

任务二 跨境电商国别市场调研 与分析



堂上讨论

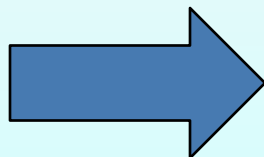
◆ 跨境电商国别市场调研主要研究哪些内容?



◆ 跨境电商国别市场信息的收集主要有哪些方法?



◆ 跨境电商国别市场调研主要通过哪些途径?



一、调研内容---PEST

- ◆ 1 政治(Politics): 与我国的外交关系、国内政治是否稳定、对跨境电商进口的政策, 外贸政策、法律法规等
- ◆ 2 经济(Economy): 经济发展水平、人均收入、购买力、物流基础设施、银行卡的普及率、本国的产业结构(是否有完善的工业, 是否需要国外进口)



宏观市场分析

- ◆ 3 社会与文化：人口、地理分布、年轻人口占比、消费习惯、对我国产品的印象，网购习惯，文化传统、价值观等
- ◆ 4 技术：科技总体发展、国家对科技的支持、支付安全、移动应用，4G网络的应用、技术的保护情况等



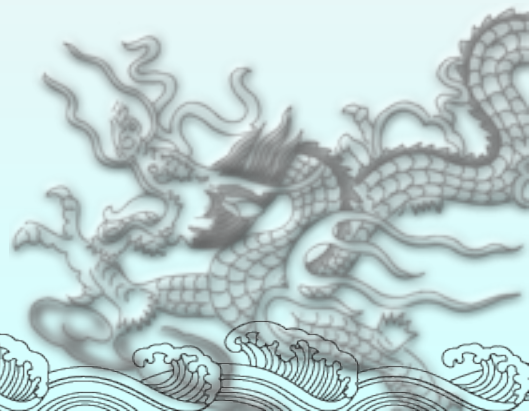
二、调研方法

调研方式	调研方法
普查	文案法（书籍，网络） 跨境电商书籍、我国驻外使馆对外投资报告、国外网站调研等
典型调查	实验法（通过实验对比） 例如：部分客户赠送礼品，部分不赠送礼品，观察不同客户的回头率和忠诚度，看判断赠品的作用。
抽样调查	访问法（面谈，网络在线调查等）



三、文案调研调研渠道

- ◆ 网络资料（权威网站信息、竞争者网站、海外社交媒体等）
- ◆ 相关书籍
- ◆ 跨境电商平台店铺后台数据
- ◆ 权威机构的报告（商务部投资国别指引、世界银行报告，国际货币基金组织报告、跨境电商平台报告等）



四、市场调研和分析的步骤

根据中国电子商务研究中心数据，当前我国主要的跨境电商出口市场是：美国、欧盟、俄罗斯

以美国为例，调研宏观市场

- ◆ 1、哪里找资料？
- ◆ 各类网站——跨境电商咨询网站（雨果网）、海外网站（品牌网站、搜索引擎、社交网站）世界机构网站，如世界银行网站www.worldbank.org
- ◆ 跨境电商平台的市场调研报告（敦煌网行业市场报告）
- ◆ 各类跨境电商书籍——美国、北美的总体情况
- ◆ 商务部投资国别指南——美国的宏观环境的信息（信息可信度高）

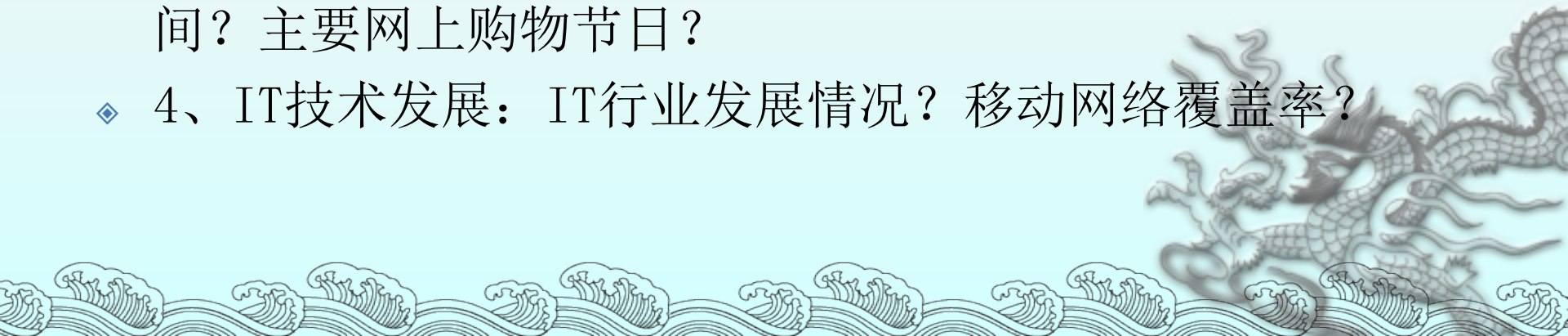
◆ [店铺后台数据](#)

- ◆ 2 信息归纳
 - ◆ (1) 筛选有用的信息（针对跨境电商市场推广）
 - ◆ (2) 归纳整理信息（便于分析与决策）
- ◆ 3 分析与决策
 - ◆ (1) 从信息中找出有助于选择市场的信息
 - ◆ (2) 作出决策



堂上实训

- ◆ 请根据商务部美国投资指南摘要，以及相关资料，回答以下问题：
- ◆ 1、美国与我国的外交关系？美国近年对我国的外贸政策？
- ◆ 2、美国人购买力情况？信用卡普及度？物流设施？国内产业情况（哪些产品需要进口？）
- ◆ 3、总人口数量？25-54岁人群的比例？网民数量？上网时间？主要网上购物节日？
- ◆ 4、IT技术发展：IT行业发展情况？移动网络覆盖率？



美国宏观市场分析

◆ 经过资料查询与收集，总结出美国宏观市场的特点如下：

1、政治与法律环境

政治稳定，法律体系完善。与我国政治关系总体平稳，近年开始对我国商品征收较高关税，对我国的出口有一定影响。但网络购物市场成熟，是全球最大的跨境电商零售市场。



美国宏观市场分析

2、经济

经济发展水平高，属于高度发达国家。人均国民收入较高，物流、通信设施完善，IT服务业（普及移动应用）、银行业发展程度高（银行卡、信用卡普及率高）。

国内工业以高新行业为主，民用轻工业，机电行业早已转移到发展中国家。对日用品有大量的需求，需要进口。



美国宏观市场分析

3、社会与文化

2018年人口有3.28亿，是个多民族国家。

2018年人均收入62,850美元一年（世界银行数据）

美国互联网活跃用户2.8亿，普及率87%。

节假日（主要购物节：圣诞节，黑色星期五，复活节）

政府鼓励消费，储蓄率低，居民生活支出水平较高



美国宏观市场分析

4、技术

高新科技行业、IT行业发达

移动通讯行业发达， 4G网络覆盖率95%

政府重视知识产权



店铺后台访客画像分析

