

CIC灼识咨询

中国跨境出口 电商行业蓝皮书



灼识咨询是一家知名咨询公司。其服务包括IPO行业咨询、商业尽职调查、战略咨询、专家网络服务等。其咨询团队长期追踪物流、互联网、消费品、大数据、高科技、能源电力、供应链、人工智能、金融服务、医疗、教育、文娱、环境和楼宇科技、化工、工业、制造业、农业等方面最新的市场趋势，并拥有上述行业最相关且有见地的市场信息。

灼识咨询通过运用各种资源进行一手研究和二手研究。一手研究包括访谈行业专家和业内人士。二手研究包括分析各种公开发布的数据资源，数据来源包括中华人民共和国国家统计局、上市公司公告等。灼识咨询使用内部数据分析模型对所收集的信息和数据进行分析，通过对使用各类研究方法收集的数据进行参考比对，以确保分析的准确性。

所有统计数据真实可靠，并是基于截至本报告发布日的可用信息。

若您希望获取CIC灼识咨询的详细资料、与灼识建立媒体/市场合作，或加入灼识行业交流群，欢迎扫码、致电021-23560288或致函marketing@cninsights.com。

中国跨境出口电商行业发展概览

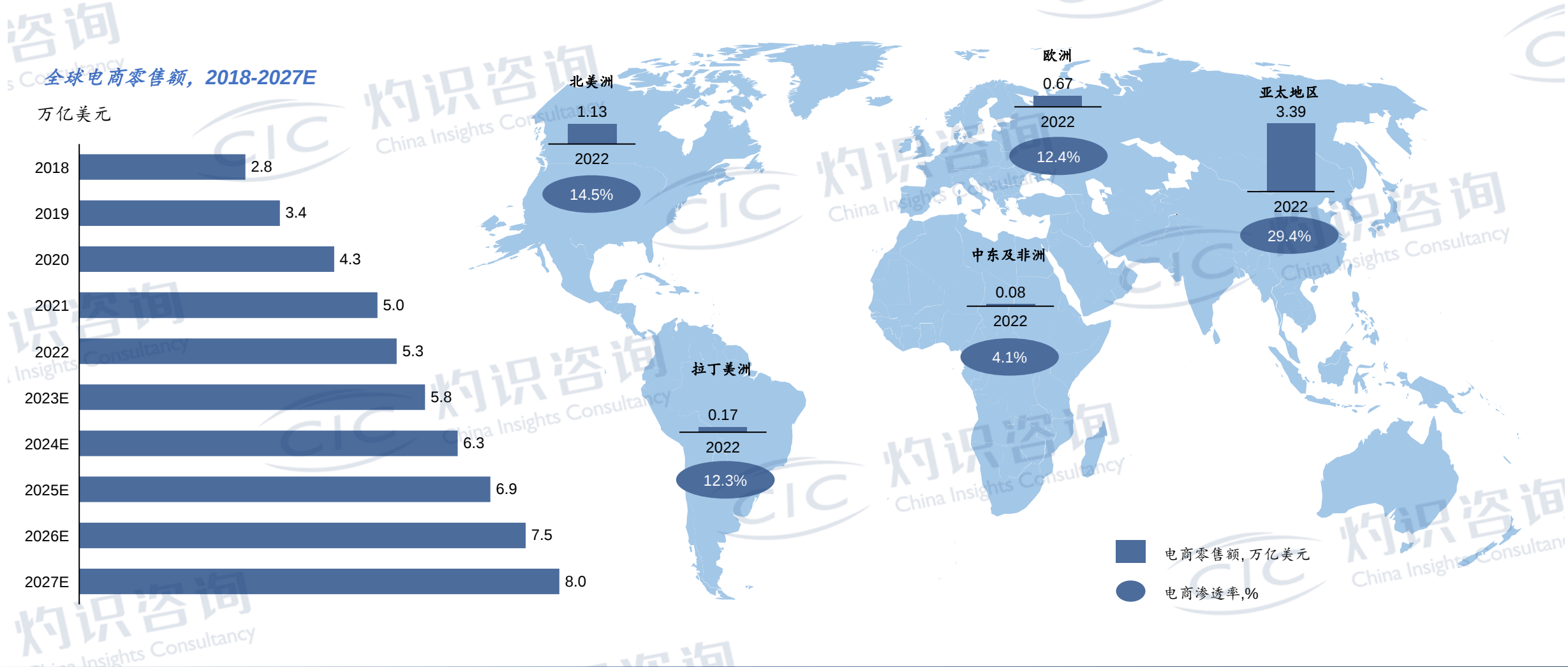
中国跨境出口电商行业产业链分析

- ✓ 商家侧分析
- ✓ 渠道侧分析
- ✓ 物流侧分析
- ✓ 其他服务侧分析



全球电商行业快速发展，电商渗透率不断增加，消费者对电商消费方式的接受度持续提高，电子商务成为全球主流的消费方式之一。

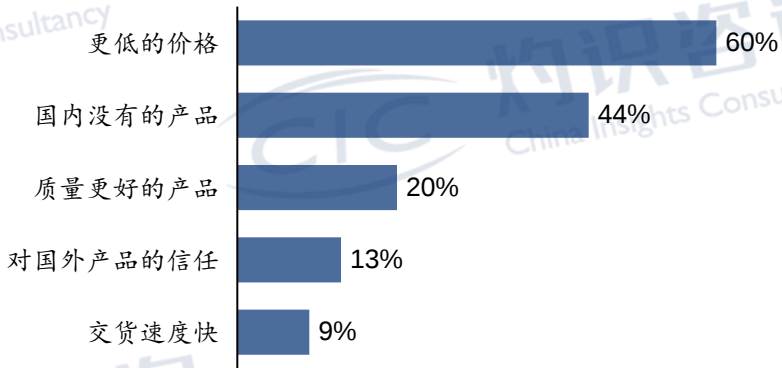
全球电商零售额及电商渗透率，2022



消费者对优质产品的需求、全球互联网使用量的增加、跨境物流技术的进步以及全球供应链能力的提高，为跨境电商的高速增长带来了机遇。

消费者对海外商品产生需求

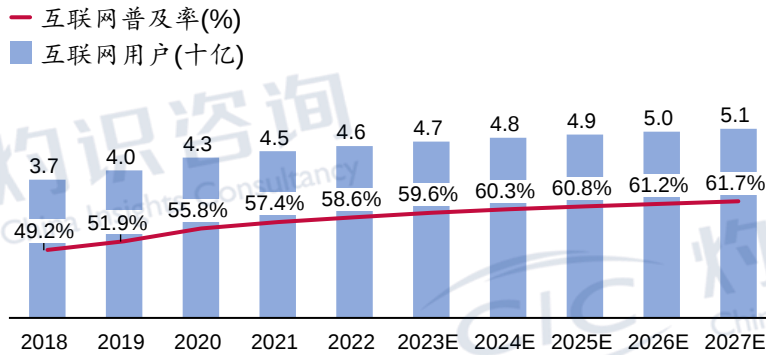
消费者选择跨境电商的原因¹



• 消费者对来自海外的高质量、价格公道的产品的需求也在增长，给跨境电商行业的发展带来了较大增量。

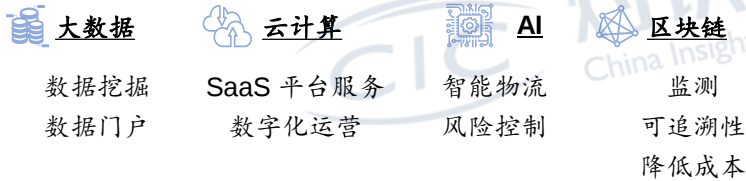
互联网用户持续增长

全球互联网渗透率及用户数量，2018-2027E



• 全球互联网用户数量持续增长，为跨境电商提供了巨大的市场基础。

技术进步为跨境电商发展提供基础



典型应用场景

物流和仓储 在线支付 生产和运营 营销服务

• 物流行业不断引进先进技术有助于提高电子商务物流的效率。
• 物流效率提高使得部分原本不适合长途运输的货物的跨境运输成为可能。
• 同时，物流技术的发展还降低了物流成本，进一步为跨境电商发展提供可能。

供应链管理能力迭不断发展



• 当今以中国为主导、包括东南亚等地区的全球制造中心拥有强大的供应链优势，推动了跨境电商的发展。

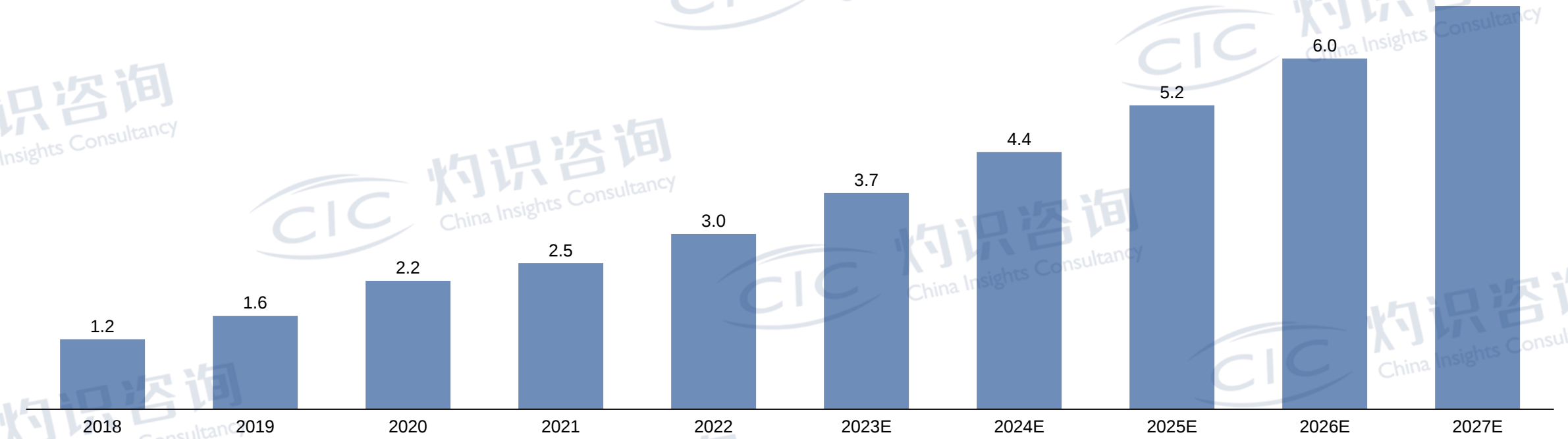
在全球电商零售渗透率提升及中国制造业在全球具有显著竞争力的双重背景下，中国跨境出口电商交易额近年持续增长。

