

从新业态到新常态

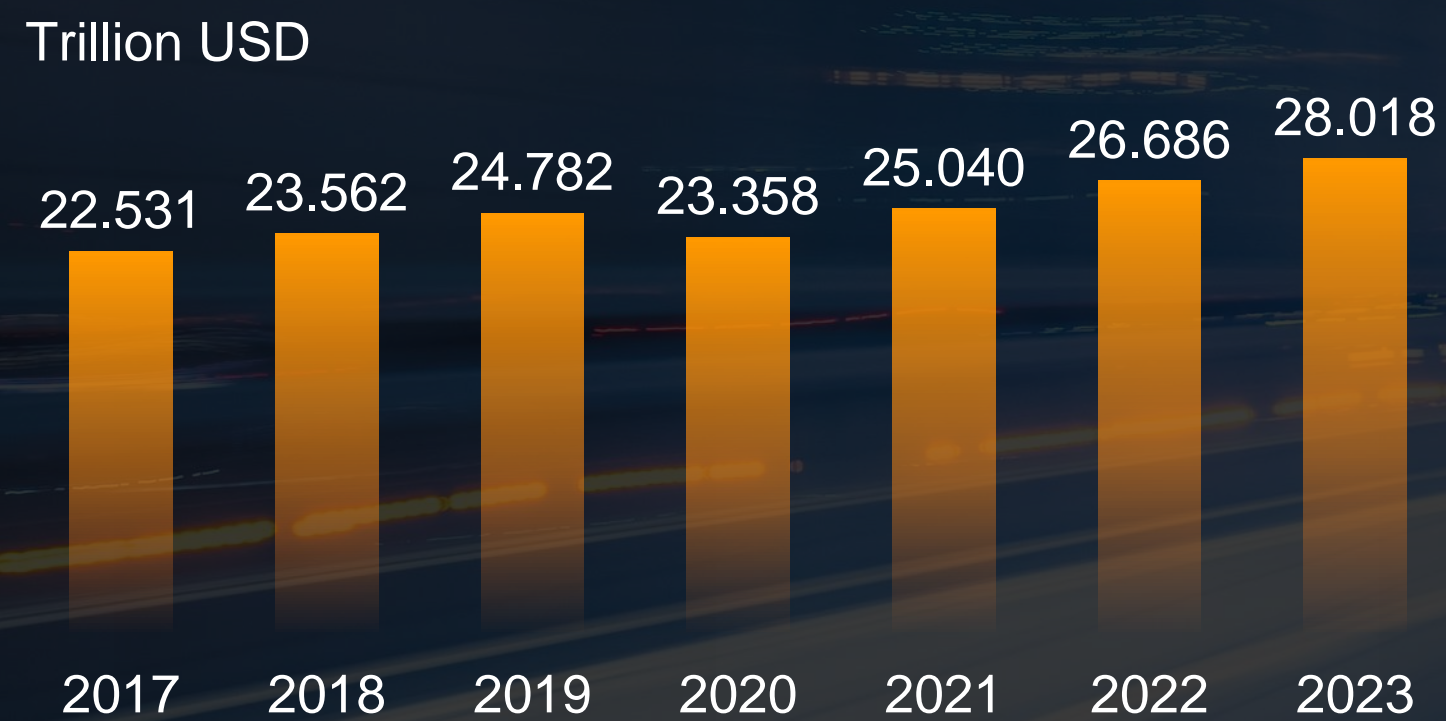
2020 中国出口跨境电商趋势报告

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

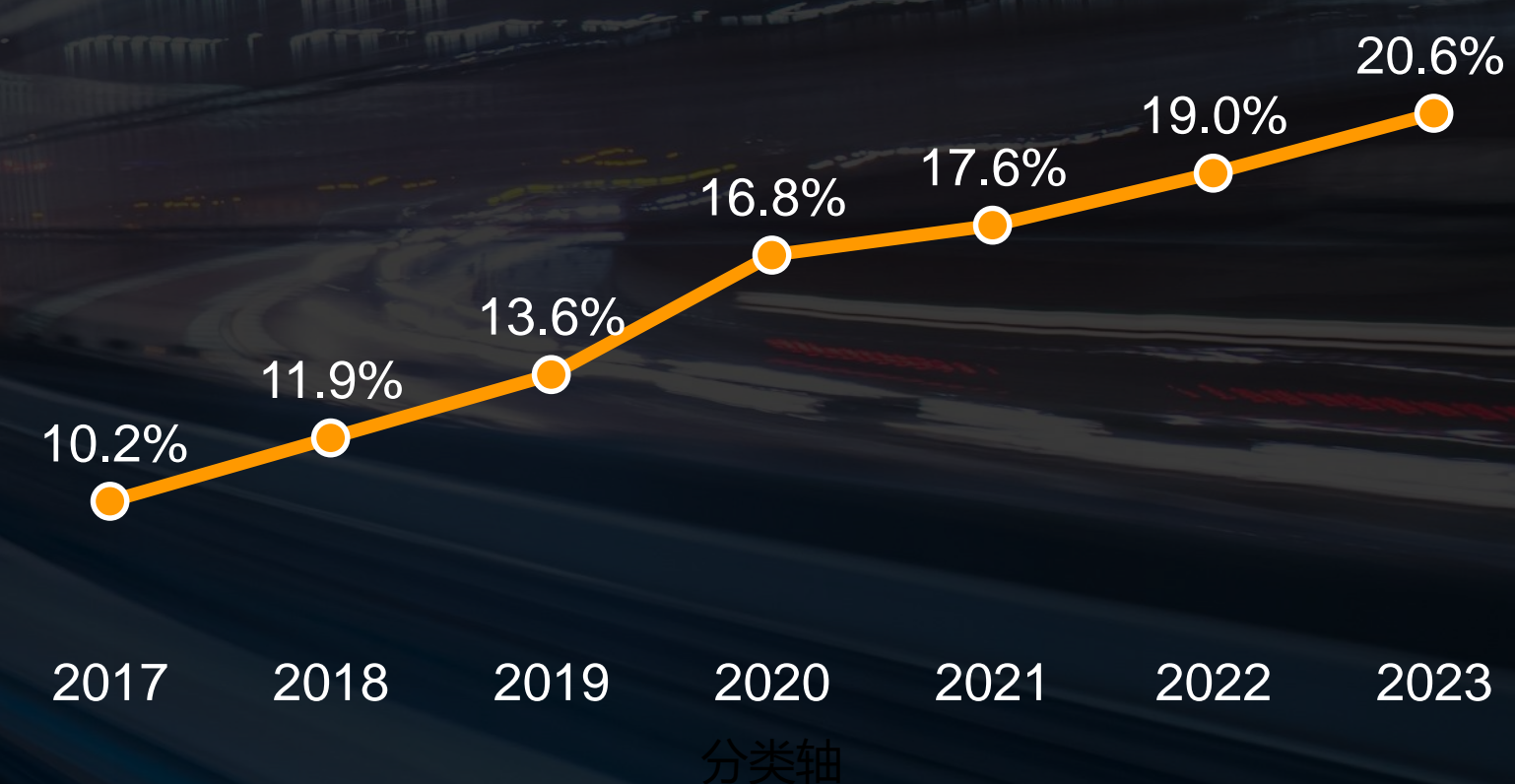
