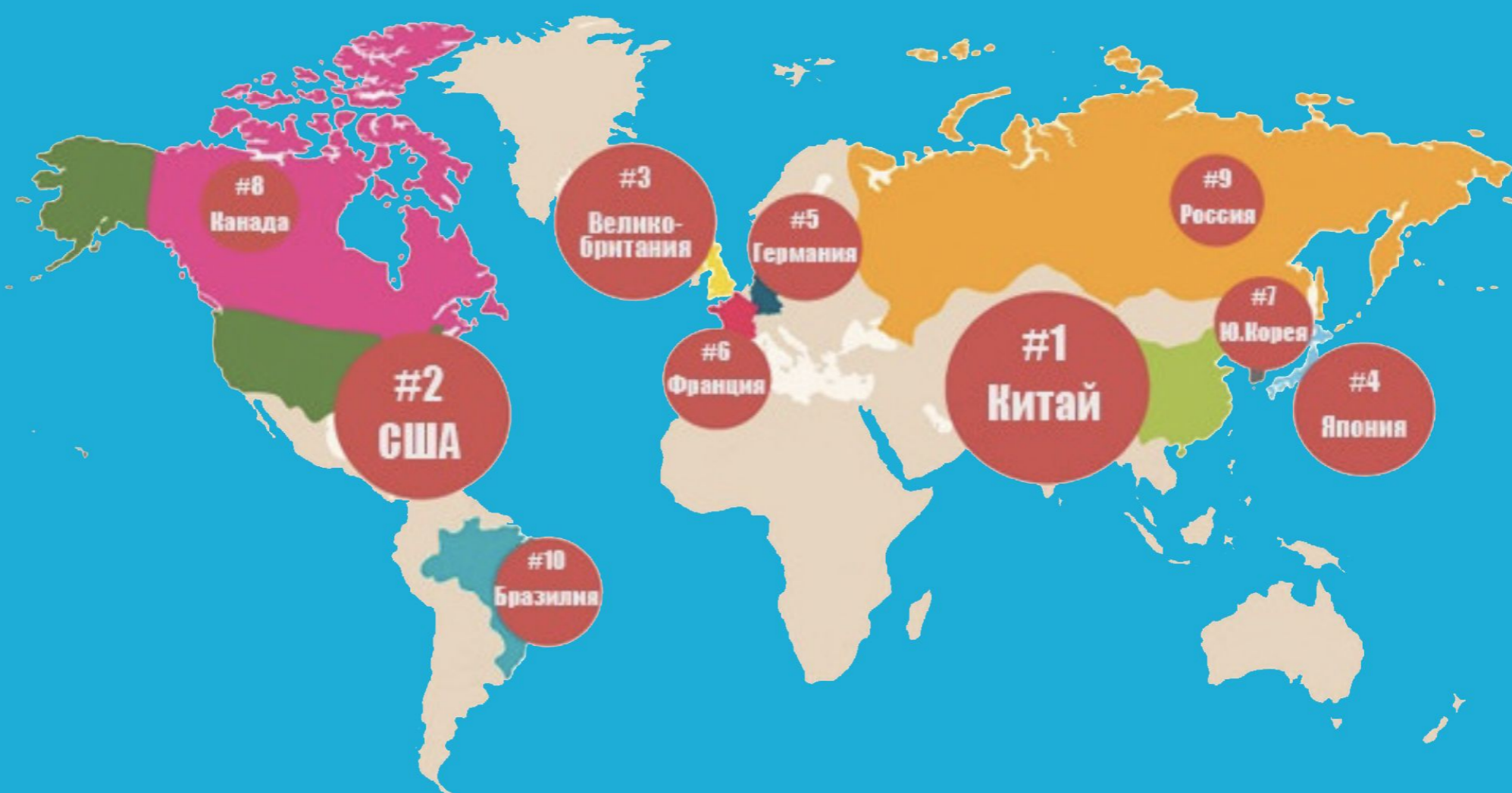
- Только 68% французов пользуются интернетом
- 19% покупок совершаются на иностранных сайтах