跨境电商定义

- 跨境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，并通过跨境电商物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动，主要包括 B2B 和 B2C 两种模式，对其中某个国家而言可以分为进口和出口两种贸易方向。
- 本蓝皮书讨论的中国跨境出口电商行业范围仅包含中国跨境B2C出口电商，是指中国大陆境内企业借助计算机网络达成交易，采用快件、小包等方式通过跨境电商物流直接将商品送达处于其他关境的消费者手中的交易过程。
- 中国作为制造业大国，依靠全球领先的产业链供应链优势在世界范围内提供大量极具竞争力的产品，随着国内品牌在海外的受认可程度逐年提高和全球电商零售渗透率的持续提升，中国跨境出口电商交易额不断增长，占全球跨境电商零售交易额的比例持续提升。

中国跨境出口电商交易额, 2018-2027E

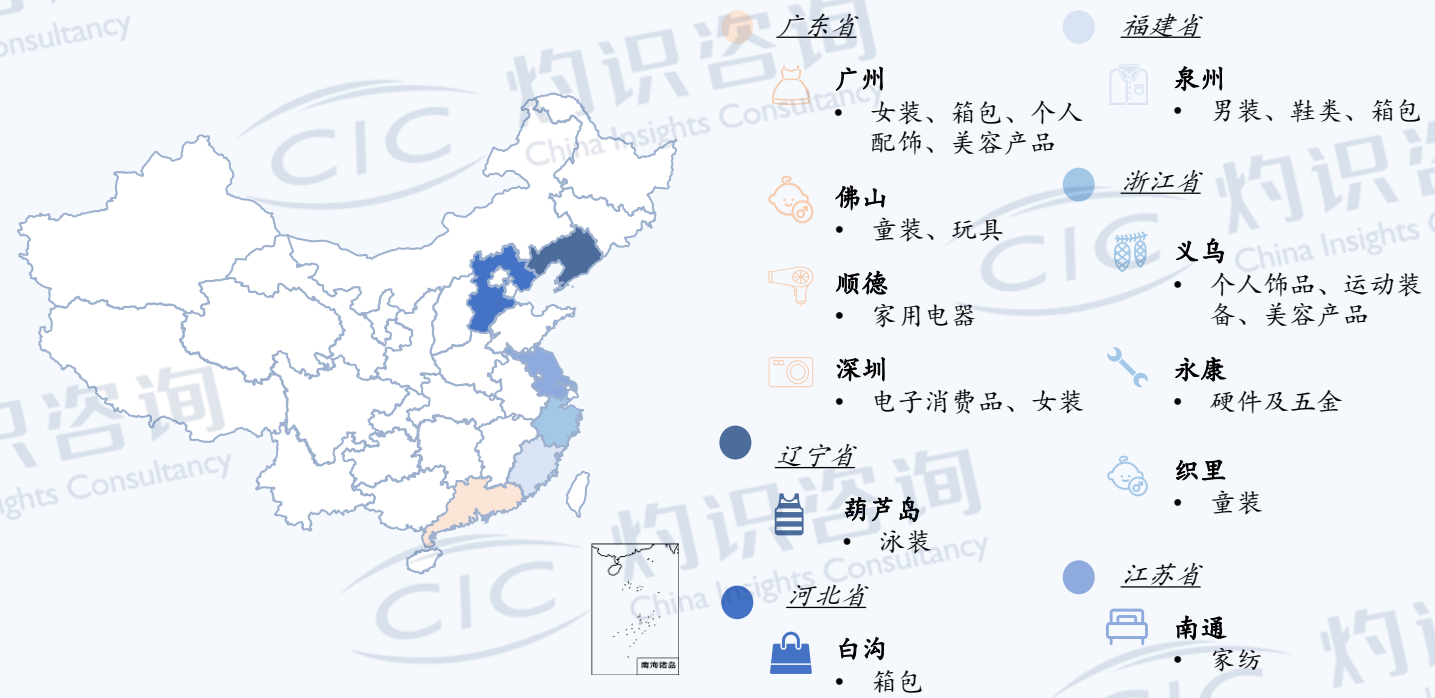
万亿元



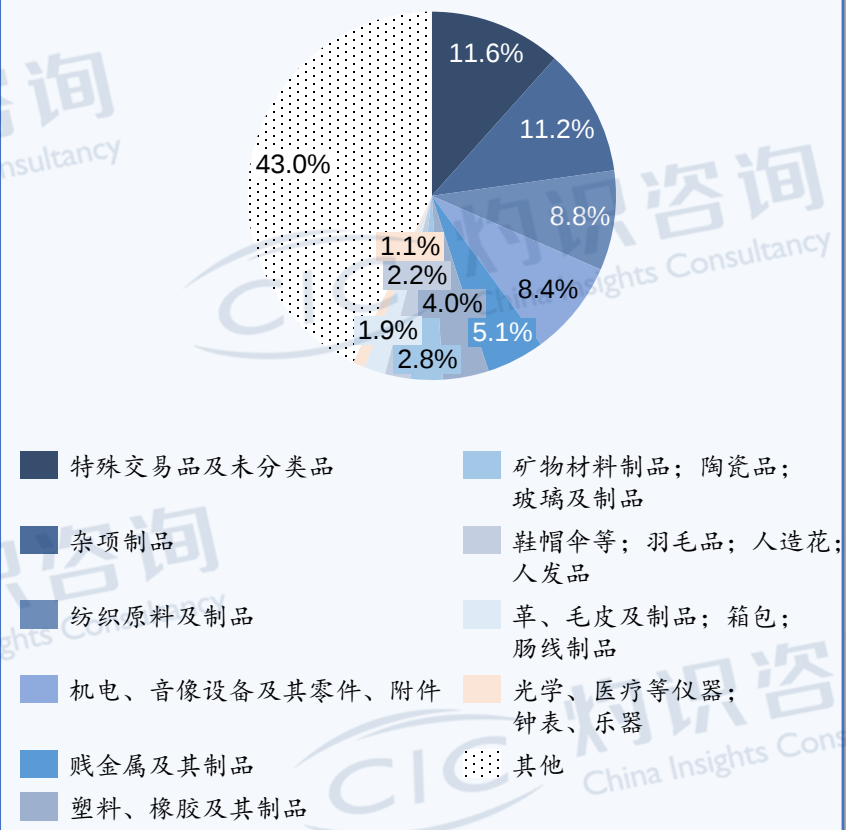
资料来源: 灼识咨询

中国制造业供应链的强大生产力和先进产业集群支持中国制造产品的质量及设计能力不断提升，促使海外消费者对中国制造的认可度提高，中国跨境电商行业所涉及的产品品类丰富度较高。

中国先进产业集群部分概览



中国跨境出口电商出口额占比，分品类，2021^[1]



- 中国的制造业供应链经历了巨大的发展。改革开放后，许多制造企业从学习国外先进产品和技术起步，逐步建立起了强大地供应链体系和位于广东、福建、河北、辽宁、江苏等地的先进产业集群。
- 规模效应的形成和制造能力的提升使得中国品牌在全球声誉不断提高，全球发达市场对中国品牌的品牌认知和购买意向均有提升，促进了中国跨境出口电商行业的发展，跨境出口电商行业涉及多个产品品类。

