



轻享 与 新经济

跨境“新生态”助力中国智造出海

目录

第一节 荣光与奇点——跨境出口电商行业概览	01
一、全球经济复苏，跨境电商再现新拐点	02
二、资本市场活跃，跨境出口电商生态图谱进一步完善	05
三、政策鼓励，跨境电商扶持力度不断加大	06
四、社媒发声，境外消费者进一步了解中国商品	11
第二节 痛点与路径——品牌出海的痛点及解决方案	14
一、行业风波频起，出海企业危机并存	15
二、跨境电商格局面临洗牌，境外市场趋势变化下亟待新路径	22
三、亚马逊“封号潮”影响下，中国跨境卖家面临各种挑战，传统电商平台模式痛点频出	31
第三节 中国“智造”——出口崛起及“新经济”跨境电商战略分析	37
一、【方向与格局】从“中国质造”到“中国智造”，及中国电子商务的基本态势	38
二、【路径与标准】“双循环”新经济格局下中国“智造”发展的内在机理与跨境电商外在意义	43
三、【变革与痛点】跨境电商缺乏与“双循环”新经济总体下新常态、新格局的重合性、连接性与系统性实现所造成的问题域	47
四、【重新发现与价值遐想】“双循环”新格局直接相关性下的跨境电商内在意义与中国电子商务战略分析	50

荣光与奇点

跨境出口电商行业概览



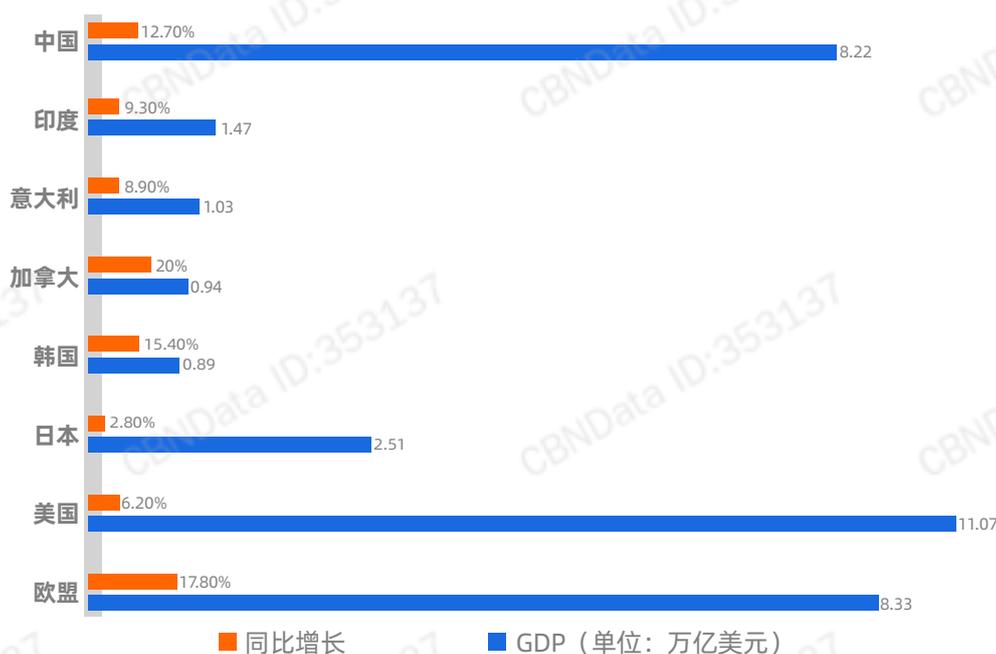
一 全球经济复苏，跨境电商再现新拐点

1. 各国经济复苏，出口动能可持续

随着疫苗的普及，2021年，全球各国进入经济复苏的阶段，境外消费需求逐渐回升，带动中国产品出口量增加。根据海关总署数据，2021年前三季度中国货物贸易进出口总值28.33万亿元人民币，比去年同期增长22.7%。其中，出口15.55万亿元，增长22.7%。

从各国上半年完成的经济总量看，欧盟、韩国、加拿大、中国均完成10%以上的同期增长，经济恢复状况良好，即使是受疫情影响较严重的日本，也实现了增长。后疫情时代，各国经济的恢复将成为中国出口增长的可持续动能之一。

