



Shopee

越南 市场概览

2019.11

目录

📍 坐标：越南

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

越南人口数东南亚地区排名第三，结构年轻，经济增长潜力大，中国是其最大进口市场

地理：位于东南亚的中南半岛东端的社会主义国家，北邻中国，西接柬埔寨和老挝，最大城市是胡志明市

首都：河内市

语言：越南语

人口：截至2019年11月13日，越南总人口达9,670万人，在东南亚地区排名第3位

年龄结构：平均年龄为29岁，70%的人口在35岁以下



国民经济：2018年GDP 2,449.5亿美元，同比增长7.1%

人均收入：截至2019年9月平均月薪——6,658.3千越南盾/月 (2,006.95 人民币，2018年中国人均可支配收入为2,352.33元/月)

对外贸易：截至2019年8月底，中国依然是越南的最大进口市场，越南从中国进口额492亿美元，同比增长18.2%

越南GDP总量增长趋势



目录

📍 坐标：越南

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

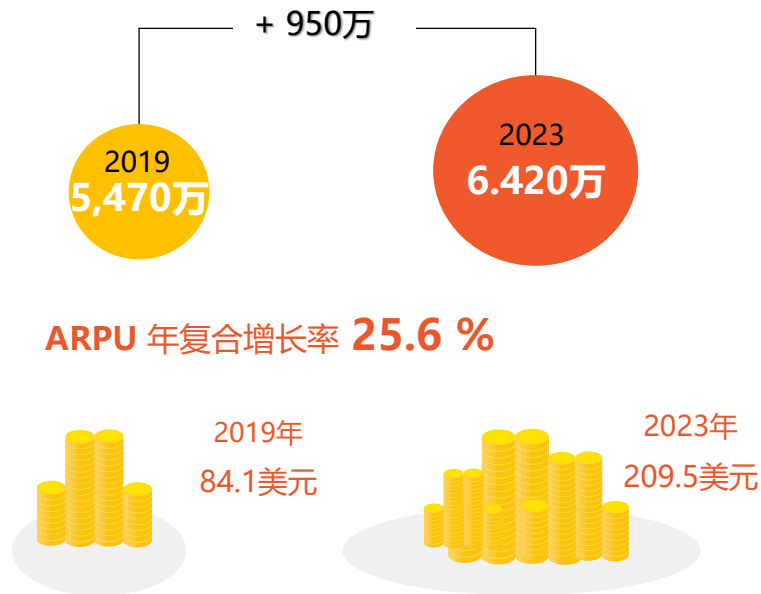
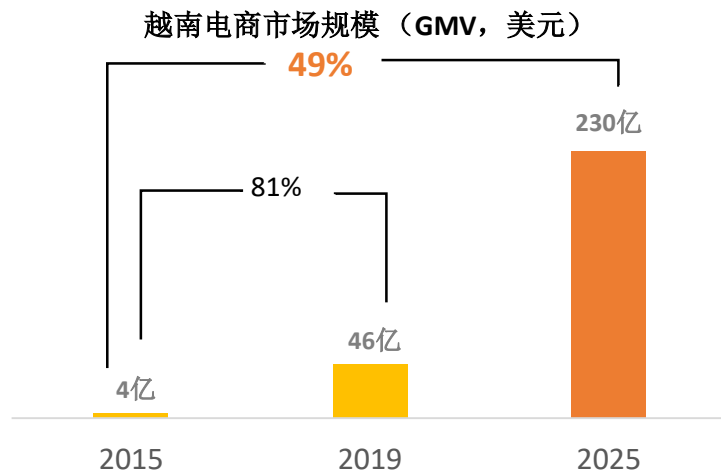
3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

越南电商市场规模25年可达230亿美元，电商渗透率与ARPU走高协同推动电商经济高速增长

电商用户渗透率直至2023年将达 **64.4%**

用户数预计可持续增加到6,420万

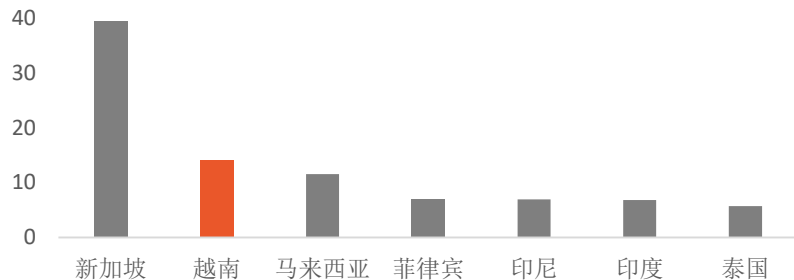
2019年越南电商市场规模达**46亿美元**，预计2025年市场规模可达**230亿**，年均复合增长率可达 **49%**越南政府出台多项计划与政策推动电子商务商业快速发展，包括致力于建设电商基础设施的**第52条法案** (Decree No.52 on E-commerce)。