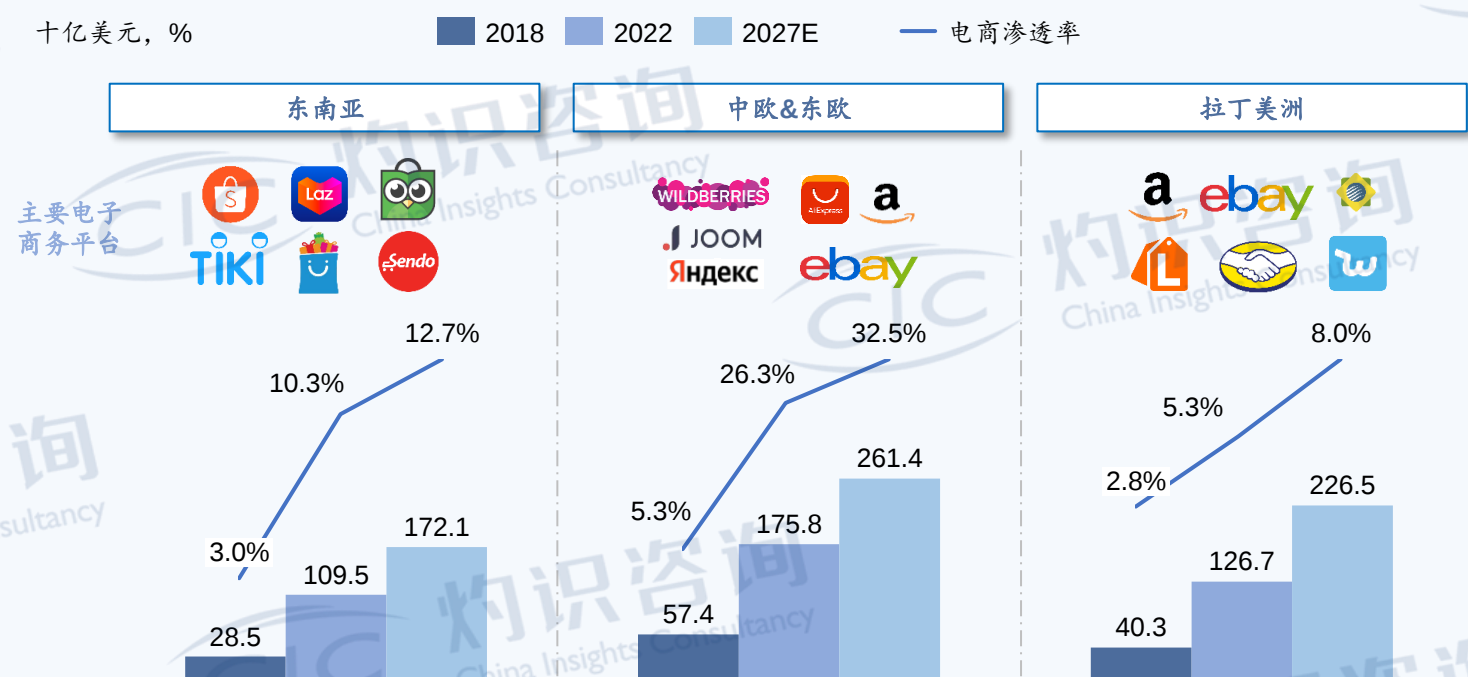
资料来源:《中国电子商务报告(2021)》，灼识咨询

新兴经济体的电商渗透率随着互联网发展、当地经济进步和基础建设的完善不断上升，成为中国跨境出口电商发展的新增长点，中国向新兴经济体的跨境电商出口额占比不断提高。

中国跨境出口电商出口额排名前十的国家，2020-2022 [2]

序号	国家/地区，2022	国家/地区，2021	国家/地区，2020
1	美国	美国	马来西亚
2	马来西亚	马来西亚	美国
3	新加坡 ↑	英国	新加坡
4	澳大利亚 ↑	韩国	英国
5	越南 ↑	日本	菲律宾
6	韩国	加拿大	荷兰
7	泰国 ↑	新加坡	法国
8	菲律宾 ↑	荷兰	韩国
9	印度 ↑	菲律宾	中国香港
10	日本	澳大利亚	沙特阿拉伯

部分新兴市场电商销售额，2022



• 电子商务平台的繁荣和电子商务模式的日益多样化，推动了全球电商行业的快速发展。随着欧美地区市场的逐步饱和以及政策性合规风险的加剧，欧美等成熟电商市场的吸引力有所下降，而中东欧、拉丁美洲等新兴经济体将随着移动互联网的发展和跨境网购需求的上升成为未来中国跨境出口电商发展的新增长点。

资料来源:《中国电子商务报告(2022)》,《中国电子商务报告(2021)》,《中国电子商务报告(2020)》,灼识咨询

在跨境出口电商服务行业价值链中，商家主要通过独立站或第三方电商平台渠道触达下游消费者；此外，其他服务商也将提供多样化的支持服务，降低商家的出海门槛。

跨境出口电商行业价值链



中国跨境出口电商行业发展概览

中国跨境出口电商行业产业链分析

- ✓ 商家侧分析
- ✓ 渠道侧分析
- ✓ 物流侧分析
- ✓ 其他服务侧分析



跨境出口电商商家可选择精品模式或泛品模式，精品模式更注重品牌打造，而泛品模式下，企业为消费者提供了更多的产品品类。

跨境出口电商商家定义

跨境出口电商商家指位于中国境内通过电子商务平台向境外交易主体售卖商品，并通过跨境电商物流运送完成商品交付的生产商或商家。这种跨境出口电商商家一般可分为精品模式商家和泛品模式商家两种，其主要区别在于售卖商品的品类丰富度，精品模式下商家一般专注于一个或几个商品品类，追求品类深度，重视品牌打造；而泛品模式下商家则采用多品类布局，更大范围地满足消费者需求，因而具有更灵活的经营策略以及更强的抗风险能力。

	精品模式	泛品模式
产品特征	 大单品  SKU较少  注重品质	 小商品  SKU庞大  同质化
核心能力	精品模式专注于一个或几个品类，追求品类深度，重视品牌打造。因此产品以少数的战略大单品为主，注重产品品质带来的品牌壁垒建构。	泛品模式采用多品类布局，产品以日用品、服饰鞋履等小商品为主，更大范围地满足消费者需求，经营策略灵活，抗风险能力更强。
优势	供应链管理能力强: 前期精确选品; 产品研发设计; 品牌营销能力	运营管理能力: 精准定位市场需求; 库存管理能力; 灵活的经营策略
劣势	- 品牌效应强，客户复购率高 - 品牌溢价高，提升利润空间	- 紧跟市场需求，流量转化率高 - 规模化经营，抗风险能力强
典型品牌	 	   

2020年1月至2023年10月，跨境出口电商行业商家侧共发生26起融资事件，涉及19家品牌企业；其中，融资轮次处于早期阶段，家居产品为最主要的主营产品类型，品牌及供应链建设为主要融资用途。



跨境出口品牌企业融资轮次较早，处于发展早期阶段

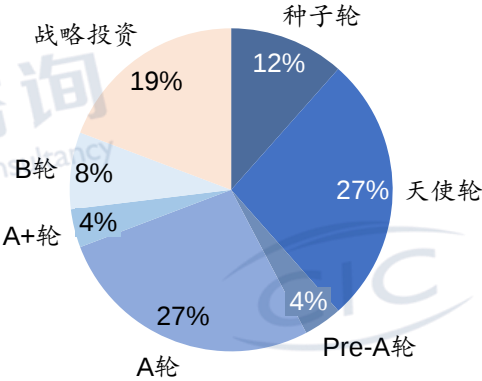


家居、3C数码、运动用品为跨境出口品牌企业的主要产品类型



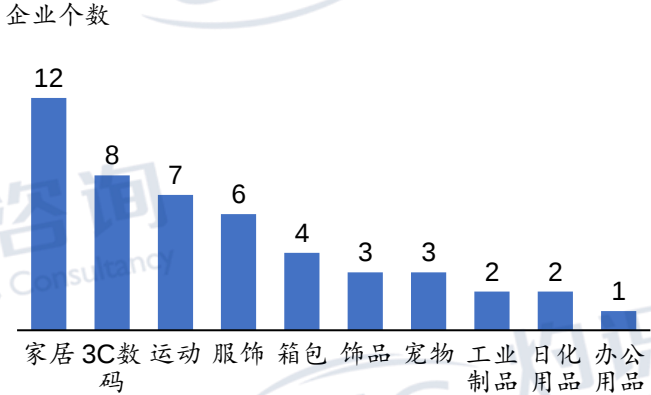
品牌建设、供应链建设为最主要的融资用途

跨境出口电商商家侧融资轮次，2020-2023.10



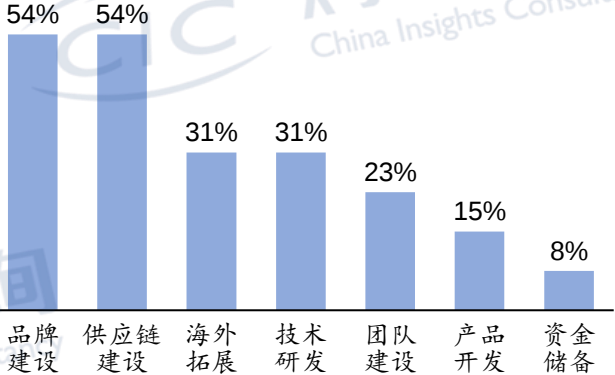
- 在2020年至2023年10月的26起针对跨境出口电商商家侧的融资事件中，约82%的融资事件发生在B轮及以前，约70%的融资事件发生在A轮及以前。其中，天使轮与A轮融资占比最大，均占27%。
- 总体来看，跨境出口电商行业商家侧仍处于发展早期阶段，大量新生品牌企业得到资本市场青睐。

跨境出口电商品牌企业主营产品类型，2020-2023.10



- 2020年至2023年10月的融资事件涉及的19家企业中，主营产品类型中包含家居产品的企业数量最多，达到12家，其后依次为3C数码、运动、服饰。
- 跨境出口电商品牌企业主营产品类型覆盖广泛，家居、3C数码、运动用品、服饰等品类仍为最主流的产品类型。

已披露的跨境出口电商商家侧融资用途，2020-2023.10



- 在已披露融资用途的融资事件中，品牌及供应链建设为最主要的资金用途，占比达54%。海外拓展与技术研发同样提及较多，均占31%。
- 众多融资用途中，品牌建设与供应链建设最受跨境出口电商品牌企业关心，或将成为跨境品牌企业实力建设的关键环节。

