

中国跨境电商服务行业 趋势报告

©2022.6 iResearch Inc.



跨境电商服务行业为**跨境电商企业在出海的各个环节上提供专业产品及服务**。跨境电商服务可分为软件工具、广告营销服务、建站独立站服务等多种类型，**为企业实现降本增效**。



一直以来，跨境电商服务行业受到资本的广泛关注，随着**跨境电商行业从野蛮生长期过渡为理性繁荣时期**，近年来企业成本结构变动，合规化趋势等一系列因素也**推动行业的供需关系发生了变化**。



面对**宏观环境动荡，服务供需方持续磨合，行业充分竞争**等困境，跨境服务商结合客户需求与自身优势，**以跨地区跨平台的形式拓宽自身服务矩阵，通过深化服务价值强化自身竞争壁垒**。



当下正值TikTok电商与小语种电商市场的兴起，**为跨境服务商扩充商业化路径和业务布局增加了巨大的想象空间**。服务商利用自身专业资源持续为跨境卖家创造和传递价值，积极探索未来的共赢之路。

中国跨境电商行业发展概览

1

中国跨境电商服务行业洞察

2

跨境电商服务商典型案例

3

跨境电商服务行业趋势前瞻

4

跨境电商概念及分类

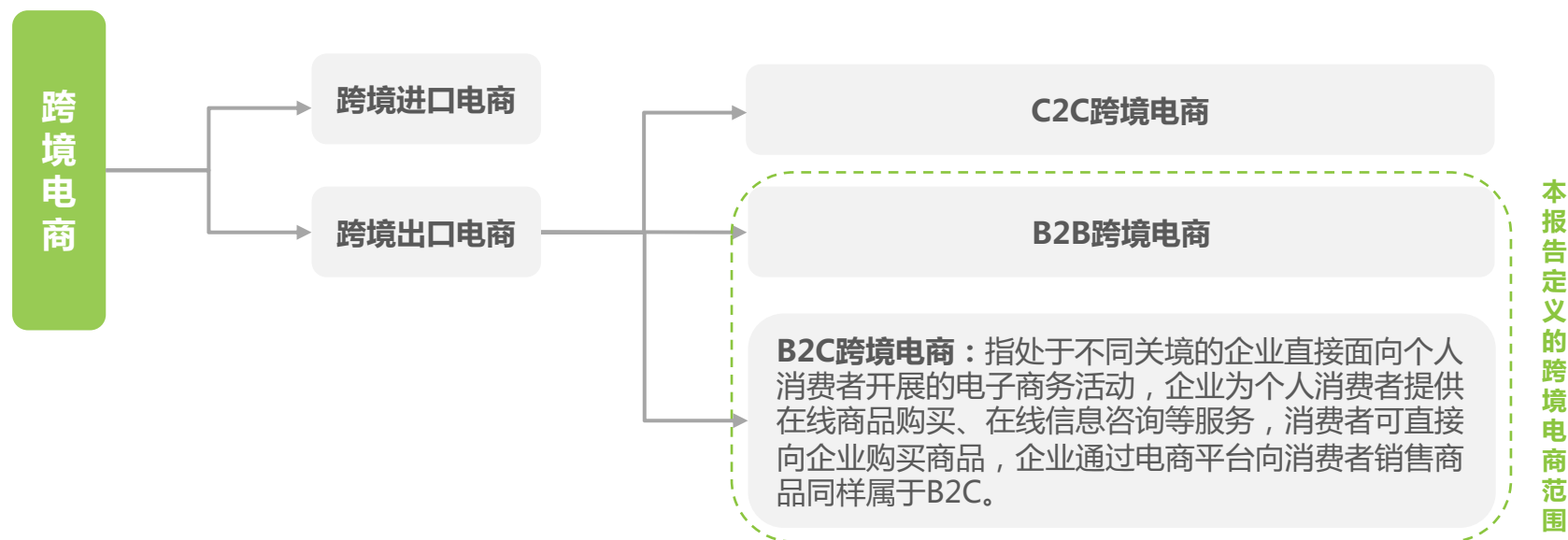
跨境电商概念可按广义和狭义理解

跨境电商（广义）

广义上，跨境电商基本等同于外贸电商，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务的手段将传统进出口贸易中的展示、洽谈、成交等环节电子化，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动，既包含 B2B 模式，也包含 B2C 模式；同时，随着互联网的发展，产生了C2C模式。