越南互联网渗透率达54%，低廉高速的网络服务为互联网相关行业经济发展提供动力

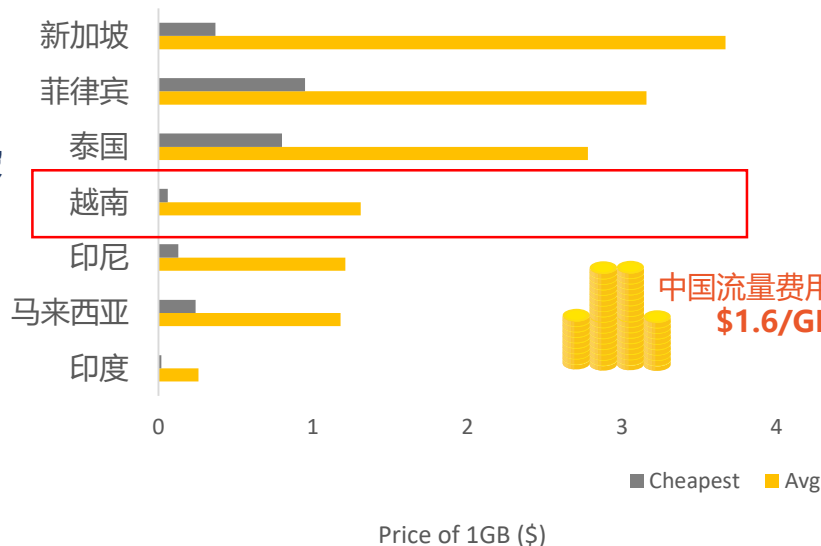
据越南信息通讯部披露，越南2017年互联网接入人数已达**5,200万**，渗透率高达**54%**，高于世界平均水平



移动网络下载速度平均**11Mbps**，在东南亚区域仅次于新加坡
各国下载速度对比 (Mbps)



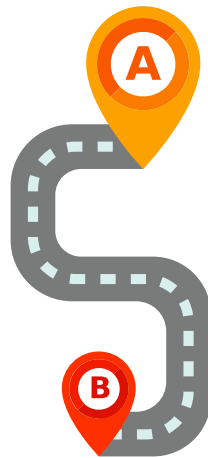
移动流量费用平均 **\$1.31/GB**，最低 **\$0.06/GB**，
低于东南亚平均水平，低廉的网费为互联网相关经济
发展提供动力



政府赋能，制定《电子商务发展总体规划》提振电商交易额占比；与中国合作签署备忘录

越南电子商务相关规划及政策：

- 2016年8月，越南政府总理批准了《2016-2020年电子商务发展总体规划》。
主要目标是，到2020年，越南网上购物人数占总人口的30%，人均消费额350美元；B2C电子商务交易额年均增长20%，达100亿美元，占全国商品零售和服务总额的5%；跨境电商方面，B2B电子商务交易额占进出口总额的30%。
- 2017年5月，越南工贸部与中国商务部就加强电子商务合作签订备忘录。



税收方面，单个SKU免税额100万越南盾；进口货物需缴(特殊)优惠税及标准税

越南进口税收政策：

1) 海关免税额

- 单个SKU价值超过100万越南盾会被海关额外征税。

2) 进口关税

- 消费品，特别是奢侈品，需要缴纳较高比例进口关税，而生产所需的机器、设备、材料和用品，特别是那些国内没有生产的物品，享有较低的进口税率，甚至零税率。
- 进口货物的税率包括优惠税率、特殊优惠税率和标准税率，具体取决于货物的来源地。
- 向海关办申报清关时需要进口/出口关税申报单。对于进口货物，必须在提取货物前支付进口关税。



物流方面，物流行业维持高速增长，快递行业发展前景广阔，为电商发展提供保障

物流行业维持高速增长，快递行业发展前景广阔

未来高潜力发展领域：

- ✓ 货物仓储与分发
- ✓ 快递&电商快递

物流行业19-22年复合增长率达**14-16%**
快递物流市场预计22年可达**14亿美元**



物流基础概况

- **物流效率较好：**据世界银行《2018年全球物流绩效指数》，从基础设施、服务、跨境程序与时间、供应链能力等方面进行评估，菲律宾整体物流能力位于世界第39名
- **整体高速发展：**越南国土狭长，地势较平坦，海岸线长，港口众多，海运物流业发展迅速，在细分领域占据最大份额
- **快递行业成为新机遇：**随着越南经济增速和电商行业的不断成熟，快递行业和电商物流也持续发展

电商物流

- **平均送达时间为5.6天：**据iPrice的调查，越南电商物流货物送达平均时效为5.6天，长于3.8天的东南亚平均水平
- **自建物流和3PL均为选择：**多数大型电商平台都推出自有物流品牌，三方快递也被广泛使用



Vietnam



跨境物流可使用shopee自有渠道
SLS (Shopee Logistics Service):
从发货到送达，平均**5.0**天到达。

注：详细参见《Shopee跨境物流
指导手册》

物流方面，Shopee越南已开通SLS渠道，目前仅支持货到付款的支付方式

越南 SLS 卖家费率与参考时效 (VND)

目的地	物流渠道	费率				时效
		首重(KG)	首重价格	续重单位(KG)	每续重单位价格	
A1 区	SLS	0.01	15,900	0.01	900	8-12 天
A2 区		0.01	22,900	0.01	900	
B1 区		0.01	30,900	0.01	900	
B2 区		0.01	35,900	0.01	900	