全球零售 **3.7%** 年增速



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

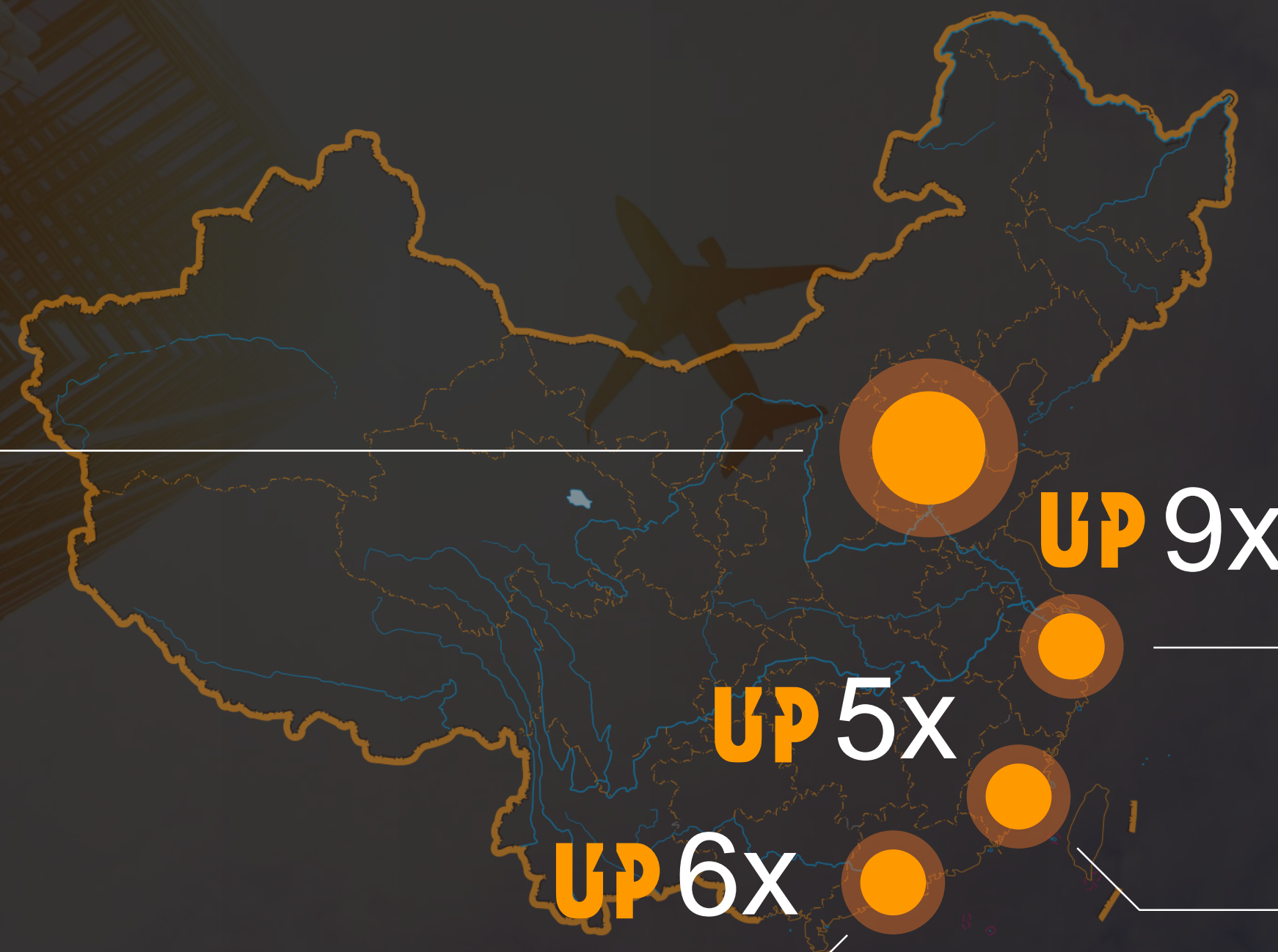
产业带效应明显，卖家规模增速领跑全国

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



