

# 从新业态到新常态

## 2020 中国出口跨境电商趋势报告

联合出品：

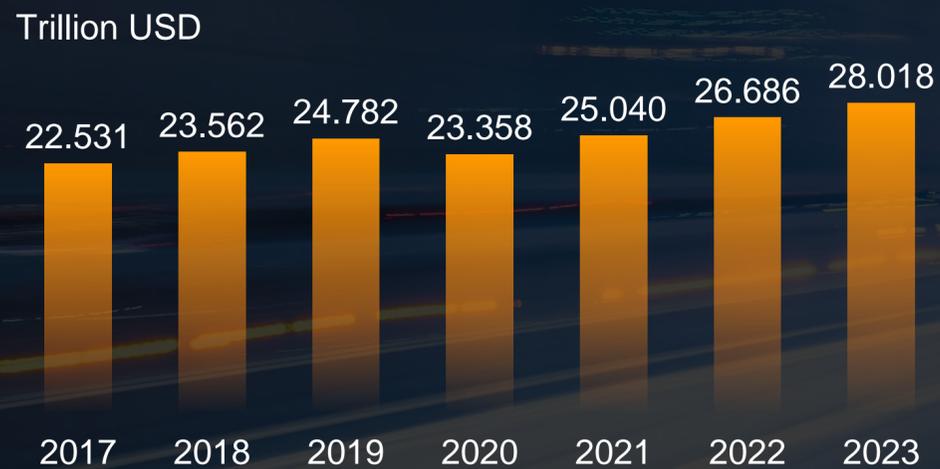
亚马逊全球开店  
amazon global selling

布局下一代贸易链

财新智库  
Caixin Insight

# 全球零售电商化转型

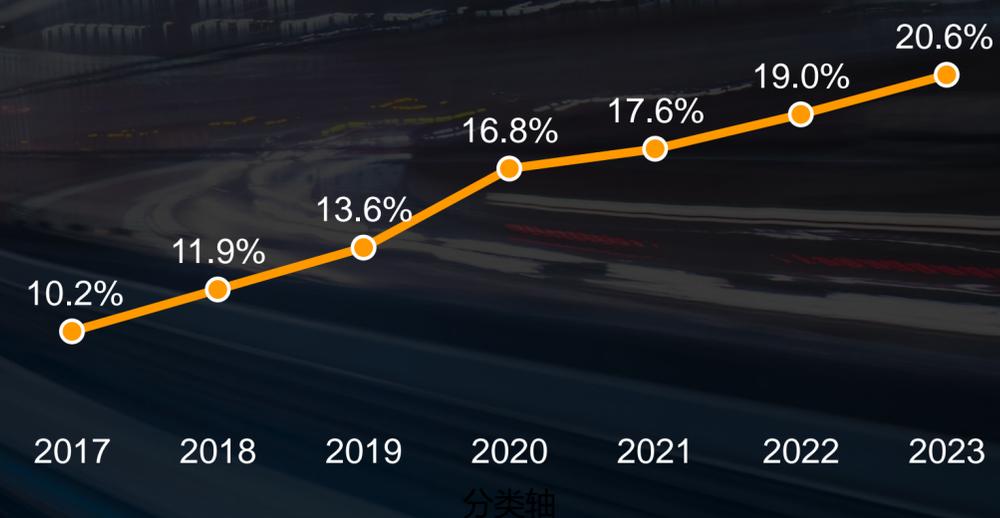
全球零售 **3.7%** 年增速



全球零售电商 **16.5%** 年增速



零售电商占比全球零售



预计跨境电商在全球零售电商销售占比达 **20%**  
实现端到端的贸易模式、一步直达全球消费者

# 出口跨境电商成中国“稳外贸”新动力

凭借制造业及供应链方面得天独厚的优势，国家各项积极政策的支持，各地出口跨境产业集群不断完善，优秀人才陆续加入，中国卖家有效把握了全球零售电商发展带来的机遇。

过去五年，出口跨境电商交易规模在中国出口贸易中比重不断扩大，成为外贸新增长点，正由外贸“新业态”成长为外贸“新常态”。

# 疫情推动线上生机

疫情期间，线上购物成为全球消费大趋势，众多消费者从一开始尝试线上购物变成逐渐依赖线上购物。

我们认为，这一消费行为模式的转变将会持续。

# 中国卖家发展呈现五大趋势



卖家地域和类型更多元



布局全球加速



品牌意识增强



产品创新提速



响应能力升级

# 珠三角、长三角先发领跑 内陆新势力逐步崛起

中国卖家地理分布区域从珠三角、长三角不断拓展，向内陆延伸，覆盖更多特色产业带，迸发出巨大潜力。