250g商品所需运费(人民币)



A1区: 11.4

A2区: 13.6

B1区: 16.0

B2区: 17.5

Lead Time		Ave total	Ave purchase to WHS	Avg WHS to LM	Avg LM to buyer
ID	CGK	9.3	2.3	3.9	3.1
	BDO	10.4	5	3.3	2.1
	SUB	10.4	3.8	4.5	2
MY	WM KUL	9	2.4	3.5	3
	EM BKI/KCH	14.6	2.4	5	7.1
PH		8.1	2.4	2.9	2.9
SG - Express		7.2	2.5	3.5	1.3
TH	Landway	8.8	2.3	4.8	1.6
	Airway	6.8	2.3	2.7	1.7
TW		8.1	2.9	3.6	1.7
VN		7.4	2.3	3.6	1.4

- ✓ Shoppe 越南的跨境物流已开通 **SLS 渠道**, 目前仅中国大陆地区卖家可以使用。SLS 越南目前仅支持 **COD(货到付款)**的支付方式。
- ✓ 商品从转运仓到买家, 平均时间是**5.0天**, 在七个站点中排名**第二**, 高于越南电商物流5.6天的平均配送时间。

SLS时效及禁运品



以下产品目前尚**不可以**通过 SLS Standard Express 渠道运输:

- a. 食品、药品、保健品、毒品、放射性物品、感染性物品、化学物品(如硫酸、乙醇等)
- b. 易燃易爆物品(如香水等含酒精类的液体、牙粉、打火机等)
- c. 生物、受华盛顿公约限制的动植物产品、需进行动植物检疫的种子和植物提取物等
- d. 液体(不含酒精和喷雾)超过 200ml 的包裹
- e. 带气体或气压的产品(如皮球、压缩气体喷雾等)、电子烟及电子烟配件、烟草、磁性橡皮泥(Magnetic Putty)
- f. 货币、外币、邮票、信用卡、借记卡、彩票、证件、骨灰盒、地图、所有的图书及出版物、政府或警察相关物品(如徽章、徽章或制服)
- g. 贵重金属、宝石、品牌手表、情趣用品
- h. 手机、平板电脑、电动平衡车
- i. 与枪械有关的物品(如瞄准具、模型枪械、武器弹药类等)及有攻击性的物品(如铁手撑、警棍、电击器、刀斧、匕首、弹弓、剑等物品)
- j. 假冒或无品牌授权的商品,违反此条款会被海关没收货物并处以罚款



支付方面，移动支付快速崛起；电商用户更倾向货到付款，新型移动支付工具带来机遇

越南支付方式概览

信用卡普及率低：作为新兴经济体，越南信用卡普及率较低，2018年渗透率为4.1%。

移动支付快速崛起：据越南国家银行披露，移动支付的使用率已超过ATM，建立数字化支付生态系统成为未来发展的重要目标之一。PwC统计使用移动支付的渗透率已达61%。

新型移动支付工具带来机遇：截至11月，已有30家机构获得授权开展移动支付和电子钱包业务，此外，二维码、NFC手机支付都有广阔的发展前景。



拥有银行账户 63.7%
个人银行账户数 8,390万

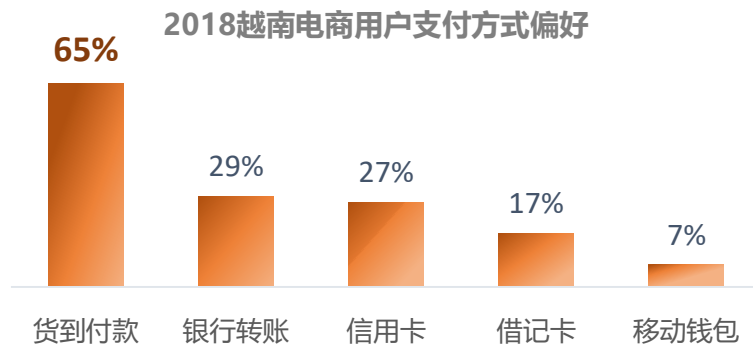


拥有电子货币账户 3.5%
拥有信用卡 4.1%



电商用户支付方式使用偏好

- 据德勤2018年的调查，65%的用户在电商购物时更倾向于货到付款的支付方式，支付安全仍是影响用户支付方式选择的首要因素。
- 二维码支付：随着二维码支付的快捷性与便利性被越来越多的人认可，部分电商平台计划推出相应功能。