2021年各国上半年GDP总量及同比增长率

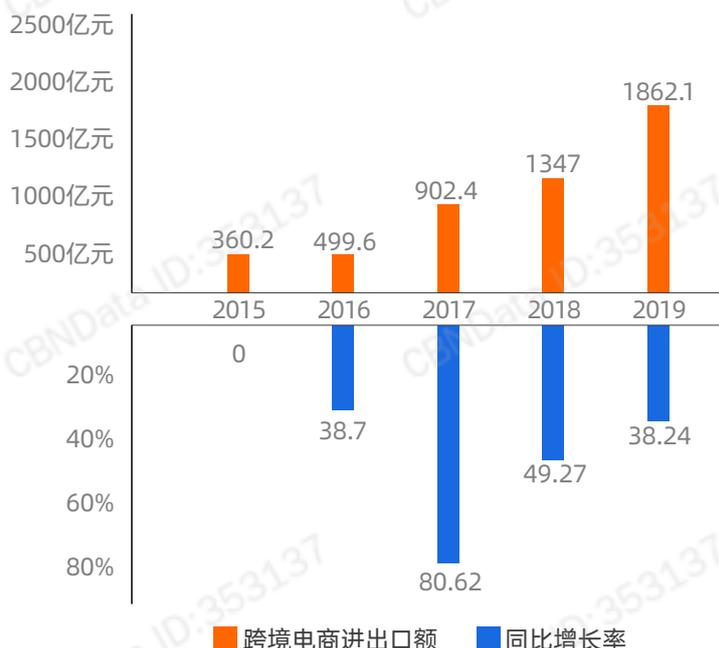


数据来源：聚汇数据

2. 政策效应加持，跨境电商现新拐点

近几年来，中国出台了一系列支持外贸稳增长的政策措施，跨境电商进出口交易额从2015年的360亿元增长至2019年的1862亿元，五年内增长了5倍。后疫情时代，在“加快发展外贸新业态新模式”的政策指导下，跨境电商、市场采购、海外仓、独立站等外贸新业态发展不断提速。数据显示，2021年前三季度跨境电商进出口、市场采购出口分别增长20.1%和37.7%，基础设施的升级、品牌出海的势能，加上境外跨境消费的增长，中国跨境电商行业将出现新的拐点，从无序向合规化、品牌化发展。

2015年-2019年中国跨境电商进出口总额及同比增长率



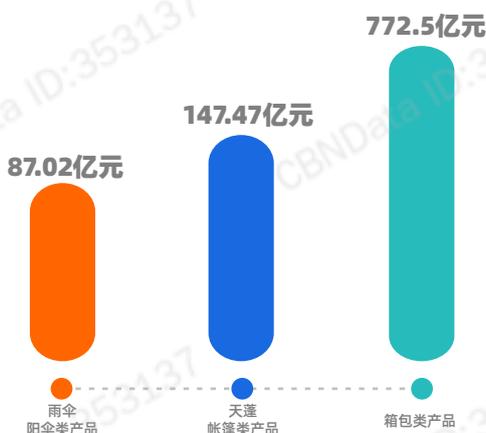
数据来源：海关总署

3. “脱宅”趋势显现，户外运动升温

由于多国封锁措施的解除以及欧美供应链的恢复，境外消费者的活动场景延伸至居家以外，户外运动和聚会社交的需求逐渐提高，与之相匹配的户外产品购买需求随之增加。

根据海关总署的出口数据显示，2021年上半年天蓬、帐篷类产品累计出口147.47亿元，同比增长48.2%；雨伞、阳伞类上半年累计出口87.02亿元，同比增长18.5%；箱包类上半年累计出口772.5亿元，同比增长22.9%。

2021年上半年中国天蓬、帐篷类等户外产品出口情况



数据来源：海关总署

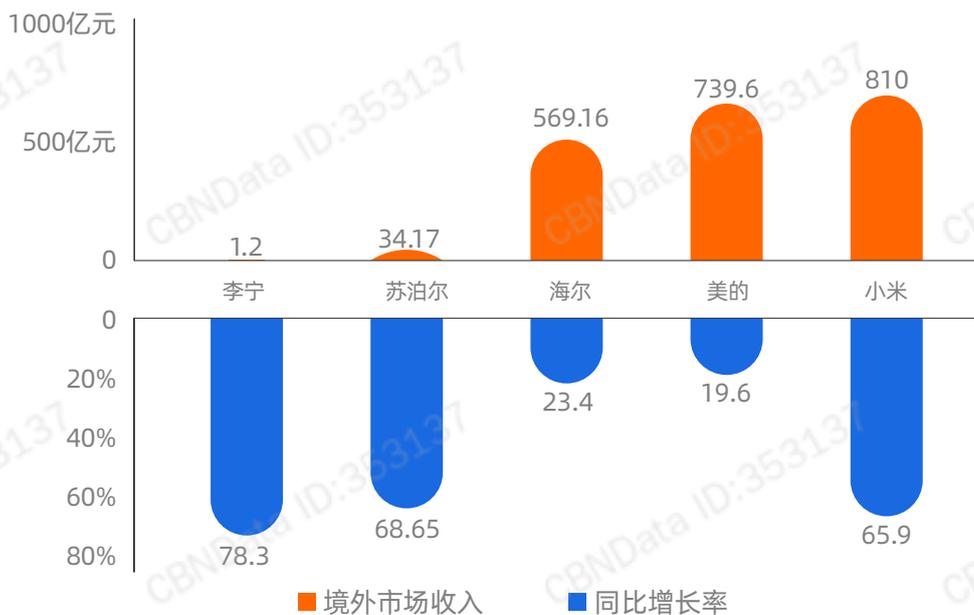
从2021年天猫淘宝海外的销售数据也可以看出，运动服饰的境外购买需求在持续升温。2021年1-10月，天猫淘宝海外上的运动服饰销量同比增长约30%。以体育品牌361度为例，2021年4-9月，其在天猫淘宝海外的成交量增长约250%。因此，对于户外产品类目的中国商家而言，后疫情时代的“户外经济”蕴藏巨大的增量和商机。