跨境电商（狭义）

狭义上，跨境电商基本等同于跨境零售，是指分属于不同关境的交易主体，借助计算机网络达成交易、进行支付结算，并采用快件、小包等方式通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程，即 B2C 模式。

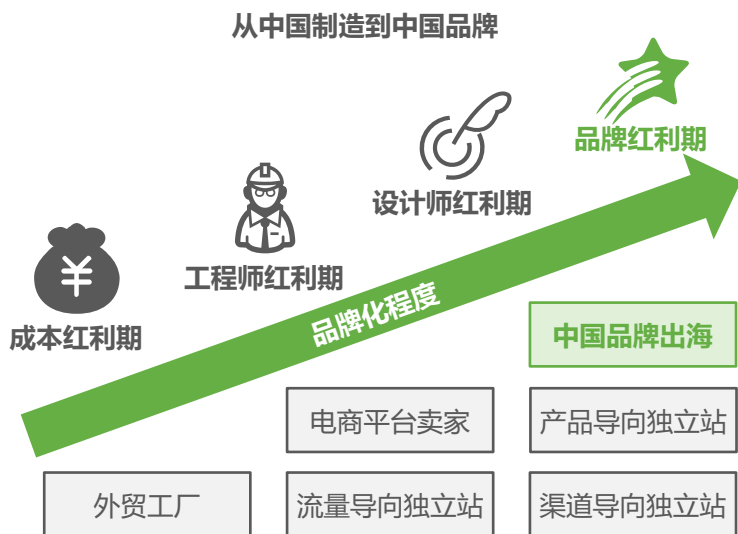


中国跨境电商发展的宏观驱动 (1/3)

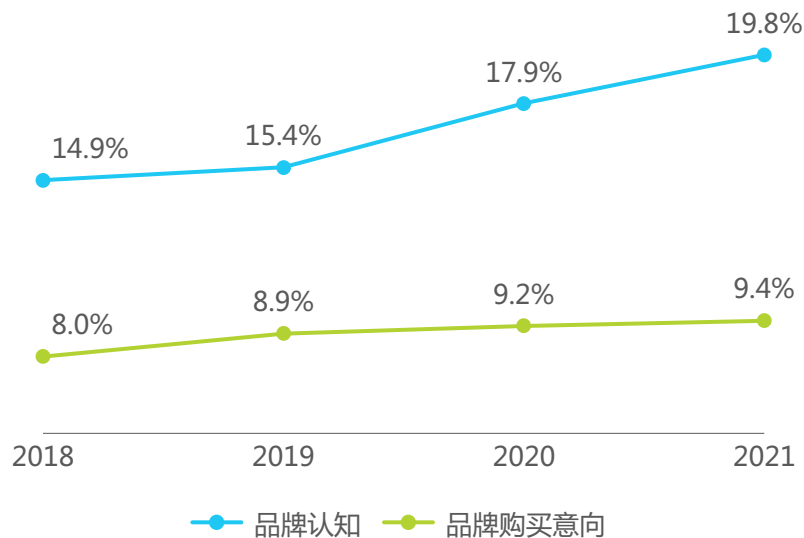
中国品牌崛起的时代机遇：中国制造到中国品牌的另一条路

随着科学与技术的突破性发展，贸易全球化推动中国企业迈向国际舞台。早年中国发挥劳动力人口优势，出口高性价比商品并在国际市场产生巨大吸引力。而后随着中国工程技术能力不断提升，引进海外先进技术并加以落地，为我国出口商品提供了稳定的技术保障。再后来消费者的关注点从商品功能价值逐渐向情感和认同价值转移，设计师的创意及艺术设计为消费者带来一定程度的自我彰显与满足。如今随着中华文化的广泛传播，先行优质中国品牌在海外树立起良好口碑，国际消费者对中国品牌的认知和购买意向也在逐渐增加。

