

中国东盟跨境电商发展趋势分析



前言

中国与东盟一衣带水、山水相连，自古以来就有“下南洋”经商的历史传统，自 2010 年中国—东盟自由贸易区正式建立以来，中国与东盟十国间的经贸往来更加频繁，双方间的货物贸易、服务贸易和相互投资数额逐渐扩大，2018 年，东盟已连续七年成为中国第三大贸易伙伴。

随着中国与东盟间经贸关系日渐广泛深入，国际贸易新业态、新模式也不断涌现，这其中跨境电商表现尤为突出。2016 年东盟就已成为中国第九大跨境电商贸易伙伴，并且是仅次于美国和欧盟的中国第三大跨境电商出口市场。

第一章

中国—东盟跨境电商发展现状

一、中国—东盟跨境电商发展背景

(一) 中国与东盟间经贸往来密切

目前 **4000 万** 华人华侨
在东南亚居住生活

95% 的税目产品实施零关税

中国 与东盟由于地缘关系接近，明清时期便有大批闽粤人“下南洋”经商的历史传统。自 2010 年中国—东盟自由贸易区成立，2016 年中国—东盟自贸区升级版生效，中国与东盟间贸易日趋自由化，有近 95% 的税目产品实施零关税，跨境贸易总额基本保持稳定增长态势。