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业商家侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业商家侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (1/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 SeaOne	2023-08-08	天使轮	未透露	天使投资人	女性时尚单品
 YOUNIVERSE	2023-03-24	种子轮	300万	未透露	手机、电视机和智能音箱等
 BOUNDLESS	2022-11-01	A轮	未透露	红杉资本中国,IDG资本	拥有包括 Jouer、BODY404、R!CH 在内的3个非标品的独立站品牌，产品覆盖服饰、饰品、3C 配件等
	2022-03-12	Pre-A轮	500万	BAI资本,宽窄创投,壹叁资本	
	2021-09-07	天使轮	千万级	峰瑞资本	
	2021-04-12	种子轮	1000万	宽窄创投,壹叁资本	
 newme	2022-02-22	天使轮	数百万	华映资本	灯具、厨房小家电、卫浴小家电和电动工具等家居产品
	2021-11-26	天使轮	数百万	惟一资本-微影资本,青赢创投	
	2020-11-25	种子轮	数百万	云沐资本,执势资本	
 征鸟出海	2022-01-10	战略投资	1亿	因赛集团	居家生活、运动、户外、3C电子、宠物等
	2021-08-11	A轮	数亿	亚商资本,华睿投资,考拉基金,云岫资本,前海恒昇基金,祥融财富	

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业商家侧融资情况总结。

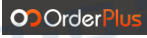
中国跨境出口电商行业商家侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (2/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 集海科技	2021-11-02	A轮	数千万	同创伟业,头头是道投资基金	扫地机器人、智能洗地机、宠物清洁器等
	2021-03-29	天使轮	千万级	同创伟业	
 和生创新	2021-08-19	A+轮	未透露	真格基金,源码资本	家电、厨电产品等
	2021-03-18	A轮	数千万	九派资本,日初资本	
 HHO	2021-07-09	天使轮	数千万	元璟资本	智能宠物产品、3C数码产品等
 蓝深科技	2021-05-12	A轮	数千万	IDG资本,Sheln领添科技,安克创新	乐器
 子不语	2021-05-10	B轮	2600万	Calor Capital,Aloe Tower	服饰、鞋帽、饰品等
 原石星球 BOOMJOO	2021-04-22	天使轮	数百万	知春资本	珠宝首饰，旗下品牌包括BOOMJOO、SPARKLECARAT等

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业商家侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业商家侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (3/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 Cupshe	2021-03-03	战略投资	数亿	嘉御资本	沙滩场景快时尚
 帕拓逊	2021-01-28	战略投资	数亿	鼎晖投资, 顺为资本, 小米集团, Sheln领添科技, 纵腾集团, 厦门汉瑞投资, 北京知点投资	音频类、智能家居类、户外运动类、五金产品及键鼠等，拥有MPOW、VICTSING、VICTEC等多个自营品牌
 囊萤映雪	2021-01-20	A轮	未透露	惟一资本-微影资本	医疗，家纺，家居，户外，运动，汽车配件等
 致欧科技	2020-11-24	战略投资	未透露	IDG资本, 嘉御资本, 前海母基金	家居
 厦门吉客印	2020-06-18	战略投资	1.2亿	吉宏股份	家居百货、户外运动、美容个护、电子电器、精品鞋服、箱包手提等
 四衡网络	2020-05-23	A轮	未透露	深创投	手机配件配饰、汽车配件、电脑配件、游戏机配件、电子设备线材、数码设备、衣服、发饰、手表、休闲运动用品等
 澳鹏网络 OrderPlus	2020-02-20	B轮	1亿	凯辉基金	服装、鞋包、配饰、家居、母婴用品、健身器材和3C等

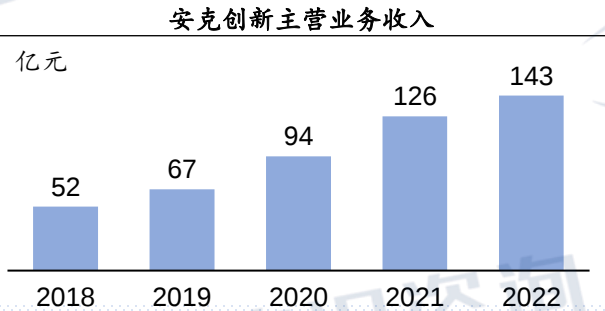
资料来源: 灼识咨询

品牌案例1：安克创新高度重视创新研发能力和自身品牌塑造，在公司传统的线上销售渠道之外借助品牌力大力发展线下渠道，打通了以北美为主的多个海外市场。

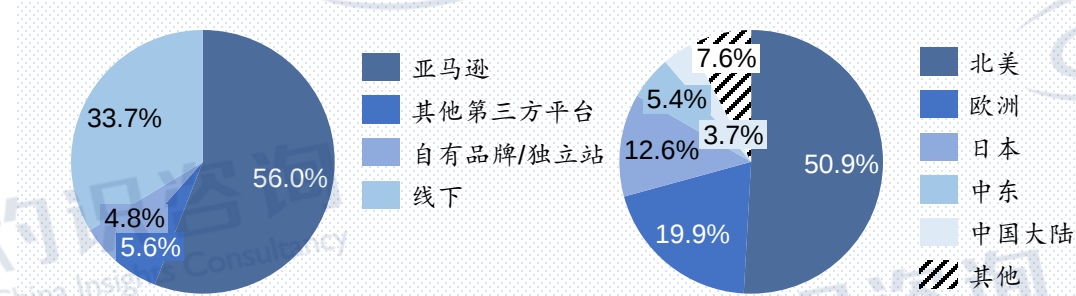
安克创新

- 2020 安克创新在A股创业板上市
- 2014 入驻美国连锁超市Staples，拓展线下市场
- 2012 进入日本、西班牙、加拿大市场
- 2011
 - Anker品牌在美国加州注册
 - 湖南海翼电子商务有限公司在湖南注册成立
 - 进入美国、英国、德国、法国、意大利等欧美市场

1 消费电子出海龙头企业，专注消费电子行业，主营业务收入持续增长



2 线上线下双渠道出海，出口到北美为主的多个海外市场



关键分析

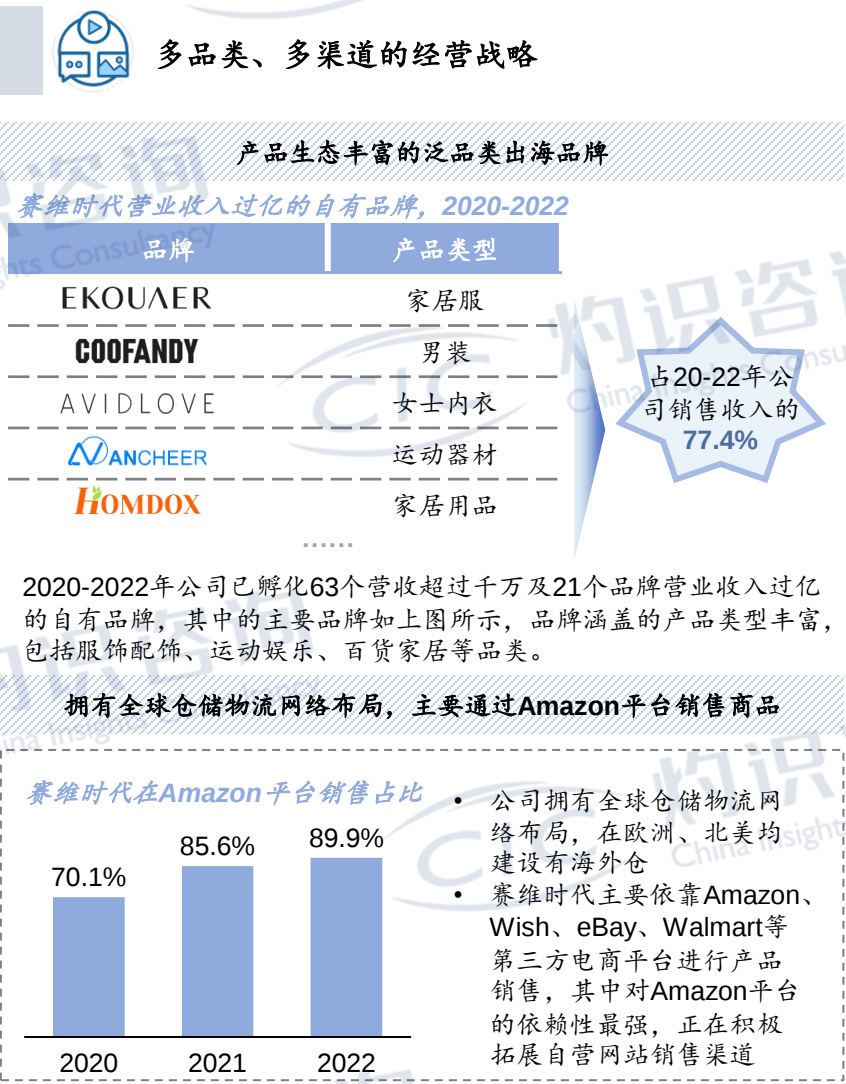
- 线上模式是公司的主要销售渠道，随着公司品牌影响力在全球的提高，线下渠道占比快速提升
- 北美是公司出口的主要市场，欧洲、日本也占据较大比例。