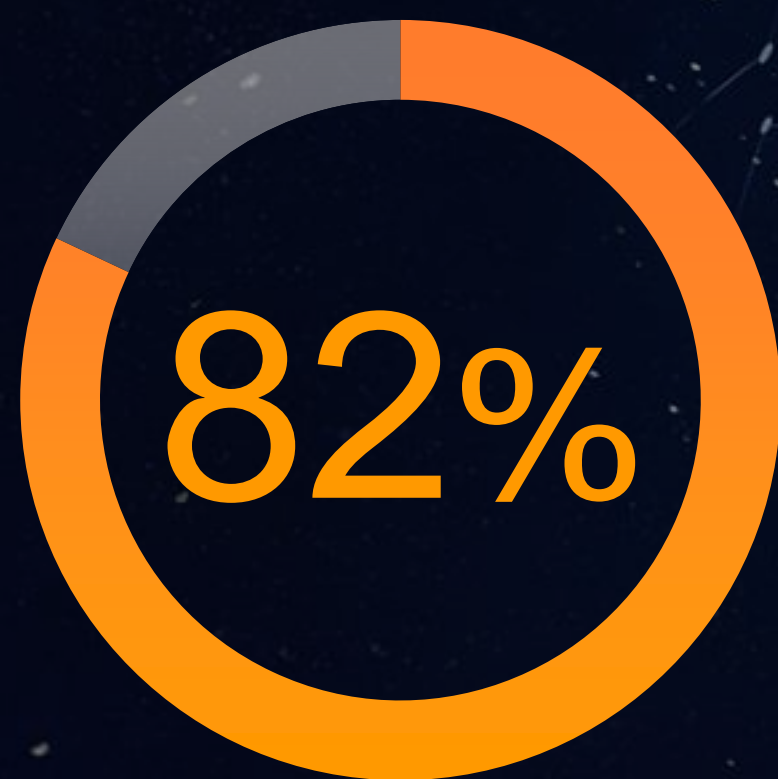
传统外贸拓展全球

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！

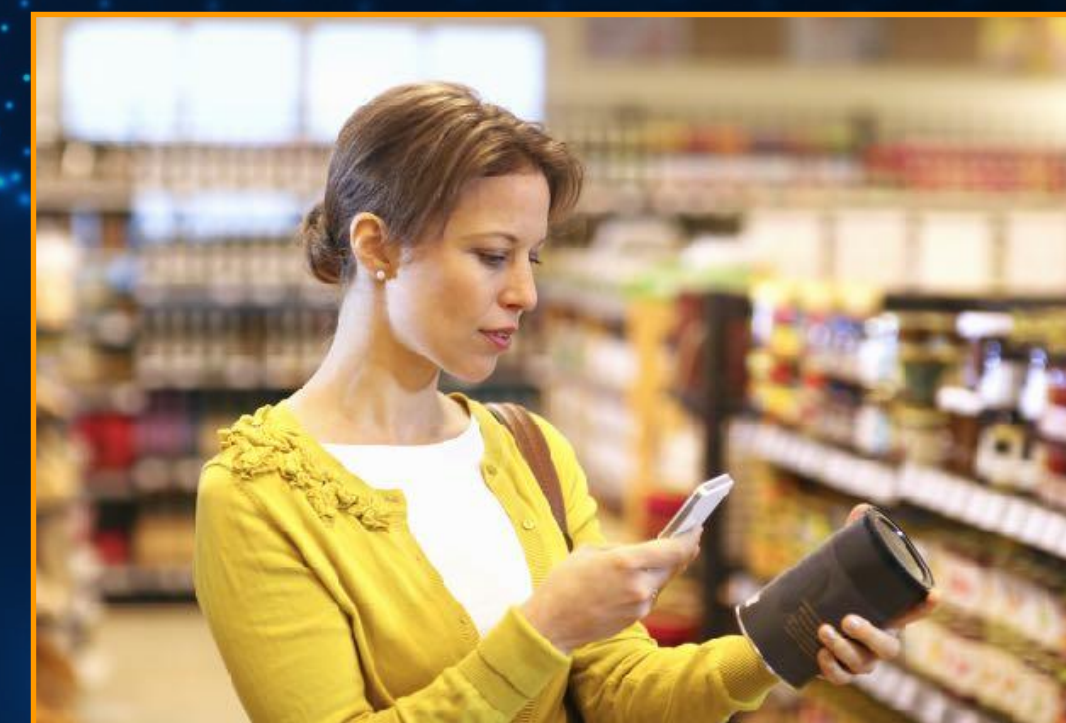
产品开发



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



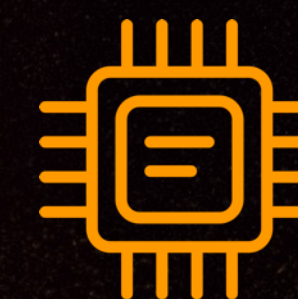
服饰



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