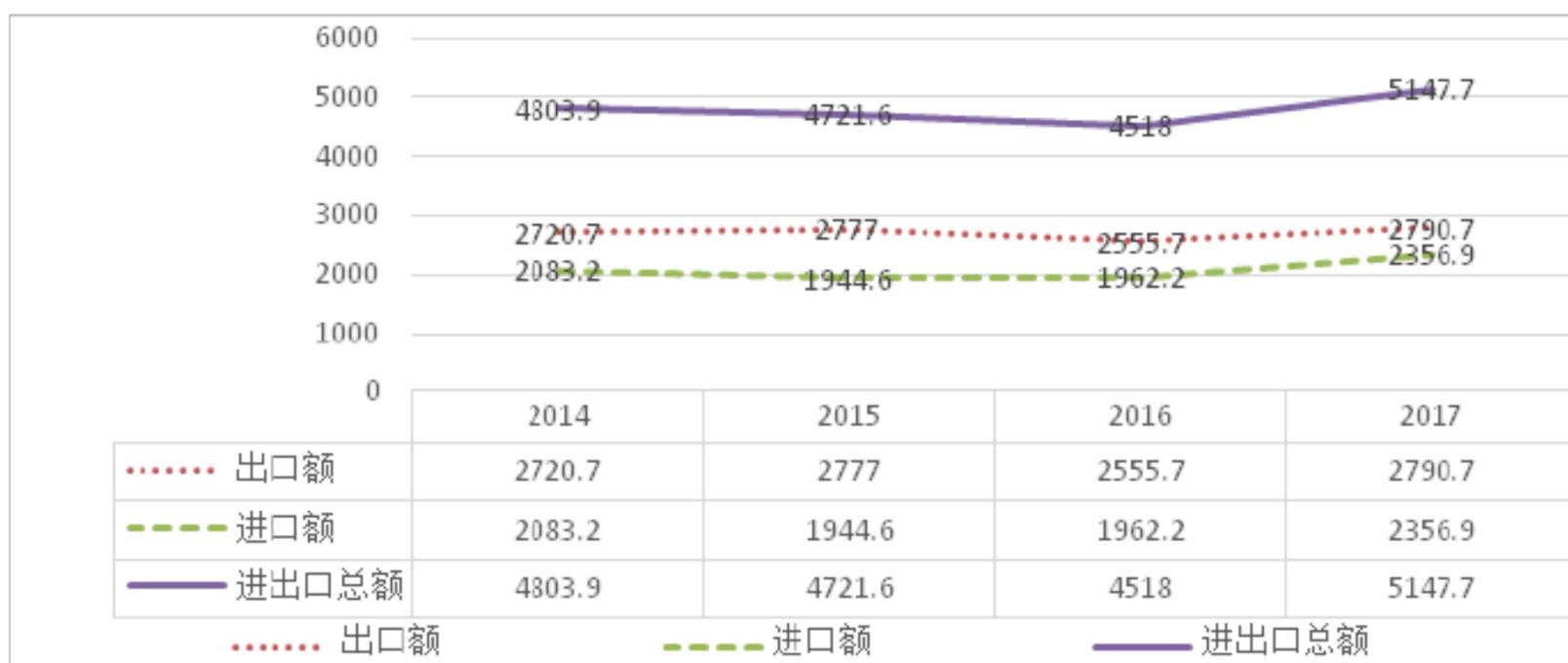


图 1 2014-2017 年中国对东盟跨境贸易情况（亿美元）

* 数据来源：商务部、中国海关总署、阿里研究院、艾媒咨询、Statista、雨果网

（二）中国跨境电商持续保持较快发展态势

中国跨境电商起步较早，早期主要是 2004 年左右兴起的个人代购，自 2008 年以来，中国跨境电商交易额呈逐年递增态势，2016 年跨境电商交易额与 2008 年相比翻了近 4 番，达到了**6.7 万亿元**。