3 重视研发能力和上新速度，纵向研发差异化产品满足细分客户需求

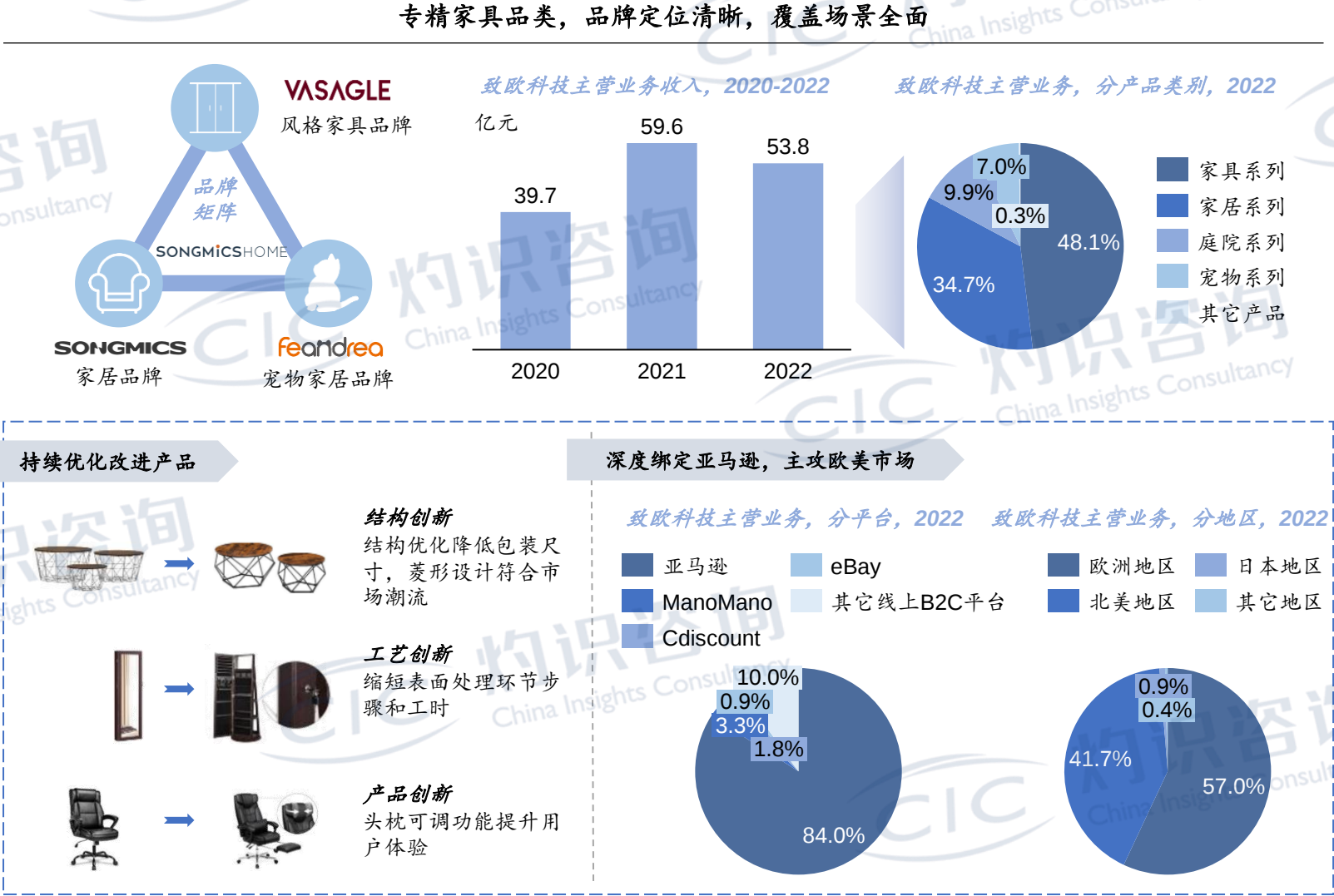


- 2022年公司研发费用10.8亿元，比2021年同比增加38.8%，占2022年销售收入的7.6%。
- 安克创新高度重视产品设计，深入调研市场需求、消费者偏好与售后反馈，持续更新产品矩阵。

品牌案例2：赛维时代是领先的泛品类出海品牌，产品生态丰富，主要在第三方电商平台销售，积极进行品牌化转型。



品牌案例3：致欧科技专注于家具品类，三个子品牌定位清晰，覆盖家居全场景，深度绑定亚马逊平台，主要在欧美市场进行售卖。



品牌案例4：子不语是北美领先的第三方服装电商卖家，借助数字化供应链管理协同各类供应商，建设高效的设计产出流程。

子不语

ZIBUYU

2022.11.11

港交所上市

2019

自营网站业务快速发展，GMV超过1亿元人民币

2017

自主研发的信息技术系统（包括ERP及SCM系统）建成

2014

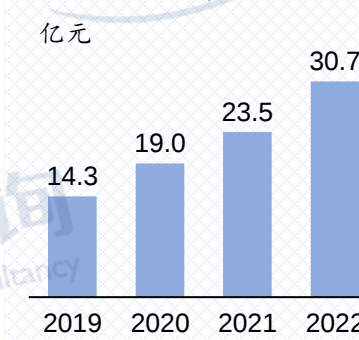
亚马逊注册店铺，业务转型向跨境出口电商业务

2011

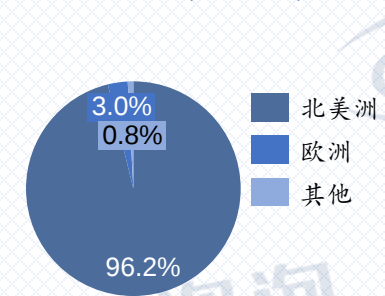
浙江子不语在杭州成立

子不语爆款品牌		
品牌	产品类型	主要销售平台
Farktop	女装	亚马逊
Runcati	男装	亚马逊
CJCY BELL	女士套装	亚马逊
Joli	鞋履	自营网站、Wish
Aurgelmir	女士运动服	亚马逊

子不语营业收入，2019-2022



子不语营业收入，分地区，2022



- 2019年以来子不语营业收入持续提升，2022年达30.7亿元人民币。
- 公司主要出口到北美市场，2022年北美营业收入占子不语全部营业收入的96.2%。

数字化供应链管理实现高效运营

设计师进行市场调研

智能化选品

系统辅助自主设计

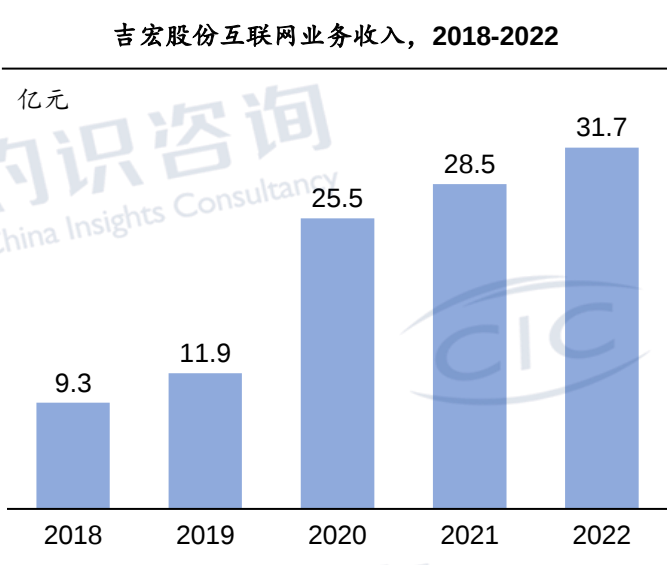
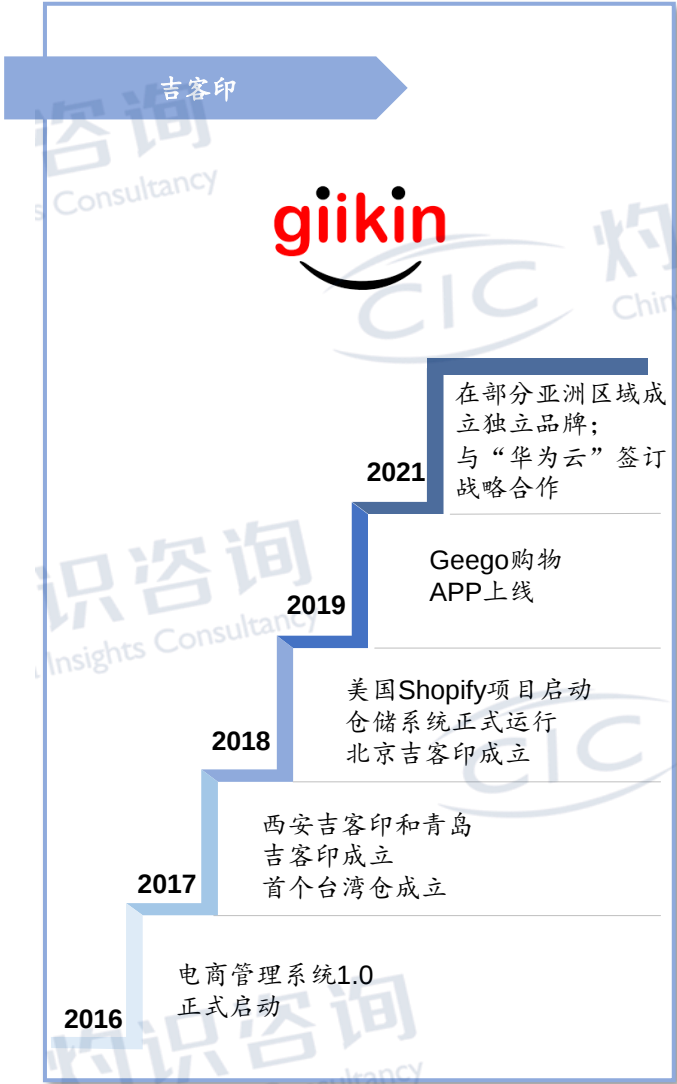
向OEM供应商采购产品