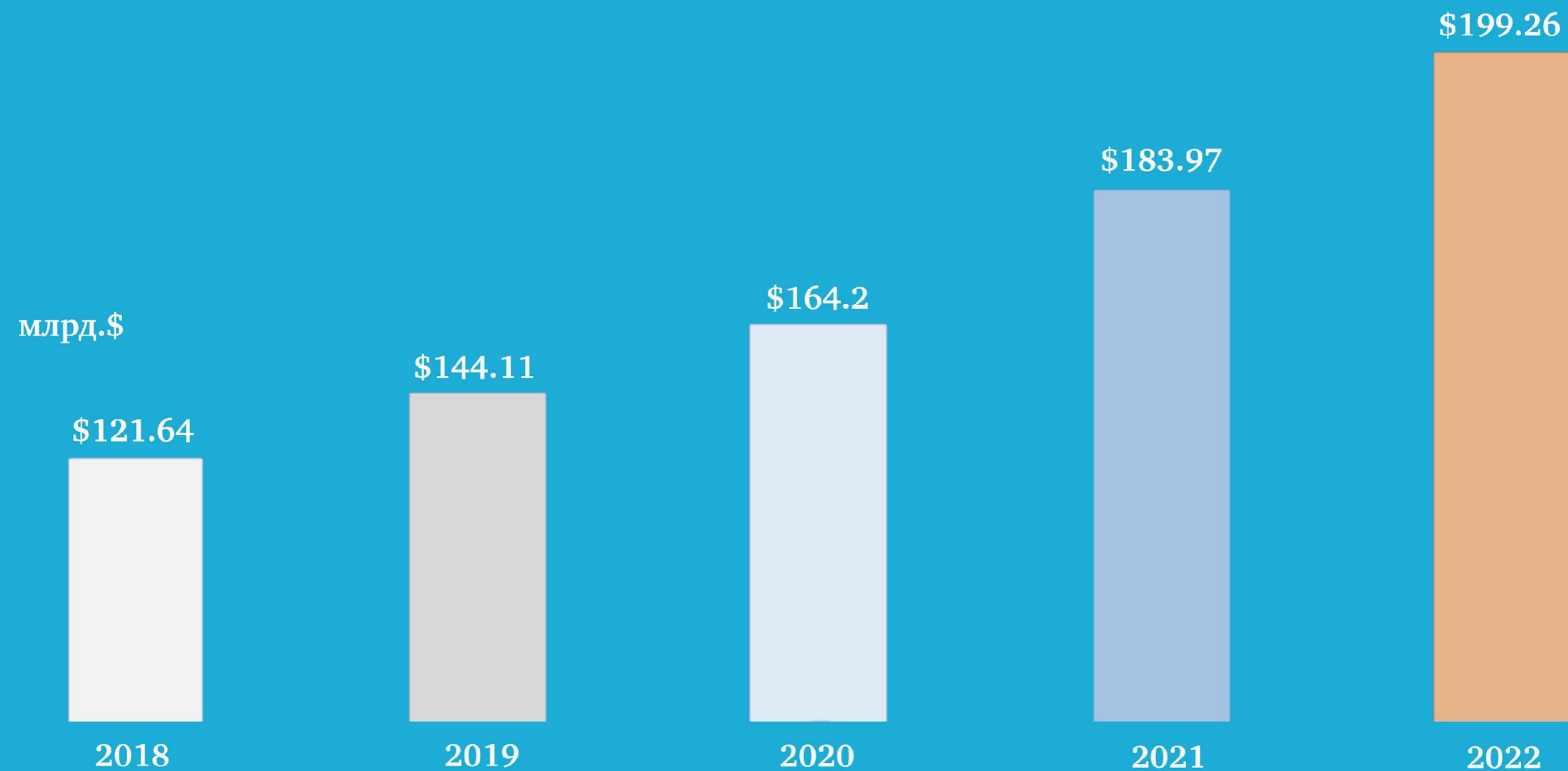
- 45% покупок происходят на иностранных сайтах
- Около 70% пользователей смартфонов покупают через мобильные устройства



- 18% всех онлайн магазинов продают одежду и аксессуары
- Только 7% покупок совершаются через смартфоны



