FACEBOOK

国家快照
日本

市场数据概览



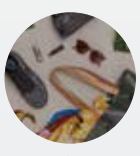
-0.5%
GDP 复合年增长率
(2014-2018)



47岁
平均年龄



93%
网络覆盖率



74%
电商覆盖率

吸引力何在?

稳定的政治状况
日本的政治政府非常稳定,是跨境货物进口关税和非关税壁垒最低的国家之一。[1]

消费能力
尽管日本经济停滞不前,但由于拥有较高可支配收入的中产阶级占比很高,日本的**消费能力高**于大多数重点市场。[2]

有利的商业环境
年轻人和老年人都有很高的数字化素养,这使得在日本建立数字化企业变得很容易。[3]

物流优势
高效的物流业和低廉的运费使日本在物流方面占尽优势。[4]

积分为胜

Rakuten

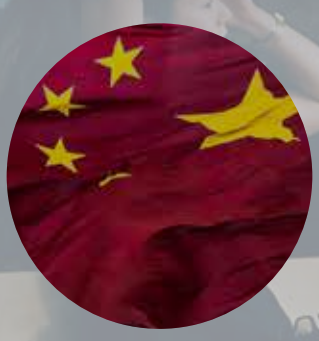
来自领先电商平台乐天(Rakuten)的半数以上的购物者表示,他们在网上购物是为了收集或使用积分,这说明忠诚或激励制度对日本消费者来说非常重要。[5]

配送2.0



创造符合个人生活方式和日程安排的送货系统是越来越多日本消费者的呼声,因此向这些"便利之王"提供快速送货以外的服务显得日益重要—亚马逊已经为客户开放了储物柜送货服务,让客户可以在自己方便的时候取件。[6]

需要注意什么?



对中国品牌的认知较为负面
就像其他发达国家,如法国和德国那样,"中国制造"的标签并不受欢迎,只有7%的人对其表现出正面倾向。[7]



贸易的负增长
日本在2017-18年间经历贸易负增长,下滑了4%—主要是因为中美贸易战波及到了日本的供货商。[8]



较低的媒体参与度
尽管日本是以创新能力出名的发达国家,他们在数字媒体领域奉行极简主义。智能手机的普及率(55%)落后于其它发达国家,日均使用互联网的时间几乎不超过4小时。[9]

本地化的服务

日语是日常生活和商务的主要语言,所以不仅要确保陈列的商品或投放的广告有日语版本,还要保证客户服务也是用日语进行的,这两点都至关重要。[10]

热门品类

	服装/鞋子	家居及园艺	美容/个人护理	配饰/眼镜	消费电子	玩具及游戏
零售额(以亿计,美元)	790	420	380	350	260	200
复合年增长率(2013-2018)	0.0%	+0.5%	+2.0%	+2.1%	-2.1%	+6.3%
电商占零售总额的比例	14%	2%	9%	10%	13%	4%

结语

日本的电商基础设施已经初具规模,但其他方面都不突出,在雄心勃勃的跨境企业面前还有很多其他选择。与发展中市场相比,它的增长潜力相形见绌,投资回报率也落后于那些消费者对高价值产品有兴趣的发达市场,如法国和德国。

方法

市场评估的结果基于对71个指标的广泛审查,这些指标来自行业报告、国际数据库(如世界银行)和凯度专有的报告(如凯度2019年全球监测和TNS 2019年数字化时代生活研究)。衡量指标分为宏观和商业因素(如GDP和贸易指标、关税率、经营便利度指数、物流绩效指数、人口统计)、人的角度(包括人口统计、平均收入、消费者开放度)、电商机遇(电商覆盖率、频率、市场竞争)和数字媒体参与度(网络覆盖率、社交媒体使用程度、数字广告费率和支出)。这些指标是基于跨境电商对中国卖家的吸引力而被挑选并分析的。

这份评估针对巴西、法国、德国、日本、墨西哥和南非6个市场进行,并以美国作为基准指标来进行比较。

数据来源

1 https://data.worldbank.org/, https://www.theglobaleconomy.com/rankings/wb_political_stability/
2 https://data.worldbank.org/
3 https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
4 https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Trade/LPI2014.pdf
5 https://www.dentsu.com/news/ideas/e_commerce_2.html
6 https://www.japantimes.co.jp/news/2019/09/19/business/corporate-business/amazon-japan-locker-delivery-service/#.XhxHKMgzaUk
7 https://www.statista.com/statistics/682482/made-in-country-index-china-by-country/
8 https://data.worldbank.org/
9 https://wearesocial.com/global-digital-report-2019
10 https://www.dentsu.com/news/ideas/e_commerce_2.html