供应链及物流管理

电商平台

- 通过智能选品和设计辅助系统实现快速设计，公司能够在最短7天内完成设计及生产，并在15天内将产品交付客户。
- 子不语构建了较为完善的数字化供应链体系协同各类供应商，将核心业务实现数据驱动和自动化流转，优化库存管理能力。

品牌案例5：吉客印是亚洲地区跨境社交电商龙头企业，借助先进的数智化能力赋能营销、选品、广告投放和运营能力，持续打造爆品。



中国跨境出口电商行业发展概览

中国跨境出口电商行业产业链分析

- ✓ 商家侧分析
- ✓ 渠道侧分析
- ✓ 物流侧分析
- ✓ 其他服务侧分析



跨境出口电商平台在出海过程中形式逐渐丰富，精品独立站和新流量平台逐步兴起，出海品牌随之扩展渠道矩阵以求触达更多的消费者群体，构建品牌壁垒。

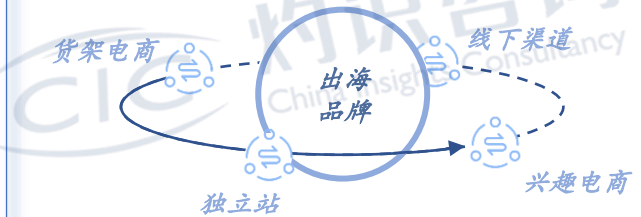
跨境出口电商平台定义

- 跨境出口电商平台指主体在中国境内的帮助中国品牌向境外售卖商品的电子商务平台，其存在形式较为多样，除传统的主流电商平台之外，精品独立站和兴趣电商模式也在逐步兴起，不同电商平台的引流模式和可以触达的消费者群体有较大差异，商家随着跨境出口电商平台商业模式的丰富随之丰富自己的渠道矩阵。
- 由于经济、人才、技术等方面的限制，中小企业在借助亚马逊等海外平台出海的过程中容易遭遇开店难、运营难等痛点，时间、人力和运营成本较高，而跨境出口电商平台可以减少中小企业出海的成本要求，降低出海运营难度，从而帮助中国的中小型商家更容易地将商品通过电商渠道贩卖到海外。

主流电商出海渠道对比

	独立站	货架电商平台	兴趣电商平台
运营难度	商家需要从头自主搭建设计网站、购买域名、构建支付系统	成熟电商平台已形成一套自有的运营模式	电商平台发展历程相对较短，但已经初步形成了体系化的运营模式
商家资质要求	对商家的资质、库存无任何限制	需要商家资质证明，部分销售模式下需要商家储备部分存货	需要商家资质证明，部分销售模式下需要商家储备部分存货
数据可得性	掌握在商家手中，可针对品牌特性进行“再营销”引导客户二次下单	主要掌握在平台手中，仅向商家提供部分数据，商家矩阵越丰富，客户数据越多，能够通过分析海量数据帮助客户进行个性化推荐，提高留存	主要掌握在平台手中，仅向商家提供部分数据，商家矩阵越丰富，客户数据越多，能够通过分析海量数据帮助客户进行个性化推荐，提高留存
流量获取途径	品牌借助Facebook、Google等媒体资源方的外部流量对自身网站和商品进行宣传、推广	- 提供站内营销工具，帮助商家在站内流量中进行宣传、推广； - 少量商家会使用外部媒体资源进行宣传，同时帮平台实现引流	通过短视频等方式帮助商家投放用户感兴趣的内容从而吸引顾客进入选购，帮助商家在站内流量中进行宣传、推广

出海品牌随之持续扩张渠道矩阵



多渠道的销售矩阵布局优势较为明显：

- i) 帮助品牌更好地满足不同消费者群体的需求，触达更多元的消费者群体，增加市场覆盖率，增加多元化销售机会
- ii) 降低市场风险。避免市场波动或政策变化带来的某个单一渠道的潜在风险
- iii) 多渠道增强知名度和可信度，使品牌在消费者心目中树立更加稳固的地位。

典型案例

SHEIN

AliExpress

TEMU

Lazada

TikTok Shop

跨境电商平台和商家的合作关系持续创新，全托管、半托管等新模式的出现使跨境电商平台可以触达更多产业链上游的工厂型及工贸一体化生产商，以更具纵深化的服务增强竞争能力。

全托管及半托管模式定义

- 全托管模式指商家只负责产品的供给，上架、流量、发货、售后等工作都交由平台来负责的运营模式；半托管模式是指商家自主定价、销售，平台提供物流仓配、专属营销活动、逆向退货等运营支持方案的运营模式。
- 全托管及半托管模式可以解决部分非电商基因公司对电商运营没有经验、无法参与到跨境电商产业链条的痛点，引入该类模式可以帮助跨境电商平台完善生态体系，与商家自主运营模式形成互补。



- 电商平台业态具有强双边网络效应，大量丰富且优质的SKU将吸引更多买家加入平台进行选购，而更多的买家也将吸引来更多卖家加入平台挖掘商业机会，消费链条两端的参与者互相促进，平台业态不断丰富。
- 全托管及半托管模式可有效降低供应链型企业入驻电商平台的门槛，进而吸引大量工厂、工贸一体等供应链类型企业加入平台，该类企业带来了更多价廉质优的产品，最终提高了平台内在售商品的性价比，强化了供给侧的产品多样性。电商平台有望借此强化自身电商生态，借助双边网络效应进一步扩大自身规模。从商业模式的角度，电商平台也将借助托管模式获取零售端利润，进一步扩大自身的商业潜力。
- 长远来看，全托管及半托管的商业模式对供应商的吸引力在于这种商业模式能够为商家带来的利润空间，因此托管模式竞争最终将考察各个平台的运营能力和运营效率。

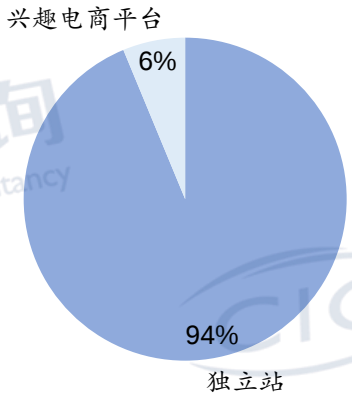
	商家自主运营模式	半托管模式	全托管模式
店铺经营	• 商家	• 商家	• 平台
商品定价	• 商家	• 商家与平台协商定价	• 平台定价
物流履约	• 商家	• 平台对物流服务费定价，平台负责仓配物流	• 商家无物流费用，平台负责仓配物流
退货服务	• 商家	• 平台负责	• 平台负责
商品品类	• 全品类	• 全品类	• 主要是性价比产品：时尚配件、电子数码、家居用品、服饰鞋帽等
涉及平台	• 阿里速卖通、TikTok等	• 阿里速卖通	• Temu、阿里速卖通、TikTok等

2020年1月至2023年10月，跨境出口电商行业渠道侧共发生30起融资事件，涉及16家企业；其中，融资标的以独立站为主，融资轮次集中于B轮及以前，主营产品类型上出现品类内部细分及布局新兴垂类的趋势。



独立站成为跨境出口电商平台突破口，受到资本青睐

发生融资事件的跨境出口电商平台类型，2020-2023.10

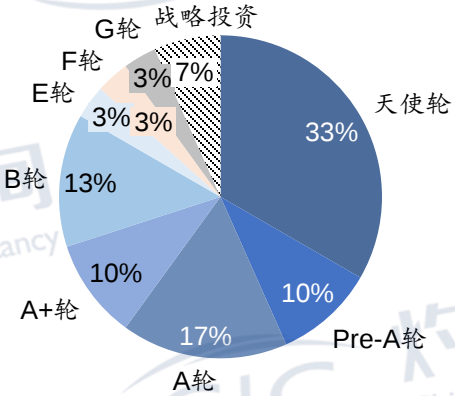


- 2020年至2023年10月期间发生融资事件的16家平台企业中，绝大部分企业平台类型为独立站，占比高达94%；兴趣电商平台仅有一家，为小红书。
- 在货架电商平台格局相对稳定，且平台内部规则趋严、竞争激烈的背景下，新兴的独立站成为跨境出口电商平台的突破口，受到资本市场青睐。



跨境出口电商渠道侧涌现大量独立站新秀，投资机会较多

跨境出口电商渠道侧融资轮次，2020-2023.10

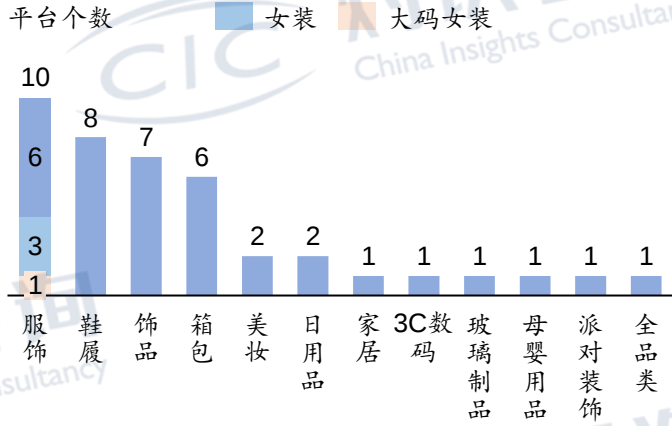


- 30起针对跨境出口电商渠道侧的融资事件中，约83%的融资事件发生在B轮及以前，约60%发生在A轮及以前。其中，天使轮融资占比最大，达33%。
- 较为后期的融资轮次主要由Sheln贡献，总体来看，以独立站为代表的渠道侧仍处于发展早期阶段，涌现出许多新生的独立站投资标的。



