



电商出海：拼多多来势汹汹 龙头激战正酣 卖铲人机遇 已至



1、电商出海激战正酣，拼多多、SHEIN、阿里、TikTok 加码海外电商布局。国内主要互联网公司第一轮出海大致始于 16 年，字节收购 Music.ly 后 TikTok 引爆全球，阿里巴巴投资 Lazada 后不断增资布局东南亚。而 2022 年起，拼多多、京东、TikTok 和快手等其他互联网公司也明显加速海外电商业务布局。

已成功出海的 SHEIN：计划到 2025 年在美国招聘 3000 人，规划三大配送中心，收货时间将从两周缩至 3-4 天。

还未成为欧美核心电商的阿里巴巴：2022 年 9 月初再向东南亚部门增资 9.125 亿美元，今年对 Lazada 的投资已达 13 亿美元，据 Lazada CEO 董铮，公司正计划进入欧洲市场。

来势汹汹的拼多多：9 月 1 日平台“Temu”上线北美市场，19 日宣布启动“2022 多多出海扶持计划”，将投百亿元扶持品牌和制造业出海，据腾讯新闻等媒体，5 月已在 SHEIN 总部广州番禺设立办公室，并于近期以 2-3 倍薪资从 SHEIN 招聘运营/招商人才。

另辟蹊径的 TikTok：已是少数成功进入海外主流市场、加速商业化的互联网产品。据晚点报道，2022 年上半年 TikTok 电商的 GMV 超 10 亿美元，与 2021 年全年体量相当，其中印尼月均 GMV 达 2 亿美元，东南亚或为发展重点，印尼斋月与新加坡国庆日推出大促活动；欧洲预计从中小卖家与达人直播切入。

2、投资建议：电商平台集中出海，前端营销和后端运营服务商将是必不可少的环节，相关公司受益可期。

1) 出海营销卖铲人：推荐【易点天下】，阿里巴巴、拼多多等电商平台出海加速，在海外主流社交媒体进行广告投放是必要的买量手段。公司为国内头部出海营销公司，曾助 SHEIN 与 TikTok 出海投放，获阿里巴巴认可（当前第一大客户）。商业模式上以 CPA（转化效果）确认收入，毛利率明显高于同业，预计将持续受益于中国互联网出海红利，预计 2022-2023 年归母净利润 3.15/4.17 亿，同增 21.9%/32.3%，9 月 19 日收盘价对应 PE 为 27.1/20.5x；

2) 直播电商服务商卖铲人：TikTok 商业化进入加速期，电商业业务逐步展开，我们预计国内成熟的直播电商服务商、MCN 公司有望跟随 TikTok 出海红利受益，推荐【星期六】，旗下遥望网络达人矩阵壁垒高，此前拖累业绩的鞋业将逐步剥离，预计将受益于 TikTok 海外商业化红利。

风险提示：全球宏观经济下行风险、国内人口红利见顶风险、汇兑损失风险、国际物流价格上涨风险、海外政治风险、海外用户隐私政策收紧

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_47514