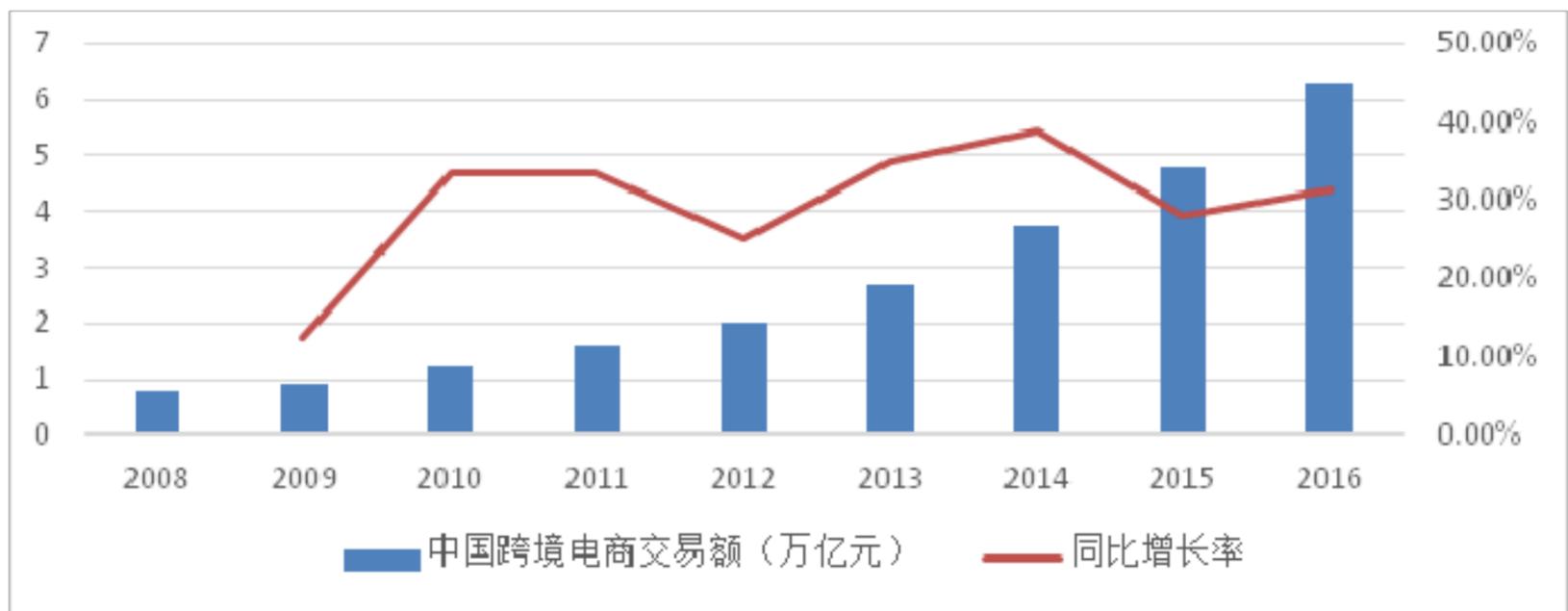


图 2 2008-2016 年中国跨境电商交易额

（三）东盟电子商务发展现状



图 3 2018 及 2022 年东盟六国电子商务行业预估营收（百万美元）

* 数据来源：商务部、中国海关总署、阿里研究院、艾媒咨询、Statista、雨果网

二、中国—东盟跨境电商发展情况

（一）中国—东盟跨境电商发展概况

2016年东盟是中国第九大跨境电商贸易伙伴，中国出口跨境电商主要国家、地区占比前5位分别为美国16.5%、欧盟15.8%、东盟11.4%、日本6.6%和俄罗斯4.2%，东盟是仅次于美国和欧盟的中国第三大跨境电商出口市场。



图4 东盟十国零售跨境电商主要出口商品品类

中国—东盟跨境电商零售贸易中，泰国乳胶枕、香米，新加坡的保健品，马来西亚的饼干、速溶咖啡，菲律宾的芒果干，越南的速溶咖啡在中国较受欢迎。

中国企业：

- * 截至2018年3月，阿里巴巴累计向东南亚最大的B2C电商平台LAZADA投入40亿美元。
- *2017年，阿里巴巴首个海外eWTP试验区——“马来西亚数字贸易区”在吉隆坡全面启动运营。
- *2017年阿里巴巴入股印尼电商公司Tokopedia。2017年2月，蚂蚁金服宣布投资菲律宾金融公司Mynt。
- *2017年9月京东金融与泰国零售商上台集团成立合资公司。

* 数据来源：电子商务研究中心、商务部、阿里研究院

（二）中国—东盟跨境电商 ECI 指数

ECI 指数（E-Commerce Connectivity Index，跨境电商连接指数）能够反映中国与其他国家在跨境电商贸易方面的连接紧密程度。ECI 出口指数越高，表示该国购买“中国制造”的商品越多；ECI 进口指数越高，表示中国消费者购买该国商品越多。泰国是东盟十国中 ECI 进口、ECI 出口及 ECI 总指数最高的国家。

2016 年中国与东盟十国跨境电商连接指数

排序	国家	ECI 进口指数	ECI 出口指数	ECI 总指数
1	泰国	4.6	6.9	11.5
2	新加坡	4.0	2.3	6.4
3	马来西亚	2.9	1.8	4.7
4	印度尼西亚	3.9	0.7	4.6
5	菲律宾	2.5	0.3	2.8
6	越南	1.6	0.4	2.0
7	文莱	1.4	0	1.4
8	柬埔寨	1.3	0	1.3
9	缅甸	0.6	0	0.7
10	老挝	0.5	0	0.6

备注：ECI 指数 = ECI 进口指数 + ECI 出口指数
 ECI 进口指数 = 进口规模得分 * 权重 + 进口渗透率得分 * 权重
 ECI 出口指数 = 出口规模得分 * 权重 + 出口渗透率得分 * 权重

* 数据来源：阿里研究院《eWTP助力“一带一路”建设——阿里巴巴经济体的实践》

第二章

东盟主要国家与中国跨境电商贸易情况

一、泰国跨境电商发展情况

(一) 泰国电子商务发展情况

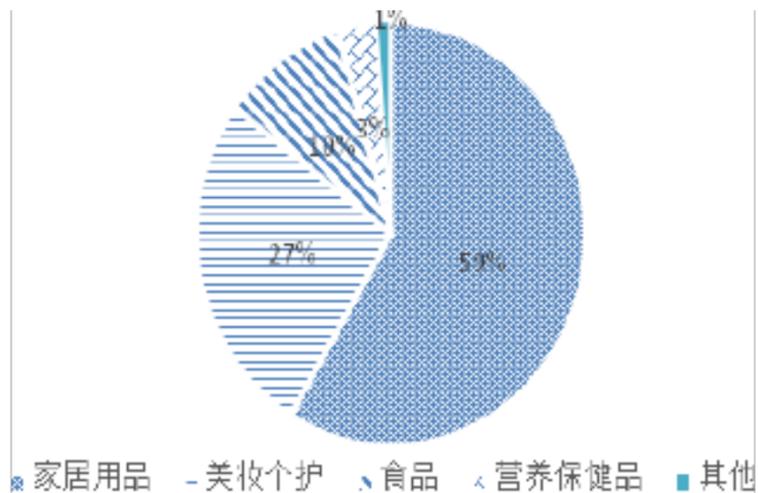


图5 2016年泰国跨境电商零售出口中国品类结构

泰国的电子商务起步较早，2001年泰国电子商务交易额就已达到250亿泰铢（约合54.63亿元），2016年泰国电子商务市场总交易额高达2.52万亿泰铢（约合5019.84亿元）。2016年11月，泰国的网购人均量为3.4件。

