

调查报告

2018 全球跨境消费者购物趋势

近年来，海淘在全球掀起了火热的浪潮，跨境电子商务得以快速成长。对于从业商家而言，是机遇也是挑战，如何在群雄逐鹿的市场中找到自己的市场是重中之重。

PayPal 调查了全球 31 个国家约 34,000 名消费者在过去 12 个月的海淘习惯。透过这份数据报告，您可以详实了解消费者的购物趋势，以便您精准布局未来，把握更多商机。

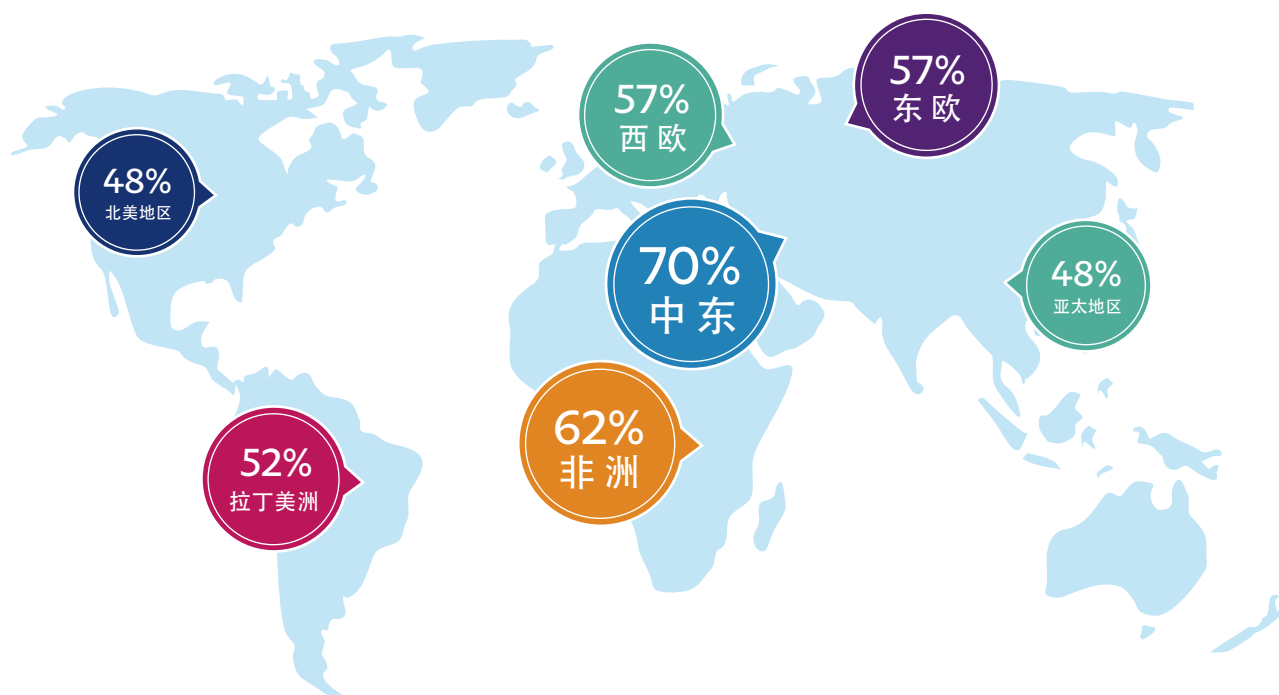


关注" PayPal 外贸帮 " 微信
即时掌握最新外贸资讯



全球跨境电子商务呈快速上升趋势

在接受调查的 31 个国家中，大约 50% 的受访者表示他们进行过海淘。其中发展中国家的海淘人数名列前茅，中东与非洲分别有 70% 和 62% 的受访者表示进行过海淘。



