



# 全球品牌 跨境電商營運模式

## 美國網購市場與 跨境電商新商機



US online shopping market and  
opportunities for cross-border e-commerce

# 全球品牌 跨境電商營運模式

美國網購市場與跨境電商新商機

US online shopping market and  
opportunities for cross-border e-commerce

# 全球品牌 美國網購市場與跨境電商新商機 跨境電商營運模式

董事長兼發行人／梁國新

副董事長／單驥

秘書長／黃文榮

副秘書長／葉明水、王熙蒙

總策劃／巫英臣

副總策劃／杜瑞敏、張揚鴻

策劃／陳怡君、簡嫦娥

協調／李菁婕

作者／陳雅琴

主辦單位／國際貿易局

出版單位／外貿協會、台灣貿易中心

地址／臺北市11012基隆路一段333號5-7樓

電話／02-2725-5200 分機2263、1422

傳真／02-2725-1319

網址／[www.trademag.org.tw/book.asp](http://www.trademag.org.tw/book.asp)

售價／新臺幣500元

劃撥帳號／0516811-9 戶名／財團法人外貿協會

ISBN／978-957-495-352-3

2015年12月初版

印刷／鴻嘉彩藝印刷股份有限公司

US online shopping market and  
opportunities for cross-border  
e-commerce

## 國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

全球品牌跨境電商營運模式 美國網購市場與跨境電商新商機 / 陳雅琴作. -- 初版. -- 臺北市: 外貿協會, 2015.12

面; 公分

ISBN 978-957-495-352-3(平裝)

1. 網路購物 2. 電子商務 3. 市場分析 4. 美國

498.96

104025111

※ 著作權所有，翻印必究；非經同意，不得轉載、抄襲或仿製。

※ 本書如有缺頁或裝訂錯誤，請寄回更換。

# 目錄

序 .....	2
<b>壹、美國網購趨勢：電子商務帶來的機會 .....</b>	<b>13</b>
一、美國電子商務的規模與成長趨勢 .....	19
(一) B2C 電子商務銷售 .....	19
(二) 電子商務零售銷售 .....	21
二、美國網購市場的重要特性 .....	27
(一) 行動商務的比例大幅提高 .....	27
(二) 假期購物季電子商務比例高 .....	30
(三) 電子商務零售的商品內容 .....	34
三、綜析 .....	37
<b>貳、美國網購平臺：電子商務與品牌行銷 .....</b>	<b>39</b>
一、美國主要網路零售商店銷售排行 .....	40
二、美國各類產品網購市場占有率分析 .....	42
(一) 服飾配件類 .....	43
(二) 電子產品類 .....	44
(三) 汽車零配件類 .....	47
(四) 居家修繕類 .....	49
(五) 家具家飾類 .....	52
(六) 休閒運動用品類 .....	54

三、美國網購平臺的營運與行銷分析.....	57
(一) Amazon.....	57
(二) Newegg.....	61
(三) Zulily.....	62
(四) Wayfair.....	65
(五) Google Shopping.....	67
(六) eBay.....	71
(七) Jet.com.....	75
四、綜析.....	78
<b>參、美國網購行為調查：消費商機探索.....</b>	<b>81</b>
一、美國網購消費行為線上調查方法.....	83
二、美國各類產品網購消費行為調查結果.....	88
(一) 服飾鞋類的網購行為分析.....	88
(二) 電子產品的網購行為分析.....	93
(三) 家具家飾產品的網購行為分析.....	97
(四) 汽配零件與五金工具的商品.....	101
三、綜析.....	106

<b>肆、跨境電商模式：品牌、營運、物流</b> .....	<b>113</b>
一、電子商務零售所需具備的能力.....	119
(一) 網購通路與長尾理論.....	119
(二) 網購通路的行銷與廣告.....	125
(三) 商品內容管理.....	130
二、電商的倉儲與物流.....	131
三、綜析.....	139
<b>伍、臺灣廠商拓銷美國網購市場的策略分析</b> .....	<b>145</b>
一、服飾鞋類.....	147
二、消費電子產品.....	152
三、家具家飾.....	158
四、汽配零件與五金工具.....	163
五、運動用品.....	167
六、農產食品.....	171
七、網購市場拓銷策略綜合分析.....	177
(一) 美國網購市場與網購消費趨勢.....	177
(二) 跨境電商所需具備的必要與充分條件.....	180
(三) 臺灣商品拓銷美國網購市場的商機.....	182