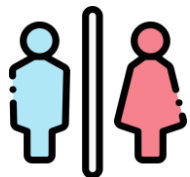
目录

📍 坐标：越南

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

越南人口众多，结构年轻化；城市发展带来网购需求；线下零售商店缺位为电商发展提供红利

年轻人口基数大



性别分布均衡

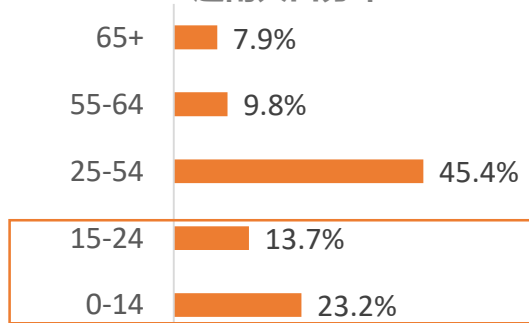
平均年龄29岁

超过**80%**的人口

997:1000

在55岁以下

越南人口分布



城市人口分布

河内和胡志明市占电子商务交易量70%

谁在网购平台投入的时间最多？



胡志明

胡志明消费者在网购上投入的时间更多

城市	人口(万)
1. 胡志明市	347
2. 河内市	143
3. 岘港市	75
4. 海防市	60
5. 边和市	41

线下零售商店缺位



越南北部与中部零售商店密度稀疏

线下零售商店缺位为电商发展提供红利

	北部	中部	南部
人口占比	36%	37%	27%
土地面积	35%	45%	20%
零售商店	29%	24%	47%
商店密度 (/km2)	3.8	2.4	10.8
人口/商店数	75.4	96.5	35.1

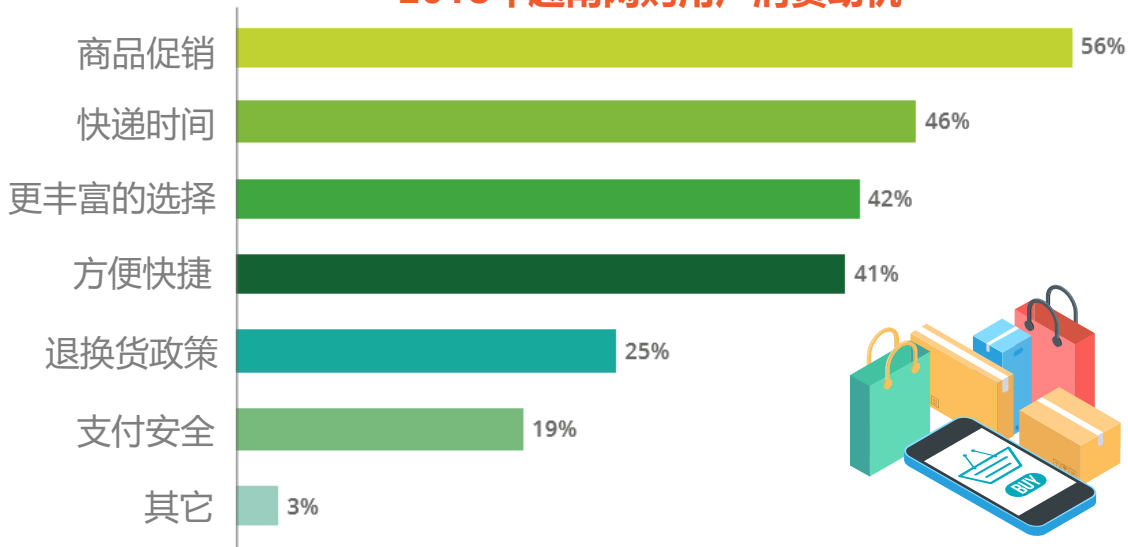
越南消费者网络购物设备选取偏好手机App，促销活动、便捷快递服务为首要消费动机

- ✓ 从**设备偏好**分析，低廉的网费和有竞争力的网速为越南用户网购提供了便利。移动设备的普及使得72%的用户选择优先使用**手机App**进行网购。
- ✓ 从**消费动机**上看，越南消费者对价格敏感，**促销活动**十分有吸引力，此外，便捷的快递服务、更丰富的商品选择和灵活的退换货政策也吸引消费者选择网购。