服饰、鞋履为主要产品类型，出现品类内部细分及布局新兴垂类的趋势

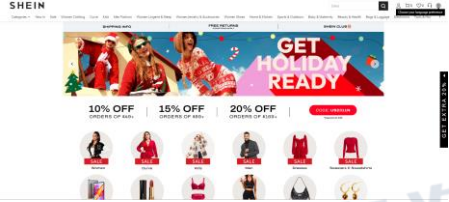
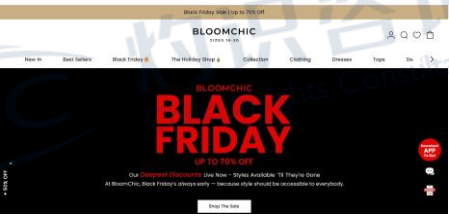
跨境出口电商平台主营产品类型，2020-2023.10



- 2020年至2023年10月的融资事件涉及的16家企业中，主营产品类型中包含服饰的平台数量最多，达10家，其后依次为鞋履、饰品、箱包。
- 唯一的全品类平台为兴趣电商平台小红书；独立站的主营产品逐渐出现品类细分化趋势，意味着部分玩家已开始探索利基市场。

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业渠道侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业渠道侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (1/4)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	平台页面展示
SHEIN SheIn 领添科技	2023-05-17	G轮	20亿	红杉资本中国,General Atlantic泛大西洋投资,穆巴达拉Mubadala Investment Company	
	2022-04-07	F轮	数亿	红杉资本中国,General Atlantic泛大西洋投资,Tiger Global老虎海外,Coatue Management	
	2020-08-04	E轮	数亿	未透露	
BLOOMCHIC BloomChic	2022-12-19	B轮	数千万美元	L Catterton	
	2021-08-12	A+轮	数千万	五源资本,万物资本	
	2021-02-19	A轮	数百万	明势资本,绿洲资本 Vitalbridge	
	2020-12-30	天使轮	数百万	明势资本,中绵资本	
MU16 MU16	2022-08-22	天使轮	近千万	未透露	
	2021-12-20	天使轮	1000万	尚承投资	
TOSPINO TOSPINO	2021-12-06	天使轮	未透露	华盛人和	

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业渠道侧融资情况总结。

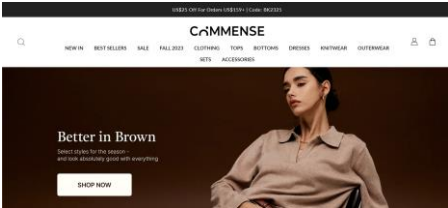
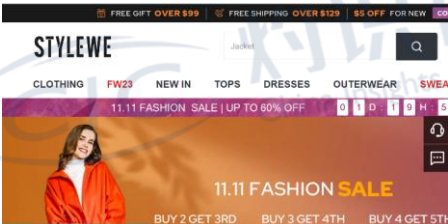
中国跨境出口电商行业渠道侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (2/4)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	平台页面展示
 小红书	2021-11-08	战略投资	5亿	腾讯投资,阿里巴巴,天图投资,淡马锡Temasek,元生资本	
 POVISON 缪斯科技	2021-11-08	A轮	近千万	天际线创投	
	2020-02-05	天使轮	数百万	eWTP基金-阿里巴巴	
 Chicpoint	2021-10-11	天使轮	1000万	浙江东方,毓信投资	
 Cider	2021-09-02	B轮	1.3亿	DST Global, Andreessen Horowitz-a16z,Greenoaks Capital Management	
	2021-06-07	A轮	数千万	IDG资本,德迅投资,DST Global, Andreessen Horowitz-a16z	
	2020-12-17	Pre-A轮	千万级	和玉资本	
	2020-09-25	天使轮	千万级	IDG资本,德迅投资,Andreessen Horowitz-a16z,初心资本,峰瑞资本	

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业渠道侧融资情况总结。

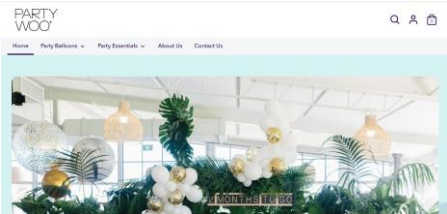
中国跨境出口电商行业渠道侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (3/4)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	平台页面展示	
 Heywind	TIJN 海湾趋势	2021-07-29	战略投资	未透露	百度风投	
 doublefs	全量全速 doublefs	2021-06-17	A轮	1亿	红杉资本中国, IDG资本, 五源资本, 今日资本, 山行资本	
		2020-07-29	天使轮	3000万	红杉资本中国, IDG资本, 五源资本, 今日资本, 高榕资本, 山行资本, 天善资本	
 Infinite Waves 心潮无限	心潮无限 Infinite Waves	2021-06-16	天使轮	数千万	红杉资本中国, 字节跳动	
 细刻 StyleWe 细刻网络		2021-04-23	B轮	5000万	腾讯投资, 星纳赫资本	

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业渠道侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业渠道侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (4/4)

公司名称		融资时间	轮次	投资金额	投资方	平台页面展示
URBANIC	Urbanic	2021-04-12	B轮	数千万	红杉资本中国,鼎晖投资	
		2020-03-30	A+轮	1000万	复星锐正资本	
STARLINK	VIVAIA 斯达领科	2021-03-03	A+轮	数亿	基石资本,字节跳动,大钲资本,纵腾集团	
		2020-09-19	A轮	3亿	红杉资本中国,祥峰投资Vertex,天图投资,灵犀资本	
		2020-08-03	Pre-A轮	数千万	荐闻天下	
RTW6	派对屋 PARTYWOOL	2020-05-11	天使轮	数百万	尚承投资	
hibobi	Hibobi	2020-03-23	Pre-A轮	数百万	零一创投,励石创投 ,Orderplus	

资料来源: 灼识咨询

平台案例 1：速卖通扎根我国本土资源，将中国制造的高性价比产品跨境销售，成为中国跨境出口B2C平台龙头。



Smarter Shopping, Better Living!

2022

推出全托管模式，平台全权负责店铺运营、物流、售后等环节

2013.3

速卖通陆续关闭淘代销等工具，鼓励进行精细化运营

2012.9

速卖通开通淘代销连速卖通和淘宝卖家后台

2010.4

速卖通全平台开放

2009.8.6

阿里巴巴全球速卖通正式进入试运行阶段

依托本土资源，主打跨境策略，将中国制造销往全球

自动将卖家上传的商品翻译成18种语言

类别	佣金率
安全、家用电器、家具	5%
鞋子和运动鞋、消费类电子产品、电话配件、汽车与摩托车、电脑及配件、运动的、园林工具、游戏、时尚配饰	5%-8%
服饰与配饰、婴儿、电子元件、内衣、办公和学校用品、钟表	8%
特别类别（食品）	8%-10%

不断推出新项目帮助商家出海

- AE Mall** • 为入驻的优质品牌提供特殊标识及多项扶持举措
- 全托管** • 速卖通负责店铺运营、仓储、配送、售后服务等环节，商家只需提供货品，备货入仓
- Choice** • 主打极具性价比的货品
- ...

整合集团资源，菜鸟物流网络支持



- 2023财年>30%的订单在15天内送达
- 速卖通平台接受客户收到产品后15天内退货

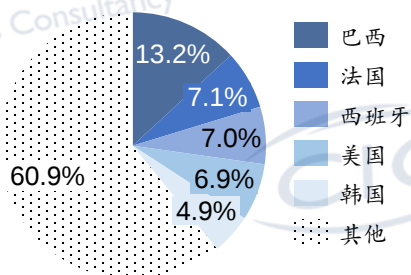
出海市场覆盖广泛，不断开拓新兴市场

覆盖220个不同的国家和地区

支持38个本地支付渠道

在51个国家和地区支持本地货币付款

aliexpress.com 2023年7月流量占比，分区域^[1]



↑ 30%

2023财年速卖通在新市场韩国的订单量增长超过30%

类别	物流项目
经济类物流	菜鸟超级经济、菜鸟专线、中国邮政小包、菜鸟无忧物流、菜鸟特供专线
简易类物流	菜鸟无忧物流、菜鸟大包专线、菜鸟专线、菜鸟特供专线、菜鸟无忧集运
标准类物流	中国邮政挂号小包、e邮宝、燕文航空挂号小包、DHL、Aramex中东专线、威海选仓无忧

平台案例 2: Lazada以本地化战略深入东南亚市场, 凭借强大的海外基础设施建设和淘系架构支持, 提供覆盖东南亚六国的一站式跨境销售服务。

2022

启动Laz Go Global
六国互卖业务

2020

开启日韩跨境业务
海外仓业务全面开启

2019

发布新国货出海计划

2015

开启跨境业务

2012

在东南亚成立

深耕东南亚市场, 重视本地化发展

	马来西亚	新加坡	泰国	菲律宾	印尼	越南
人口数 (万)	3413	600	7175	11650	27640	9853
互联网普及率	96.8%	96.9%	85.3%	73.1%	77.0%	79.1%
35岁以下人口占比	56.2%	36.6%	41.4%	64.6%	56.3%	52.2%
2022年电商规模 (亿美元)	140	82	220	140	590	140