中国企业各阶段红利期下的核心跨境电商类型



中国全球化品牌50强在发达市场的品牌认知度及购买意向



来源：谷歌，德勤，安克创新，公开资料。

来源：凯度，艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国跨境电商发展的宏观驱动 (2/3)

政策发展完善，行业在“十四五”时期开启重要发展机遇

跨境电商政策和规范的建立，以及开放程度的规定是跨境电商发展的重要基础。我国跨境电商政策发展经历了三大阶段：政策萌芽期、政策发展期和政策爆发期。2020年受疫情影响后，跨境电商成为推动外贸转型升级、打造新经济增长点的重要突破口，获得了众多政策的支出。2021年，跨境电商在“十四五”时期开启了重要的战略发展机遇。

我国跨境电商政策发展的三个阶段



政策萌芽期 (2004-2007)
政策初步规范电商行业的发展，侧重于规范行业活动。



政策发展期 (2008-2012)
陆续发布10项政策，涉及监管、支付结算、试点城市等方面的信息，侧重支持引导行业发展。



政策爆发期 (2013-至今)
集中发布多项政策，主要集中在出口与关税等方面，推动跨境电商向实施层推进。

我国对跨境电商领域的“十四五”时期规划目标

发布时间	规划名称	发展目标
2022.1	《“十四五”现代流通体系建设规划》	规划提出发展外贸新业态，促进跨境贸易多元化发展，鼓励跨境电商平台完善功能，引导企业优化海外仓布局， 提高商品跨境流通效率
2021.9	《国企电子商务创新发展行动》	推动跨境电商协同发展
2021.9	《“十四五”商务发展规划》	倡导开放共赢， 支持跨境电商和海外仓的发展
2021.7	《“十四五”商务发展规划》	推动外贸创新发展，开展跨境电商“十百千万”专项行动、规则和标准建设专项行动、海外仓高质量发展专项行动等。 到2025年，是跨境电商等新业态的外贸占比提高至10%
2021.7	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态模式的意见》	在全国适用跨境电商B2B直接出口、跨境电商出口海外仓监管模式，便利跨境电商进出口退换货管理，优化跨境电商零售模式进口商品清单； 到2025年，力争培育100家左右的优秀海外仓企业，并依托海外仓建立覆盖全球、协同发展的新型外贸物流网络
2021.3	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	加快发展跨境电商，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链顺畅运转

来源：国务院，国家发改委，国家市场监督管理总局，商务部，中央网信，艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国跨境电商发展的宏观驱动 (3/3)

综合试验区不断扩增，苏浙粤地级市全覆盖向中部西部倾斜

跨境电子商务综合试验区是中国跨境电子商务先行先试的试验田。目前我国共有**132个跨境电商综试区**，覆盖**30个省区市**，在全国范围形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。

我国综合实验区建设重要里程碑

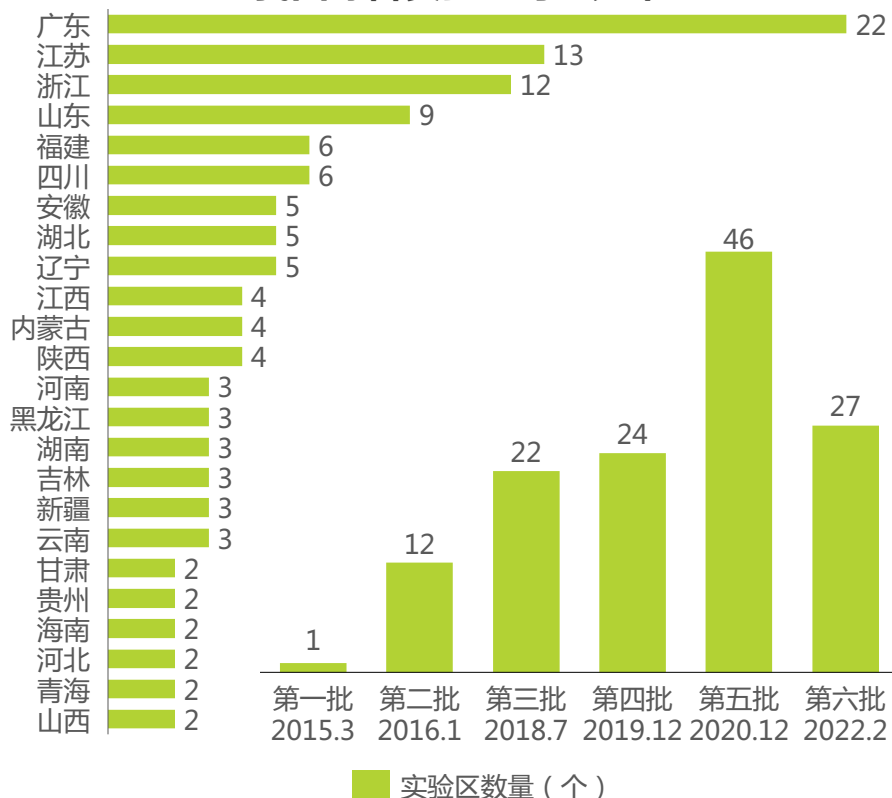
2022年初，国务院批复同意在鄂尔多斯等27个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区。