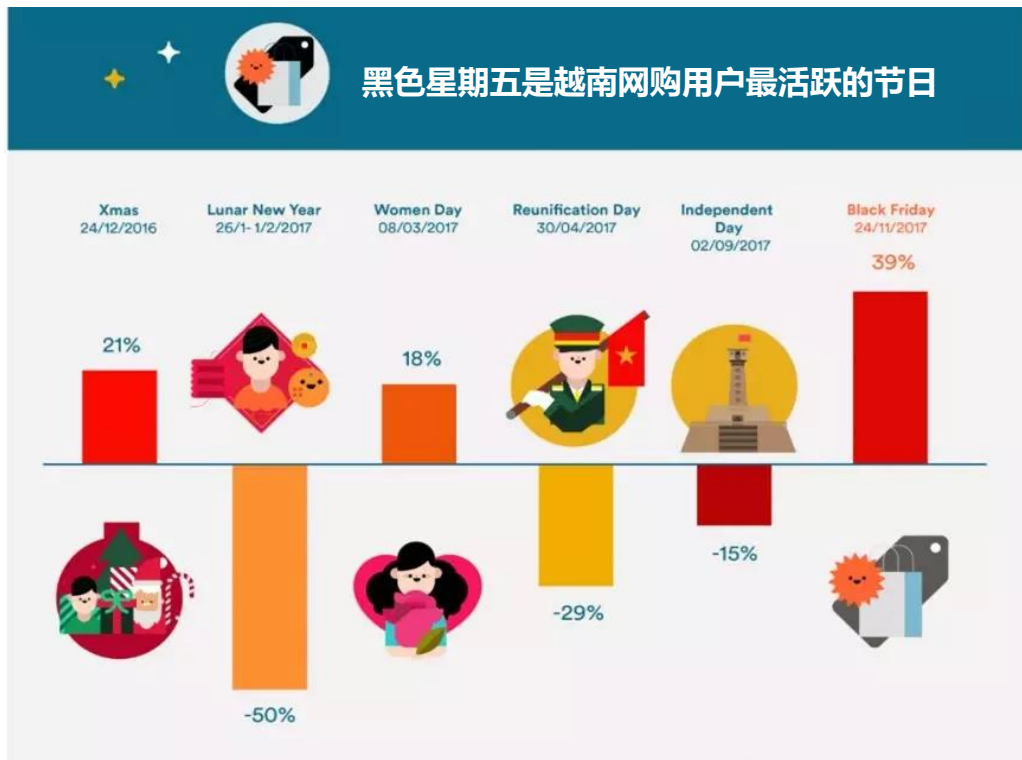
2018年越南网购用户设备选取偏好



2018年越南网购用户消费动机



除黑五外，越南电商网站大型节假日访问量减少；网购用户午间晚间双时段活跃

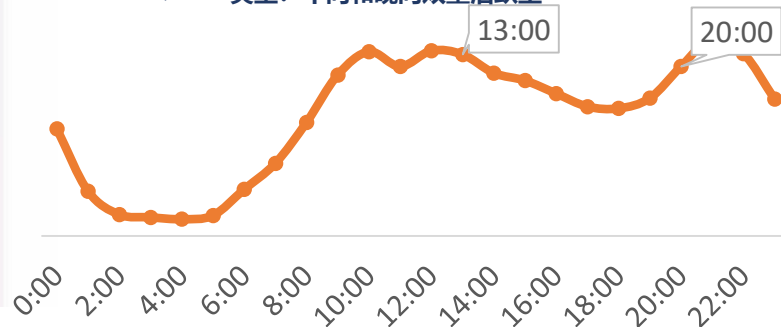


越南电商流量时间分布

- ✓ 大型节假日如春节、国际劳动节、越南国庆等时段越南电商网站的访问量比平时明显减少，原因是越南人喜欢在这些节日期间出门旅行。
- ✓ 黑色星期五期间，越南各个电商网站的访问量增长了40%，是东南亚区域增长幅度最高的国家

越南网购用户手机App活跃时间段

- 活跃时间：13点与21点
- 类型：午间和晚间双重活跃型



用户社交媒体粘性高，油管、脸书网民渗透率均超95%，社交媒体有利广告分发及促销宣传



越南网民平均每天花**2.5**小时使用社交媒体，人均拥有**10.8**社交平台账户，在网民中**油管**及**脸书**最受欢迎，渗透率均在**95%之上**

社交媒体使用状态



每天浏览时间
2h 32m

网民中各社交平台渗透率

油管



96%

脸书



95%

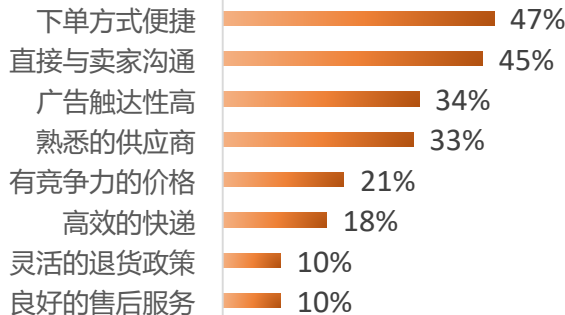


47%的消费者认为通过社交媒体进行网购可以更便捷地下单；

45%的消费者会通过社交媒体直接和卖家沟通

社交媒体在成为中小型企业起步发展首选的平台之一外，也有利于广告分发和促销宣传

借助社交媒体进行网购的原因



Shopee是越南最受欢迎的电商购物网站，综合访问量与应用商店排名均为第一

Vietnamese Map of E-commerce, Quarter 3, 2019

Ranking of the most used e-commerce websites and applications in Vietnam



Top 10 Mobile Applications with the highest number of monthly active

- | | |
|---------------|----------------|
| 1 Shopee | 6 Adayroi |
| 2 Lazada | 7 Amazon |
| 3 Tiki.vn | 8 eBay |
| 4 Sendo | 9 Alibaba.com |
| 5 AliExpress | 10 Taobao |



Top 10 Mobile Applications with the highest number of downloads

- | | |
|------------|------------------|
| 1 Shopee | 6 Alibaba.com |
| 2 Sendo | 7 Thegioididong |
| 3 Tiki.vn | 8 Taobao |
| 4 Lazada | 9 Adayroi |
| 5 SHEIN | 10 Amazon |