## 华北、华中卖家不断崛起

具备雄厚资源储备，未来前景可期

## 长三角卖家规模增长最快

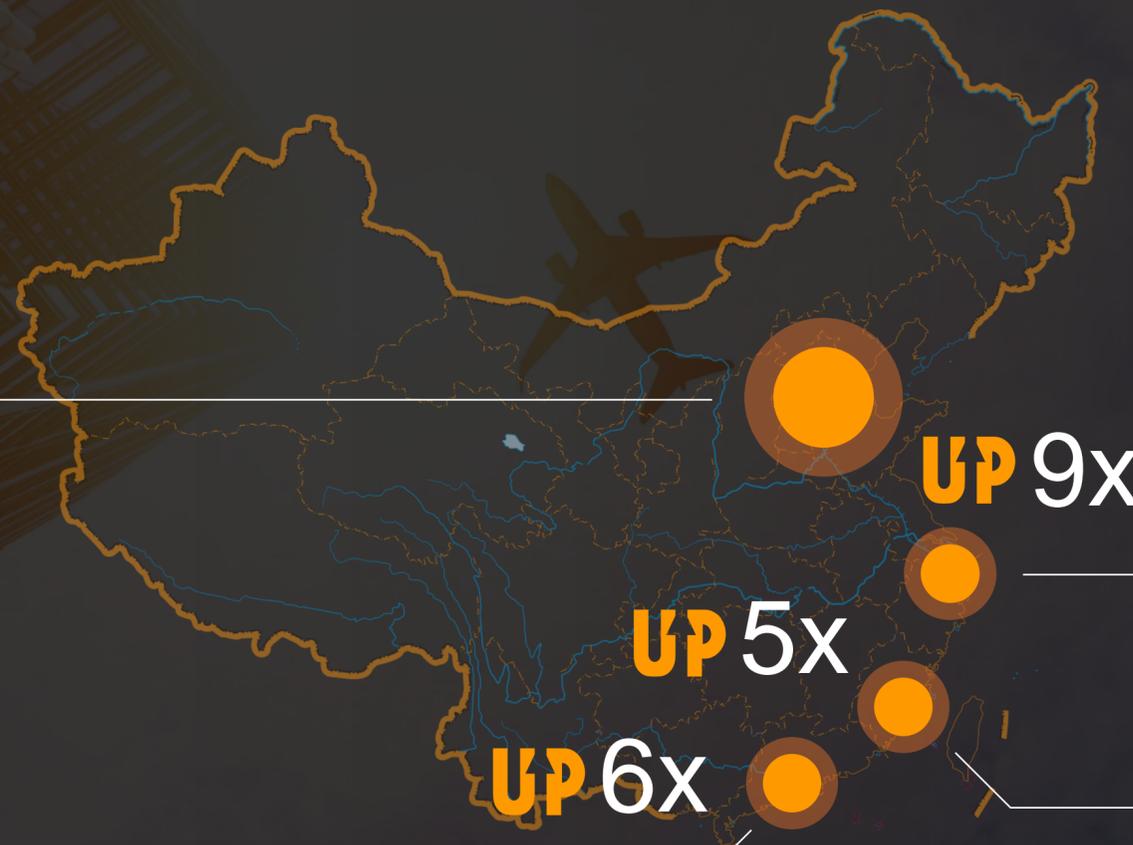
产业带效应明显，卖家规模增速领跑全国

## 珠三角卖家规模高速增长

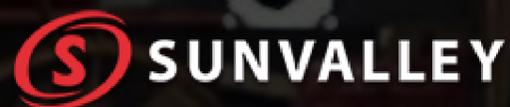
成熟外贸基础优势，拥有最大规模卖家群体

## 海西经济区卖家越来越活跃

外贸历史悠久，品类竞争优势显著



# 不同卖家各显神通 逐浪出海大潮



## 中国制造到中国智造

全球消费电子行业知名公司  
近三年复合增长率保持两位数



## 传统知名品牌出海

布局全球  
基于消费者需求开发设计产品



## 中国制造到中国质造

五年从小卖飞速成长为大卖



## 互联网原生品牌掘金全球

疫情下海外销售连续四月逆势增长



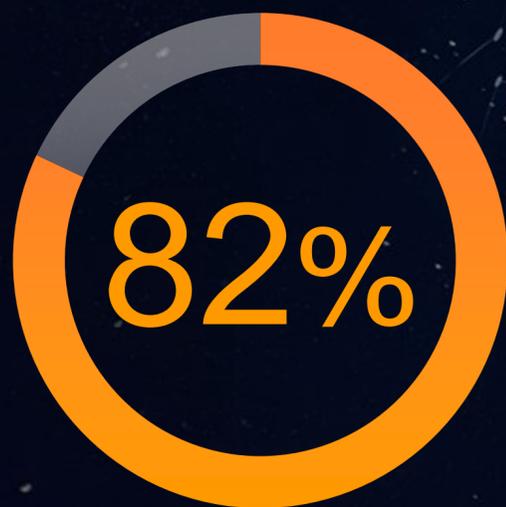
## 传统外贸拓展全球

多款高档眼镜爆款畅销全球

# 全球布局加速 开拓多元化的商业机会

卖家秉持全球视野，通过多站点布局，获得更多增长机遇，并提升企业的抗风险能力。

亚马逊卖家调研显示



卖家表示计划在现有站点基础上拓展新站点



卖家已经运营两个以上站点



50%

卖家同时面向消费者和企业及机构买家



# 品牌打造意识空前 卖家向价值链高端跃迁

过去五年，更多卖家不断投入产品创新和研发，并注重品牌打造。  
从“中国产品”走向“国际品牌”，“品牌”全球化时代已经开启！

产品开发