4. 品牌批量出海，手机家电成“长青”品类

中国严防疫情下的稳定生产与境外疫情反复下的制造业动荡，形成产品供应的时间差，给中国制造和跨境电商行业带来巨大的红利，并延续至后疫情时代。在此因素的推动下，大量中国品牌加速出海步伐。天猫淘宝海外数据显示，2020年全年以及2021年前10个月，天猫淘宝海外的中国品牌数量均保持10%的同比增长速度。

从近三年销量最高的Top10品牌榜单来看，最受境外消费者青睐的中国产品主要以手机、家电为主，具体品牌包括小米、华为、美的、南极人、李宁、海尔、大疆、联想、苏泊尔、科沃斯等，从2021年上半年的数据看，他们在境外市场创造了可观的营收和增速。

2021年上半年中国品牌境外市场收入情况



数据来源：公开资料

二 资本市场活跃，跨境出口电商生态图谱进一步完善

境外消费市场的电商渗透率在疫情的催化下持续提高，且网购消费习惯不可逆转。跨境电商行业将随着中国品牌出海进程的加速而出现新的增长，这成为资本市场的一个共识，由此引发一轮跨境电商投资热，投资机构从品牌、支付、物流、ERP等不同环节切入跨境电商这条赛道。

1. 国内电商转型出海，资本、跨境ERP扮演重要角色

相较于国内电商市场竞争激烈，增速放缓，流量获取成本高。全球线上消费的需求急速增长，让国内电商企业看到了境外广阔的市场前景。同时，资本的注入以及跨境ERP服务的扩展也为国内电商转型出海提供有利的生长土壤。

(1) 跨境融资事件不断，资本发力助推跨境市场发展

出口电商迎来了企业及机构投资者的关注。自2020年以来，跨境电商融资事件不断。中国跨境电商领域共有33家平台获得融资，融资总额超70.9亿人民币；2021上半年跨境电商融资件数达29起，融资总金额78.1亿元，同比去年同期18.4亿元上升324%。从融资来看，资本市场逐渐回暖，也将助推2021年跨境电商保持较快的发展增速。^[1]

(2) 跨境ERP不断拓展，服务一众出海企业

随着跨境电商产业的不断发展，SaaS沿着ERP向周边扩展，覆盖了选品、采购、物流、营销、金融等各个出海环节，服务于一众跨境企业。

从服务的客户体量来看，跨境电商 ERP SaaS 按照客户规模，大致可以分为三个层次：



资料来源：牛透社

[1] 数据来源：网经社

三

政策鼓励，跨境电商扶持力度不断加大

2020年1月至2021年10月政策汇总

2020.01

《关于扩大跨境电商零售进口试点的通知》

进一步扩大了试点范围，跨境电商零售进口试点范围将从37个城市扩大至海南全岛和其他86个城市（地区），覆盖31个省、自治区、直辖市。

2020.03

《海关总署关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜公告》

在跨境电子商务零售进口模式下，跨境电子商务企业境内代理人或其委托的报关企业，可向海关申请开展退货业务。

2020.04

国务院常务会议

推出增设跨境电子商务综合试验区、支持加工贸易、广交会网上举办等系列举措，积极应对疫情影响，努力稳住外贸外资基本盘；决定延续实施普惠金融和小额贷款公司部分税收支持政策。

2020.05

《国务院关于同意在雄安新区等46个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》

同意在雄安新区、大同市、满洲里市、营口市、盘锦市、吉林市等46个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区。

2020.05

《国家外汇管理局关于支持贸易新业态发展的通知》

从事跨境电子商务的企业可将出口货物在境外发生的仓储、物流、税收等费用与出口货款轧差结算，并按规定办理实际收付数据和还原数据申报。跨境电子商务企业出口至海外仓销售的货物，汇回的实际销售收入可与相应货物的出口报关金额不一

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31149