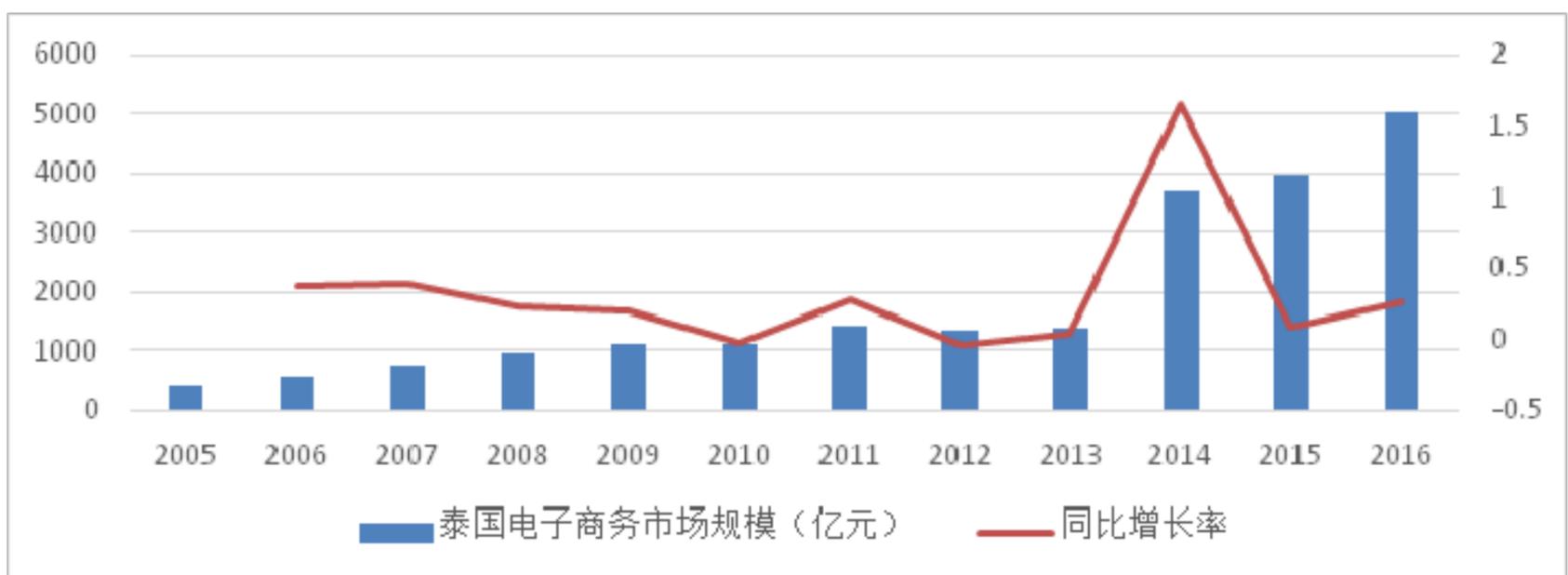


图6 2005-2014年泰国电子商务市场规模（亿元）

(二) 中泰跨境电商发展情况

2016年有124个泰国品牌在天猫国际平台上销售，总成交额同比增长152%，是商品销售额排名最高的“一带一路”沿线国家。2016年双十一，中国县域跨境电商进口来源国中，泰国排第九位。