## 圖目錄

圖 1-1	美國網購市場與跨境電商商機的關鍵環節	17
圖 1-2	近年美國 B2C 電子商務銷售的金額推估	20
圖 1-3	零售通路與電子商務零售的範疇界定	22
圖 1-4	美國歷年零售銷售與非實體店面零售銷售的金額	23
圖 1-5	美國歷年非實體店面零售銷售及電子商務零售銷售的金額	25
圖 1-6	每年第四季電子商務零售銷售占零售銷售的百分比	26
圖 1-7	美國行動商務零售占電子商務零售銷售的比例	28
圖 1-8	美國行動商務零售銷售透過不同行動裝置的銷售金額	29
圖 1-9	美國 2007 至 2015 年各季電子商務零售銷售占總零售銷售的比例	30
圖 1-10	美國每年 11 至 12 月購物季的電子商務零售銷售金額	33
圖 1-11	2013 年美國電子商務零售銷售的商品分類	35
圖 1-12	各類商品電子商務零售銷售金額的歷年成長變化	36
圖 2-1	2014 年美國零售銷售金額居前十五大的網路商店	41
圖 2-2	2014 年美國服飾配件網路商店的市場占有率	44
圖 2-3	2014 年美國電腦與消費電子產品網路商店的市場占有率	45

圖 2-4	2014 年美國汽車零配件網路商店的市場占有率	48
圖 2-5	2014 年美國居家修繕網路商店的市場占有率	50
圖 2-6	2014 年美國家具家飾網路商店的市場占有率	53
圖 2-7	2014 年美國運動用品網路商店的市場占有率	55
圖 2-8	1997 至 2014 年 Amazon 全球有效註冊會員數	58
圖 2-9	Amazon 在美國網購市場的倉儲與物流架構	59
圖 2-10	2014 年美國純零售網站電商業者的營業額排名	62
圖 2-11	Google Shopping 的網購營運模式	69
圖 2-12	2015 年 3 月美國零售網頁瀏覽造訪人次排名	72
圖 2-13	2015 年全球零售通路品牌價值排名	74
圖 3-1	Google Consumer Surveys 線上問卷調查方法與步驟	84
圖 3-2	線上受訪者網購各類產品的比例分布	86
圖 3-3	網購服飾鞋類的受訪者商品搜尋與購買行為	89
圖 3-4	網購服飾鞋類的受訪者網購頻率	89
圖 3-5	受訪者每月網購服飾鞋類的花費金額分布	91
圖 3-6	網購電子產品的受訪者商品搜尋與購買行為	93
圖 3-7	網購電子產品的受訪者網購頻率	94
圖 3-8	受訪者每月網購電子產品的花費金額分布	95
圖 3-9	網購家具家飾的受訪者商品搜尋與購買行為	97
圖 3-10	網購家具家飾的受訪者網購頻率	98



圖 3-11	受訪者每月網購家具家飾的花費金額分布	99
圖 3-12	網購汽配零件與五金工具的受訪者商品搜尋與購買行為	102
圖 3-13	網購汽配零件與五金工具的受訪者網購頻率	103
圖 3-14	受訪者每月網購汽配零件與五金工具的花費金額分布	105
圖 3-15	各類產品網購搜尋行為問卷調查比較分析	107
圖 3-16	各類產品網購頻率問卷調查比較分析	109
圖 3-17	各類產品網購金額問卷調查比較分析	110
圖 4-1	跨境電商所要經營的範疇	115
圖 4-2	長尾理論的圖形說明	121
圖 4-3	長尾商品與網購平臺的關係	123
圖 4-4	網購是否能讓長尾變肥	124
圖 4-5	業界推測 Amazon 網頁商品排行的考量因素	127
圖 4-6	供應商與 Amazon 網購平臺的倉儲物流關係	132
圖 4-7	傳統的跨境電商供應鏈	134
圖 4-8	UPS 為跨境電商業者提供簡化流程的配送服務	135
圖 4-9	UPS 提供整合、全方位的供應鏈管理方案	136
圖 4-10	跨境電商物流、金流、資訊流全段式整合流程	137
圖 4-11	臺灣供貨到美國網購平臺銷售的不同模式	140

## 表目錄

表 3-1	第一階段 1,000 份問卷調查樣本統計資料 .....	85
表 3-2	不同年齡層網購服飾鞋類的頻率分布 .....	90
表 3-3	不同年齡層網購電子產品的搜尋與購買行為 .....	94
表 3-4	不同年齡層網購電子產品的頻率分布 .....	95
表 3-5	不同性別網購汽配零件與五金工具的頻率分布 .....	104
表 3-6	各類產品網購平臺偏好問卷調查比較分析 .....	112
表 5-1	服飾配件與鞋類的商品品類、品項及單品名稱 .....	148
表 5-2	臺灣出口到美國的主要服飾配件與鞋類品項、出口金額與成長率 .....	150
表 5-3	消費電子商品的品類、品項及單品名稱 .....	153
表 5-4	臺灣出口到美國的主要電子與電器產品品項、出口金額與成長率 .....	155
表 5-5	臺灣電子產品在美國零售銷售的網絡佈建 .....	157
表 5-6	家具家飾商品的品類、品項及單品名稱 .....	158