此前，在2015年3月批准设立中国（杭州）跨境电子商务综合试验区之后，国务院先后于2016年1月、2018年7月、2019年12月和2020年4月在天津、上海、苏州、洛阳、南宁、长沙、芜湖、湛江、绵阳、营口等城市和地区分5批设立了105个跨境电商综合试验区。

第六次跨境电商综合试验区扩增后——

- 综合试验区在江苏、浙江、广东三省实现地级市全覆盖。
- 新增跨境电商综试区持续向中部、西部城市 and 地区倾斜，并逐渐扩展至三四线城市。

我国综合实验区时空分布

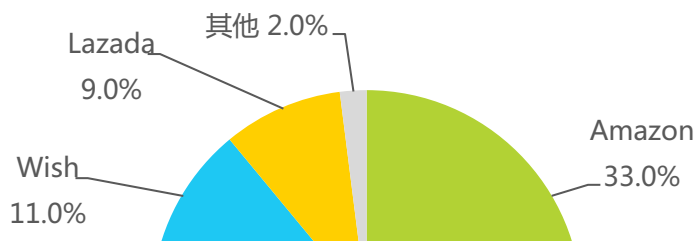


近期跨境电商行业面临的挑战 (1/3)

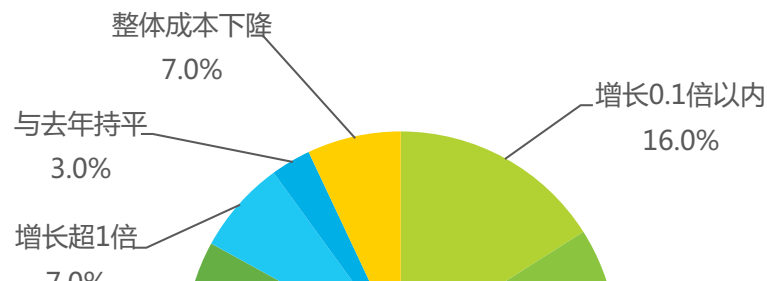
大多跨境电商业务集中在头部电商平台

Amazon是目前最大的全球外贸交易平台。Amazon已覆盖了北美、欧洲、日本等发达国家和地区较强购买力的消费者。据2020年Statista数据，全球消费者的首选跨境电商平台中，26%为Amazon，19%为AliExpress，11%为eBay。跨境电商平台行业集中度高，头部平台掌握双边市场数据，消费者数据不流通，跨境电商卖家不完全掌握平台数据，在进行广告投放等推广策略时，高度依赖平台所给的数据，处于行业被动地位。此外，Amazon等跨境电商平台本身既是交易空间的管理者，也是交易市场的参与者。凭借平台的品牌效应以及便利的配套物流服务，平台自营在与跨境电商卖家的竞争关系中占领上风。

2020年全球消费者跨境购物首选跨境电商平台



2021年Amazon卖家运营成本变化情况



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_43332