品牌注册和开发



品牌保护



↑ 10x

2017-2019  
完成品牌注册的  
中国卖家数量

# 不断丰富选品 以创新和个性化俘获全球消费者

随着全球消费需求多样化和细化，中国卖家不断丰富选品，拓展蓝海品类，从标准化生产逐步转向更高价值、更多元、个性化的产品。

2016-2019年 排名前十的产品类目

➤ 厨房，家居，服装销量增长显著

➤ 消费电子，家居用品等融入智能元素

➤ 户外，运动，家装等销量名列前茅



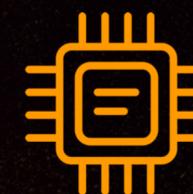
服饰



家居



厨房



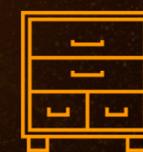
电子



运动



美容



家具



电脑周边



玩具



无线

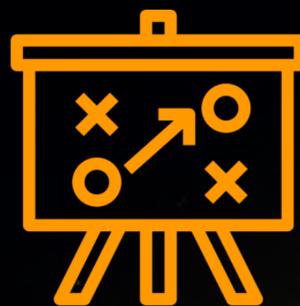


# 中国卖家对需求变化的快速响应能力升级

外部环境和消费者需求不断变化，中国卖家快速响应，  
显现出比传统零售、传统贸易更明显的三大优势



识别趋势走向  
保持高敏感度



灵活选品策略  
根据变化的新需求



弹性供应链优势  
备货物流协同效果显著

疫情期间为全球消费者提供高需求产品



医疗防护



个护健康



家居与厨房用品



宠物用品



室内运动



美容护理



远程办公



工业消耗品



园艺

亚马逊全球开店  
amazon global selling

布局下一代贸易链

财新智库  
Caixin Insight