Розничные продажи через интернет в Китае



КИТАЙСКИЙ E-COMMERCE В ЦИФРАХ

1,4 МЛРД
ЧЕЛОВЕК
НАСЕЛЕНИЕ
КИТАЯ



533 МЛН
ОНЛАЙН
ШОППЕРОВ

СРЕДНИЙ РАСПОЛАГАЕМЫЙ ДОХОД



ШАНХАЙ
58 987
юаней



ПЕКИН
57 230
юаней



ПО СТРАНЕ
25 974
юаней

ТЕМПЫ РОСТА 7,3%

СРЕДНЕГОДОВОЙ ЧЕК ОНЛАЙН

1800\$ 12 198
ЮАНЕЙ

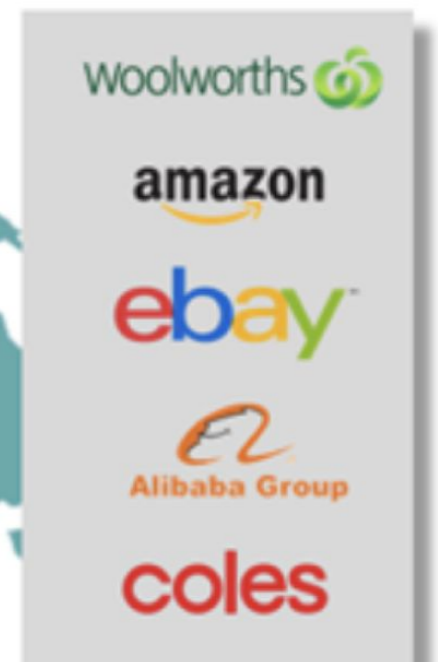
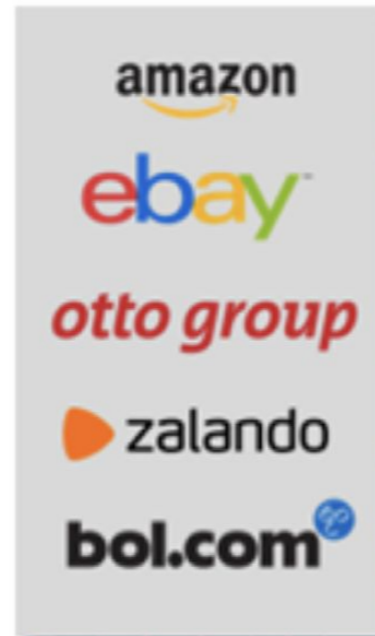
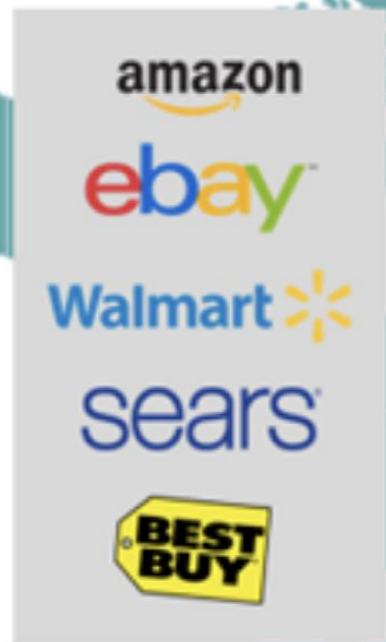
что составляет 45,7% от всех розничных
расходов на душу населения

ТЕМПЫ РОСТА 7%

ОБЪЕМ ОНЛАЙН-РОЗНИЦЫ 7,18 ТРЛН ЮАНЕЙ

ТЕМПЫ РОСТА ГОД К ГОДУ 32,2%

Мировые торговые интернет площадки



Ключевые игроки



京东全球购
JD Worldwide



天猫国际
TMALL GLOBAL

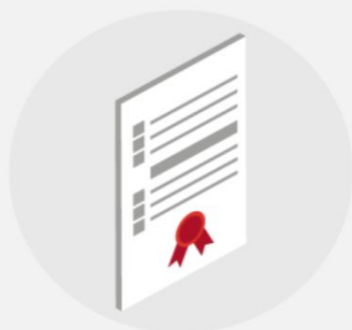


网易考拉海购
K A O L A . C O M

ОСНОВНЫЕ ДОСТОИНСТВА ПЛАТФОРМ ГЛАЗАМИ ПОТРЕБИТЕЛЯ:



АССОРТИМЕНТ



ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА



ПОСТПРОДАЖНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ



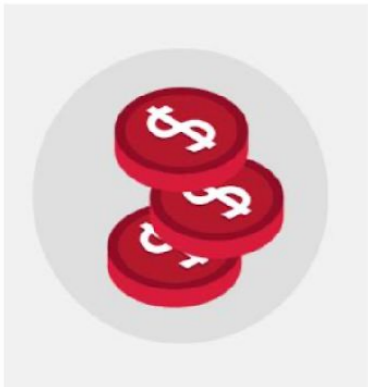
ДОСТАВКА

Причины выбора платформ трансграничной онлайн торговли

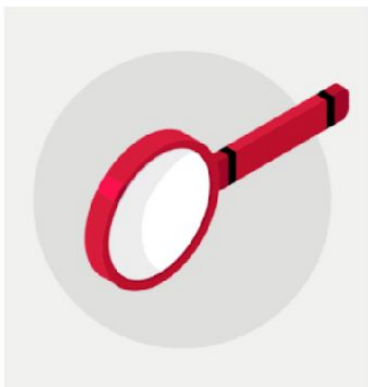
ВЫГОДНО ПРОДАВАТЬ



Не требует оформления CFDA



Меньшие финансовые и временные инвестиции



Возможность исследовать рынок

ВЫГОДНО ПОКУПАТЬ



Качество и безопасность товаров, произведенных за рубежом



Аутентичность брендов



Широкий ассортимент брендов недоступных оффлайн

МОДЕЛИ ЭКСПОРТА В КИТАЙ



каналы трансграничной электронной торговли в Китае



категории товаров наиболее популярных в трансграничной интернет-торговле в Китае



мода



косметика



лекарства и БАДы



предметы роскоши



мать и дитя



нескорпортующиеся
продукты

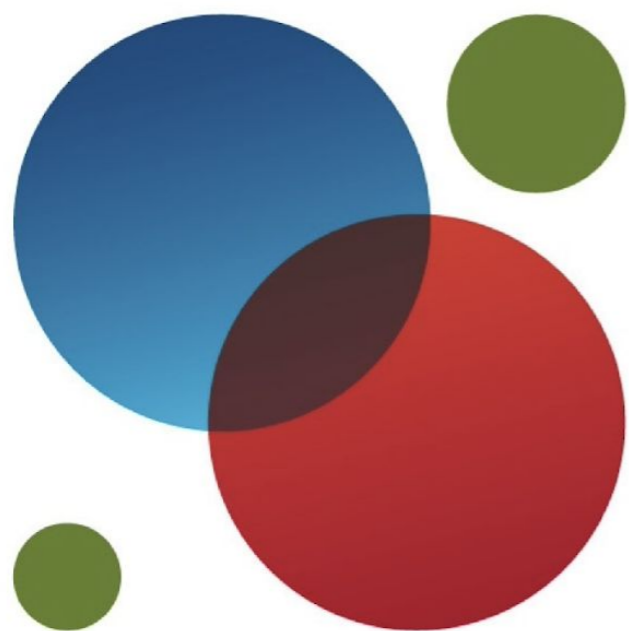
Процесс открытия магазина на Tmall Global





ПРЕДПОЧТЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ МОДЕЛЕЙ КИТАЙСКИМИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ОНЛАЙН ПЛАТФОРМ В 2018 г.

- 58,5%** Ограниченные во времени скидки и промо-мероприятия
- 41,6%** Описание товара, отзывы
- 37%** Ежедневные обновления
- 31,3%** Самое главное - хорошая цена
- 24,4%** Рекомендации блогеров/сообществ
- 21,4%** Короткие видеоролики
- 16,5%** Прямые трансляции
- 0,1%** Другое



М.Толк

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЙ ЦЕНТР
ДЕЛОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