Top 10 E-commerce Websites with the highest number of monthly traffic

- | | |
|------------------|--------------------|
| 1 Shopee | 6 Chợ Lớn |
| 2 Sendo.vn | 7 FPT Shop.com.vn |
| 3 thegioididong | 8 CHỢ LỚN |
| 4 Tiki | 9 adayroi.com |
| 5 Lazada | 10 cellphone S |

据iPrice Group公布的19Q3越南电商相关数据：

- ✓ **综合访问量排名Top1**：以PC端和移动端综合访问量为评价依据，Shopee月访问量超过3,456万，名列Top1
- ✓ **应用商店表现优异**：19Q3，Shopee的MAU和下载量均位列榜首
- ✓ **官方账号社交媒体表现优异**：19Q3，Shopee官方Ins账号粉丝数达14.8万，排名第2，脸书粉丝1,543万，排名第2

Shopee社交媒体粉丝数

Instagram



14.8万
越南电商
排名No.2

脸书



1543万
越南电商
排名No.2

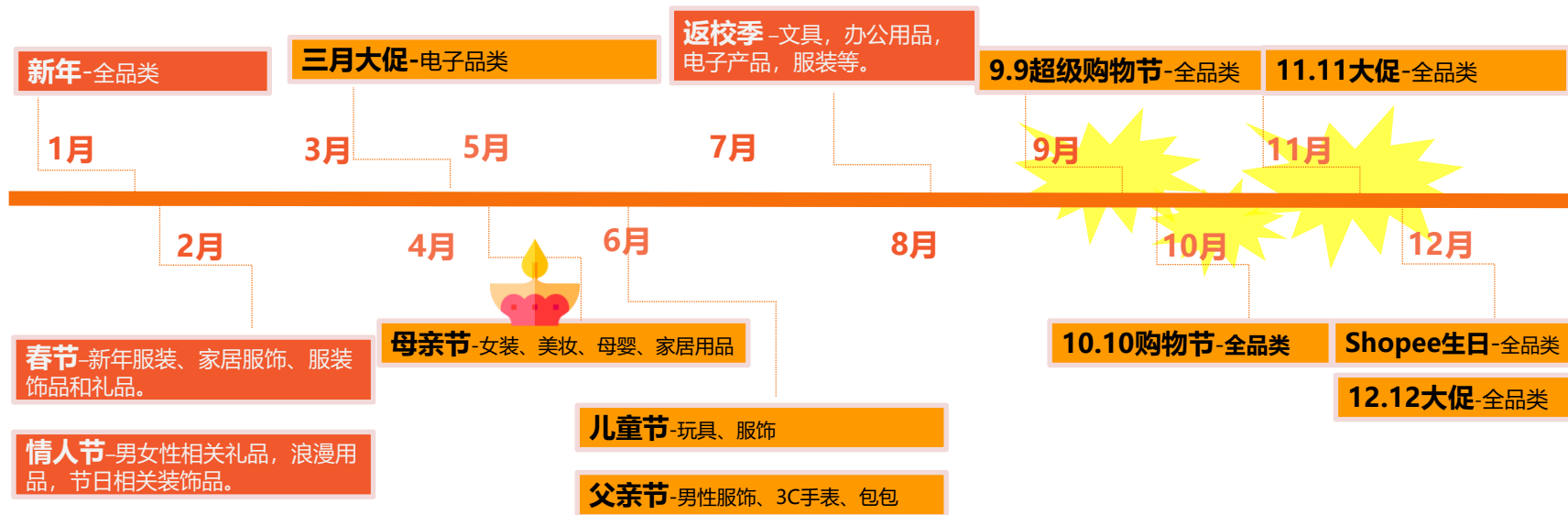
目录

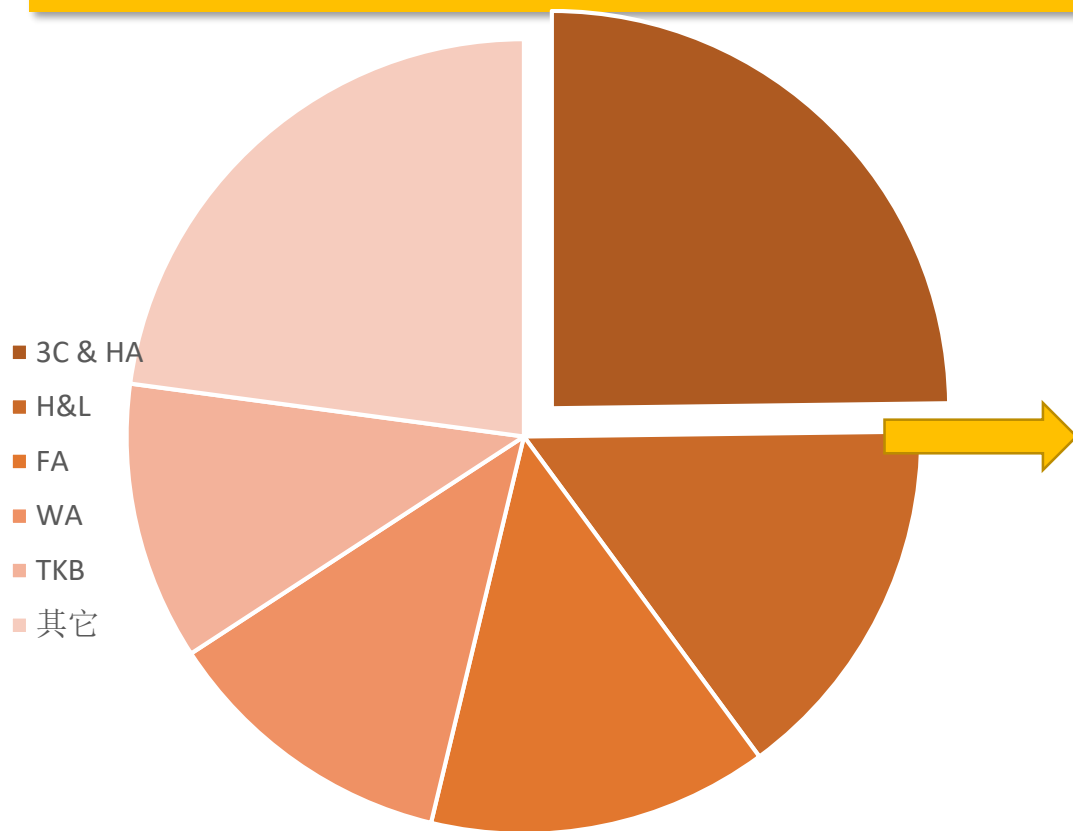
📍 坐标：越南

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

CALENDAR

营销日历





3C & HA: 手机壳、充电设备、耳机

H & L: 厨房用具、装饰

FA: 珠宝、发饰

WA: T恤、内衣/睡衣、裤装、裙装

TKB: 玩具、童装（女）、益智玩具、鞋

5大热门品类

母婴
品类

越南市场主推热
销大品类

时尚
品类

越南市场主推
热销大品类

美妆
保健

当地销量最大，
跨境增长最快的
热销大品类

家居
用品

年轻人口、家庭多，
市场需求非常大的
热销大品类

3C
产品