* 顺丰速运2013年10月份就已进入泰国快递市场。

* 阿里巴巴与泰国开泰银行已开展合作，在泰国可以直接使用支付。

（一）新加坡电子商务发展情况

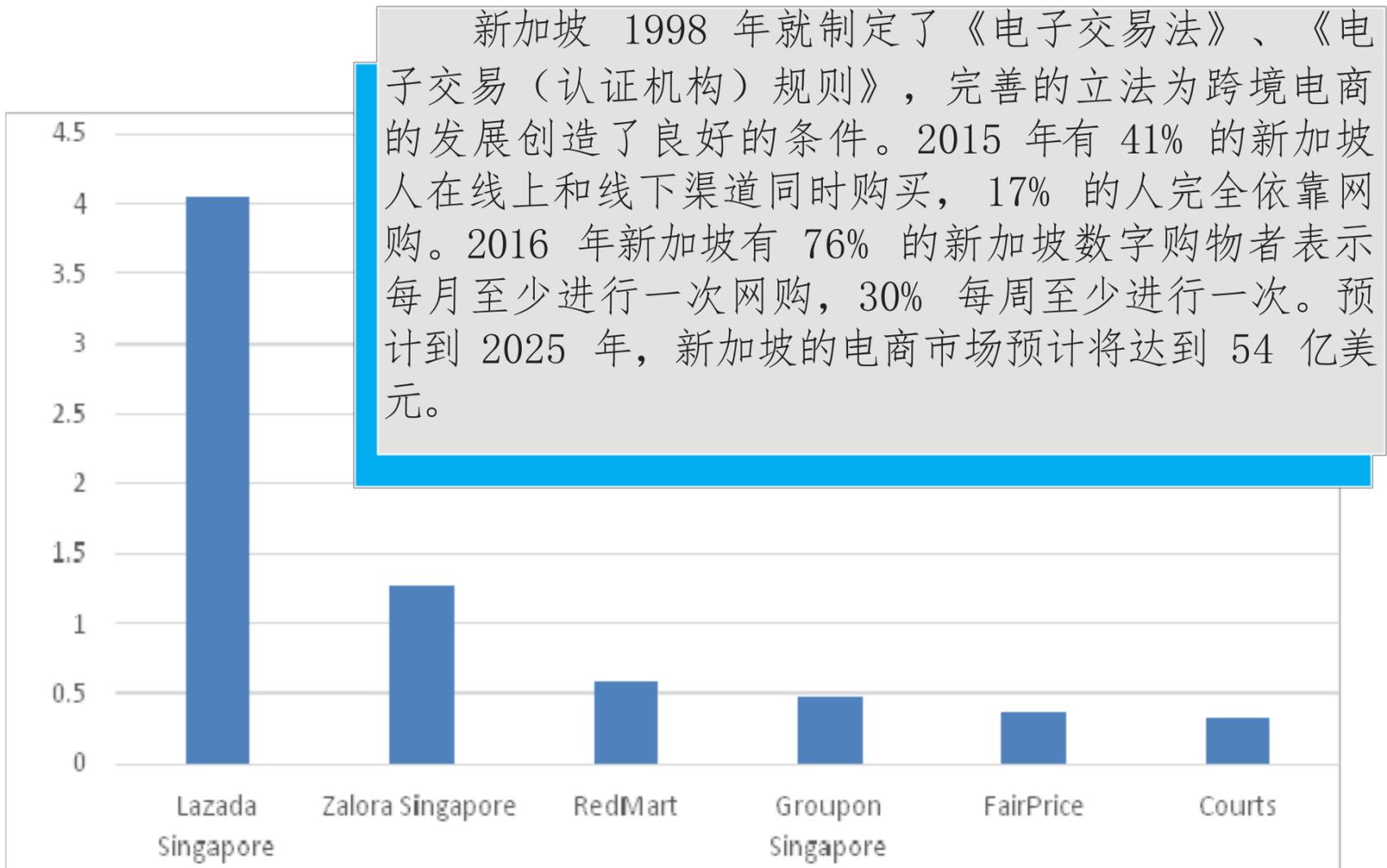


图 7 2017 年 4 月新加坡 B2C 电商平台访问量排行（百万）

（二）中新跨境电商发展情况

在对中国的跨境电商零售出口方面，2016 年新加坡商品在天猫国际的总成交额同比上涨 183%。出口商品品类主要包括：保健品、美妆、母婴用品、食品等种类，其中以保健品及美妆占比居多。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/365303321304011203>