表 5-7	臺灣出口到美國的主要家具家飾產品品項、出口金額與成長率.....	160
表 5-8	汽配零件與自行車零件的品類、品項及單品名稱.....	164
表 5-9	五金工具的品類、品項及單品名稱.....	165
表 5-10	臺灣出口到美國的汽配零件與五金工具品項、出口金額與成長率.....	166
表 5-11	運動用品的品項及單品名稱.....	168
表 5-12	臺灣出口到美國的運動用品品項、出口金額與成長率.....	170
表 5-13	農產與食品的品項及單品名稱.....	172
表 5-14	臺灣出口到美國的農產品與食品品項、出口金額與成長率.....	174

# 全球品牌 跨境電商營運模式

美國網購市場與跨境電商新商機

US online shopping market and  
opportunities for cross-border e-commerce

# 序

美國是全球最大的網購市場，美國網購市場的競爭、多元、有序又開放的樣貌，非常適合各國廠商競逐；以出口為導向，又以美國為主要出口市場的臺灣廠商當然不能錯過這個市場大餅。

美國網購市場不僅規模大，逐年穩定成長的趨勢也相當顯著。同時，美國網路零售呈現季節性波動，行動商務的比例逐年提高；加上網路商品有特定的消費屬性，例如服飾鞋類、消費電子產品及家具家飾等，皆是網購通路中的熱門銷售品項；而 Amazon、eBay 以及近年快速竄起的無實體店面純電商網站均為消費者偏好的網購平臺，前述美國網購市場的特性是我國業者進入該市場不可不知的趨勢。對臺灣業者而言，要將自家商品跨境運送到美國網購平臺銷售，所牽涉的跨境電商營運模式，包括集貨併櫃、倉儲物流、金流、資訊流整合、網路行銷廣告及網頁優化等業務，皆是業者必須進一步深入探討的課題。

在龐大的進口商機下，美國網購市場成為各國企業拓銷國際市場的出發點與卡位點；進入美國網購市場通路，進一步可取得開發行銷全球品牌的立足點。

外貿協會為了協助臺灣廠商發掘美國網購市場新的潛在商機，特別派出具美國賓州州立大學博士背景，對於市場研究及經濟分析鑽研多年的陳雅琴研究員，專程赴美國調查訪談美國知名網購平臺、網路商店、網路銷售業者及網購物流企業部門的高階主管，蒐集最新市場資訊，並將其長期觀察美國市場的心得累積、彙集成冊，是一本不可錯過的好書，相信必能為有意拓展美國網購市場的臺灣業者，提供最佳的參考資訊與最實用的策略建議。

外貿協會／董事長  
2015年12月

梁國新

# 目錄

序 .....	2
<b>壹、美國網購趨勢：電子商務帶來的機會 .....</b>	<b>13</b>
一、美國電子商務的規模與成長趨勢 .....	19
(一) B2C 電子商務銷售 .....	19
(二) 電子商務零售銷售 .....	21
二、美國網購市場的重要特性 .....	27
(一) 行動商務的比例大幅提高 .....	27
(二) 假期購物季電子商務比例高 .....	30
(三) 電子商務零售的商品內容 .....	34
三、綜析 .....	37
<b>貳、美國網購平臺：電子商務與品牌行銷 .....</b>	<b>39</b>
一、美國主要網路零售商店銷售排行 .....	40
二、美國各類產品網購市場占有率分析 .....	42
(一) 服飾配件類 .....	43
(二) 電子產品類 .....	44
(三) 汽車零配件類 .....	47
(四) 居家修繕類 .....	49
(五) 家具家飾類 .....	52
(六) 休閒運動用品類 .....	54

三、美國網購平臺的營運與行銷分析.....	57
(一) Amazon.....	57
(二) Newegg.....	61
(三) Zulily.....	62
(四) Wayfair.....	65
(五) Google Shopping.....	67
(六) eBay.....	71
(七) Jet.com.....	75
四、綜析.....	78
<b>參、美國網購行為調查：消費商機探索.....</b>	<b>81</b>
一、美國網購消費行為線上調查方法.....	83
二、美國各類產品網購消費行為調查結果.....	88
(一) 服飾鞋類的網購行為分析.....	88
(二) 電子產品的網購行為分析.....	93
(三) 家具家飾產品的網購行為分析.....	97
(四) 汽配零件與五金工具的商品.....	101
三、綜析.....	106



<b>肆、跨境電商模式：品牌、營運、物流</b> .....	<b>113</b>
一、電子商務零售所需具備的能力.....	119
(一) 網購通路與長尾理論.....	119
(二) 網購通路的行銷與廣告.....	125
(三) 商品內容管理.....	130
二、電商的倉儲與物流.....	131
三、綜析.....	139
<b>伍、臺灣廠商拓銷美國網購市場的策略分析</b> .....	<b>145</b>
一、服飾鞋類.....	147
二、消費電子產品.....	152
三、家具家飾.....	158
四、汽配零件與五金工具.....	163
五、運動用品.....	167
六、農產食品.....	171
七、網購市場拓銷策略綜合分析.....	177
(一) 美國網購市場與網購消費趨勢.....	177
(二) 跨境電商所需具備的必要與充分條件.....	180
(三) 臺灣商品拓銷美國網購市場的商機.....	182