跨境卖家表现
最好的热销大
品类

时尚品类

长裤长裙韩式风格小清新

- ✓ 时尚品类重点子类目为连衣裙、裤子、内裤、睡衣、家居服和头发配饰。
- ✓ 连衣裙增长空间大，类目日单量很高，跨境卖家有很多款式，主要有宽松群、印花长裙、MAXI长裙、派对礼服和韩式女裙。
- ✓ 裤子在越南当地需求量大，跨境商品丰富且价格实惠，主要有正式裤子、卡其裤和黑色紧身/宽脚牛仔裤。
- ✓ 内裤、睡衣和家居服增长空间大，当地卖家在该子类目也很强劲，主要有聚拢/隐形/棉质内衣。
- ✓ 头发配饰在当地销量第一，也是跨境销量第一的子类目，跨境商品丰富。主要有珍珠发夹、韩式发夹和发带。

母婴品类重点子类目解析

儿童时尚商品换新快，重量轻，跨境商品优势大。跨境卖家可重点开发柔软、透气、温和材质商品，把控价格即能轻松爆单。

儿童配饰



儿童侧边发夹珍珠发饰

1#

×1

₫23.000



遮阳卡通恐龙帽

yellow

×1

₫65.000



可爱儿童帽

L

×1

₫70.000

发夹、帽子

女童服饰



棉质水手裙

红色;S5(16-18kg)

×1

₫33.000



红色棉料连衣裙

1#

×1

₫450.000



多彩透气麻布T恤

白色;S1(9-10kg)

×1

₫10.000

裙子、T恤

童鞋



blingbling公主水晶凉鞋

Silver

×1

₫99.000



软软可爱小猪凉鞋

蓝色;35

×1

₫30.000



可爱动物柔软透气婴儿套鞋

A#

×1

₫39.000

凉鞋、套鞋

母婴品类

好材质呵护孩子

- ✓ 母婴重点子类目为儿童配饰、女童服饰（3个月-4岁）和童鞋。
- ✓ 儿童配饰目前当地SKU极少，若卖家能多上架新品，便能领跑市场。可重点开发女童头饰，儿童帽子产品。
- ✓ 女童服饰当地需求旺盛，跨境卖家有丰富的商品种类。可重点开发透气、温和材质，如棉、麻布材料的时尚服饰。
- ✓ 童鞋目前当地SKU极少，跨境卖家具有极强的款式竞争优势，若能多上架新品，便能领跑市场。其中凉鞋销量是最好的（所有年龄段），可重点开发柔软透气材质的产品。