% 表示所有接受调查国家/地区的受访者进行跨境购物的比例。

海淘发生机率最高的国家



爱尔兰



奥地利



以色列



以上三个国家，80% 的受访消费者表示：他们每年都会进行跨境购物。

海淘消费增长最快的国家



印度



阿根廷



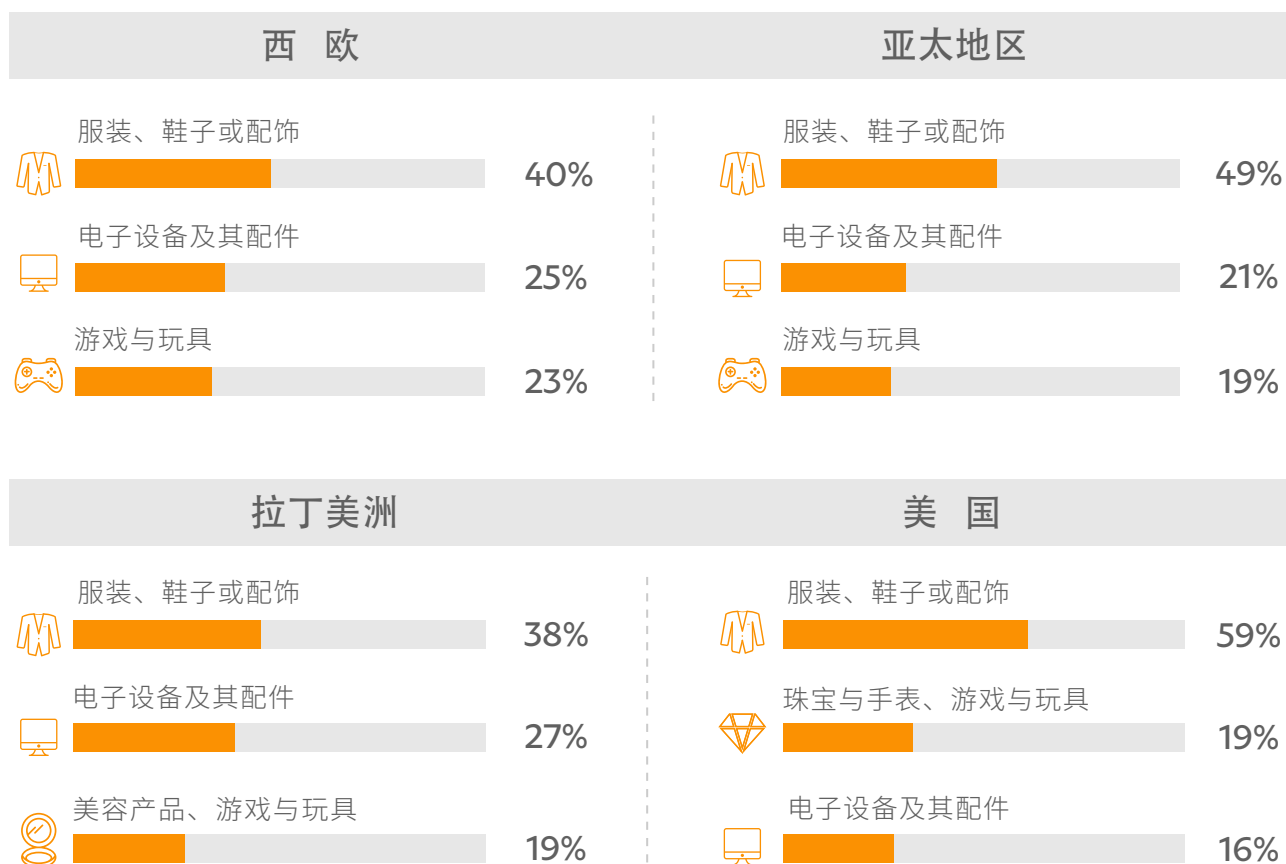
菲律宾

中国成为最受欢迎的海淘目的地



消费者选择中国进行海淘最主要原因是“商品价格便宜”，占调查人数87%，其次是为了购买“当地罕见的商品”和发现“新奇或有趣的产品”，分别占调查人数的34%和36%。

服装、鞋子或配饰是各国消费者在中国海淘最热门品类



激励与阻碍消费者进行购物的各个因素

触发消费者进行跨境购物的三大原因

- 优惠的价格（含运费）...44%
- 免运送费44%
- 安全的支付方式38%



激励消费者完成跨境购物的三个主因

- 支持地货币支付76%
- 实时的汇率情况62%
- 网站有本土语言版本57%



影响消费者放弃进行海淘的三大因素

- 物流费用25%
- 物流速度24%
- 物流的安全性24%



消费者在选择支付方式时的三个考虑

- 支付方式的安全性44%
- 方便的支付方式36%
- 支付方式的普及率30%



优化四大核心要素，提升业务转化率

综上所述，商品价格、属性以及支付方式是消费者在海淘时主要的考量因素以及购物偏好，您可以以此为切入点，进行针对性的优化，为海淘者提供他们所期望的海淘环境，这也许能为您带来更多的顾客，甚至提升转化率。



有竞争力的价格

价格作为消费者选择海淘最主要的原因，设定具有竞争力的商品价格，可以为您获得更多的海淘者，当然您也可以借助促销活动或免除运送费等方式，激励海淘者进行购物。



新奇有趣的商品

在自己国家所没有的商品是消费者选择海淘的第二大原因。提供新鲜有趣的商品，并做好相应的营销策略，令他们可以轻易发现您的商品，能让您获取更多商机。



支持当地货币付款

无法使用当地货币付款是海淘者放弃购物的主要原因，其次是汇率的变化。通过 PayPal 进行收款，不仅支持客户使用当地货币付款，还能在付款前查看 PayPal 的币种兑换汇率，有效地帮助您提升业务转化。



提供安全的付款方式

支付方式的安全性是海淘者选择支付方式时最主要的考虑因素。而 PayPal 在全球 200 多个国家/地区，超 2 亿用户的信赖，为您与消费者建立信赖，促进交易。

想知道更多 PayPal 产品信息 及跨境电商市场洞察？



PayPal 外贸一站通

每月更新外贸知识、行业趋势及业务管理技巧，满满的干货，全部免费下载，助您更好地拓展外贸业务。

www.paypal.com/c2/information-hub



PayPal 市场观测站

通过 PayPal 市场观测站工具，您可以了解世界各个国家、地区的购物喜好，洞悉市场大环境，助您开拓全球市场。

www.paypal.com/c2/passport



" PayPal 外贸帮 " 微信

扫描二维码，关注 " PayPal 外贸帮 " 微信，每周获取最新的外贸资讯、知识与经验分享，更可以关联 PayPal 账号，随时查看账户余额及交易动态，享受 PayPal 的深度服务。

请注意：

- ✧ 本文中的信息由 PayPal 编写，仅供参考和营销之用，这些信息不构成任何形式的法律、财务、商业或投资建议，并且不能代替合格的专业意见。
- ✧ 在寻求适当的专业意见之前，您不应该依据本文中包含的任何内容采取或不采取行动，本文的内容包含一般性信息，可能无法反映当前的发展或者解决您的实际问题，对于您根据本文的任何内容采取或无法采取的任何行动，PayPal 不承担任何责任。
- ✧ 虽然本文中的信息是从我们确信可靠的来源收集的，但我们对其准确性不作任何陈述，所提供的链接和其他工具仅供参考，PayPal 对其内容概不负责。本文不为任何形式的第三方产品和第三方服务提供担保或推荐。