时尚品类重点子类目解析

越南市场时尚品类风格偏韩风，小清新、可爱风格销量也很好。秋冬时，卖家可以考虑多多上新时髦秋冬装。

连衣裙



韩式印花裙

黑底白花

×1

₫146.000



优雅派对礼裙

XS

×1

₫175.000



MAXI长袖裙

XS

×1

₫260.000

印花裙、派对礼裙、长袖裙

裤子



高腰宽松裤

黑色

×1

₫99.000



修身正装办公裤

XS

×1

₫69.000



黑色弹力紧身裤

M<47kg

×1

₫64.000

宽松裤、正装裤、紧身裤

头发配饰



KPOP运动头带

爱豆同款

×1

₫10.000



韩式金属精致发夹

×1

₫870.000



韩式兔耳朵发圈

×1

₫150.000

发带、发夹、发圈

美妆保健

裸妆佳丽爱美白

- ✓ 时尚品类重点子类目为护肤产品、美妆工具、唇膏/唇部护理、脸部/眼部彩妆。
- ✓ 护肤产品是当地Top1火爆美妆品类，国产品牌价格亲民，在越南市场有一定知名度，主要有面膜、保湿乳液、防晒、精华液和美白产品。
- ✓ 美妆工具是当地Top2火爆美妆品类，国产美妆工具需求量大，产品丰富且价格实惠，主要有美甲、面部清洁工具、化妆刷。
- ✓ 唇膏/唇部护理是日单量高的子类目，当地消费需求旺盛，主要有唇膏和唇釉，韩款口红会比欧美卖得好。
- ✓ 脸部/眼部彩妆SKU出单效率高，增长空间极大，主要有眼影、BB霜、眉笔、睫毛膏、粉底、眼线液等日韩系彩妆。

美妆保健重点子类目解析

美妆护肤是越南当地销量最大，跨境2019年增长最快的一个品类。越南买家喜欢韩式淡妆，热衷于购买有美白功能的商品。

护肤产品



红石榴防晒霜

×1

₫30.000



深层补水精华素

小蓝瓶

×1

₫180.000



淡斑祛痘美白面膜

单盒8片

×1

₫179.000

防晒、精华、面膜

美妆工具



新手全套化妆刷

单支

×1

₫12.000



深层清洁洁面仪

青色

×1

₫850.000



美甲烘干机

×1

₫116.000

化妆刷、洁面仪、美甲烘干机

美妆保健重点子类目解析

美妆护肤是越南当地销量最大，跨境2019年增长最快的一个品类。越南买家喜欢韩式淡妆，热衷于购买有美白功能的商品。

唇膏/唇部护理



慕斯唇膏礼盒

奶茶色

×1

₫210.000



韩系唇釉

15号Ins热搜款

×1

₫150.000



浪漫星星口红

1号色

×1

₫234.000

唇膏、唇釉、口红

面部/眼部彩妆



防水丝滑眼线笔

×1

₫10.000



浓密卷翘睫毛膏

×1

₫105.000



璀璨大理石眼影盘

×1

₫78.000

眼线笔、睫毛膏、眼影盘

家居用品

美食急需好餐厨

- ✓ 家具用品重点子类目为厨房和餐厅。
- ✓ 越南年轻人口及新家庭的数量多，家具用品消费需求旺盛。
- ✓ 重量轻的家居用品容易运输，跨境卖家价格、款式优势更明显，跨境卖家可继续挖掘流行款式并持续上新。
- ✓ 当地买家价格敏感度较高，倾向于价格便宜且实用的产品（< 50K越南盾）。
- ✓ 极具竞争力的商品价格是爆单必备。
- ✓ 对于高价位产品，顾客更倾向于品牌产品。

家居用品重点子类目解析

越南年轻人口、年轻家庭数量大，因此对家居用品需求旺盛。目前餐厨类商品还处于缺产品状态，极具竞争力价格是爆单必备。

餐厨用品



米饭模具套

×1

₫10.000



冰淇淋模具 (一套六个)

粉色

×1

₫20.000



寿司竹子卷

×1

₫10.000

模具、寿司竹子卷

3C品类

长尾品类优势强

- ✓ 时尚品类重点子类目为耳机、手机壳/手机套、数据线/充电插头、手机屏幕保护膜、智能手表。
- ✓ 耳机单量增长快，可接受多种价位的产品，流行款式包括Airpods等蓝牙无线、轻便运动型耳机。
- ✓ 当地卖家销售的手机壳大部分从中国进口，跨境卖家在流行款式和手机型号样式上占优势。
- ✓ 买家对数据线/充电插头和手机屏幕保护膜需求大，买家购买手机周边产品的时候会购买数据线和保护膜。
- ✓ 无品牌、价格实惠的智能手表产品很受欢迎，当地无品牌的款式不多，跨境商品更占优势。

3C品类重点子类目解析

- 买家很多直接搜索自身手机型号购物，所以卖家可以多使用关键词广告。
- 越南市场苹果系统占有率在40%左右，卖家选品时可苹果、安卓双入手。

耳机



白色蓝牙耳机
升级款

×1

₫300.000



单只无线轻便耳机
仅右耳

×1

₫30.000



头戴式游戏耳机
蓝色

×1

₫83.000

蓝牙耳机、游戏耳机

数据线/充电头



快充数据线
金色

×1

₫20.000



USB转Type C配器

×1

₫100.000

快充数据线、转接头

智能手表



方块智能手表
土豪金

×1

₫120.000



运动智能表
沉稳黑

×1

₫180.000



智能手环
蓝光显示

×1

₫110.000

智能手表、智能手环



Shopee

Thank you

Cảm ơn bạn

2019.11