- 东南亚市场人口红利显著: 东南亚六国人口众多, 大量年轻人活跃于互联网平台, 为电商产业提供了巨量的消费人群, 成为跨境出口电商平台增量发展的沃土。
- 坚持本地化策略: 90%的员工为东南亚本地人, 根据东南亚市场实际情况开通货到付款模式, 基于六国间的发展差异定制化电商服务体系。
- 六国跨境销售一站式服务: 入驻Lazada的企业可一次性开通六国销售渠道, 一站式实现东南亚市场全覆盖。

自建立体物流网络, 重视基础设施建设

出海专线
平均7-8日达

国内直邮

✓ 覆盖东南亚六国17个城市

✓ 建立30+ 仓库

✓ 3000+ 自提点, 配送范围覆盖海岛、渔村

立体跨境电商物流网络

中心仓
布局香港、东莞
99.5% 24小时出库,
平均5-6日达

海外仓
东南亚本地发货
90%+ 1-3日达

淘 背靠阿里巴巴, 拥有成熟“淘系”架构

- 2016年, 阿里巴巴入股Lazada, 上线“淘宝精选平台”, 使Lazada成为阿里巴巴全球化战略布局的重要组成。相似的架构使国内商家在Lazada跨境出海更加便捷。

支付

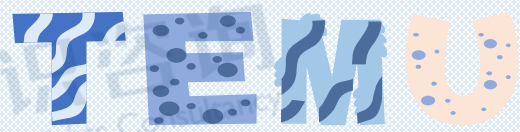
大数据体系

平台管理

直播

向海外推广国内淘系电商的成熟模式

平台案例 3: TEMU专注白牌低价格带商品, 采取类自营模式, 快速实现流量和规模扩张, 截至2023年11月已覆盖全球48个国家和地区。



Team up, Price down

坚持低价策略, 产品生态丰富

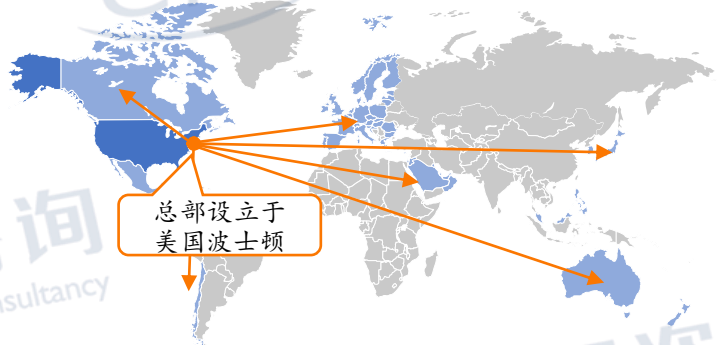
女装 女士内衣&睡衣	女装曲线 女鞋	智能家居 家庭电器 庭院装饰	家庭&厨房用具 家居装修 宠物用品	汽车用品	办公室& 学校用品
男装 男士内衣&睡衣	大码男装 男鞋	消费电子产品	手机&配件	母婴用品	户外用品
童装 童鞋	箱包&行李	化妆品	珠宝首饰	乐器	艺术、工 艺和园艺

采取类自营销模式, 快速扩张多个海外市场

类自营模式下商家仅负责供货, TEMU管理运营



Temu 截至2023年11月全球市场覆盖情况



关键分析

- 商家在备货过程中可以在选择VMI或JIT两种模式, VMI模式下卖家首先将货物发往TEMU国内仓由其负责存储, 卖家只需承担一般的到仓费用, 但一旦TEMU仓库缺货, 售卖链接将面临下架风险; JIT模式下只要货物通过审核即可上架预售, 客户下单之后商家再将货物送至仓库, 但一旦延时将产生赔款, 目前大部分卖家都选择VMI模式供货。
- TEMU 2022年9月登陆美国, 至2023年11月已经覆盖了全球48个国家和地区, 发展迅速。

- 2022.9.15 Temu全量开放售卖, 目前已经拓展至德意法英日等多个国家和地区
- 2022.9.1 Temu平台在美国上线, 并进入平台测试期
- 2018 拼多多宣布将投入10亿美元用于拓展海外市场

平台案例 4: TikTok电商平台依靠独特的营销模式和活跃的社群氛围, 依托丰富的服务生态和庞大的用户基础影响消费者购买意愿, 帮助品牌塑造品牌影响力。

TikTok SHOP

2022.6

TikTok shop新加坡小店上线

2022.4

泰国、越南、马来西亚、菲律宾全面上线跨境电商业务

2021.4

TikTok shop英国小店上线

2021.2

TikTok shop印尼本土小店上线(非跨境电商)

2017.5

海外版抖音正式上线

多类服务生态支持多种服务

商家

跨境服务商

跨境机构和联盟

跨境直播基地

消费者

- TikTok发展出了跨境服务商(TSP)、跨境达人机构(MVN)和达人联盟(TAP)、跨境直播基地等多类服务生态, 为商家和达人提供一站式服务
- 截至2022年12月, TikTok Shop跨境电商入驻服务方近2000家, 构建了丰富的服务生态保障。

依托TikTok庞大的用户基础, 实现快速增长[1]

10亿+月活

150+国家和地区

35种语言

270%

2022年圣诞季期间跨境GMV比2021年同期同比提升

90%

跨境东南亚市场全年GMV月平均复合增速

40%

2022年12月英国市场跨境平均交易客单价同比

TikTok独特的营销方式影响消费者购买意愿

筛选合适KOL合作

直接触达客户

品牌方

销售增长

二次分享传播消费体验反哺

吸引合作

信任与长期粘性

通过兴趣互动、内容种草影响消费决策

KOL/KOC

消费者

树立口碑反馈粉丝意见

TikTok平台营造了活跃的社群氛围, 品牌和借势放大影响力沉淀品牌价值

更加信任社群用户的真实分享

57%

通过社群用户发现好物

53%

购后进行产品使用分享

48%

参与品牌相关的社群活动

30%

资料来源:《TikTok Shop跨境电商2023年度策略报告》, 灼识咨询

平台案例 5: SHEIN作为全球生活方式类电商龙头，旗下品牌生态丰富，是独立站类跨境出口电商领先品牌，依托于出色的供应链管理着力推进“自营品牌+平台模式”双引擎发展。

SHEIN

SHEIN（希音）是一家总部设在新加坡的中国大陆在线快时尚零售商，作为世界各地千禧一代和Z世代经常使用的热门电商平台，知名于贩售相对平价的服装。

2022

服务于150+国家，成为全球搜索次数最多的时尚品牌

2015

推出SHEIN应用程序

2014

建立独立的供应链中心

2012

由四名联合创始人发起



中国跨境出口电商行业发展概览

中国跨境出口电商行业产业链分析

- ✓ 商家侧分析
- ✓ 渠道侧分析
- ✓ 物流侧分析
- ✓ 其他服务侧分析



跨境出口物流是连接买卖双方的渠道，在其中扮演决定商品流通效率的主要角色，跨境出口电商物流服务的不断进步是跨境出口电商得以持续发展的重要保证。

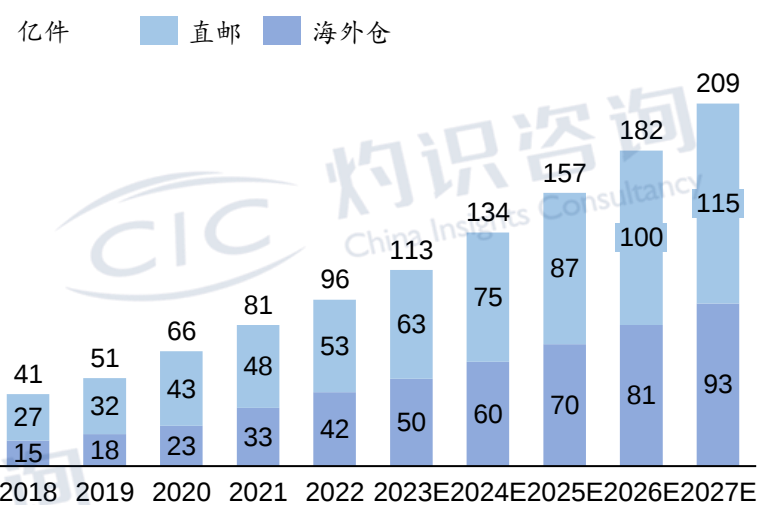
跨境出口电商物流服务定义

跨境出口电商物流服务是指第三方跨境出口电商物流服务商通过自身的整合物流资源，依靠互联网、大数据等工具为跨境出口电商客户提供指定服务，主要包括主要完成除大宗商品以外的消费品、化学用品的境内运输、跨境运输、仓储、进出口清关、配送等,除此之外，跨境出口电商物流服务商还可能提供一定增值服务，如跨境出口电商技术解决方案、跨境出口电商培训服务等。跨境出口电商物流服务模式主要有直邮模式和海外仓模式两种。

跨境出口电商物流不同模式分析

模式	路径			价格	时效	稳定性	适用产品
	首公里	国际干线	目的国配送				
直邮业务模式	国内邮政	国际干线	境外邮政	●	●	●	轻型、小型、高价值、耐用和个性化产品，如珠宝、化妆品、奢侈品等。
	国内揽收	分拨	海外末端服务	●	●	●	
	国内揽收	分拨	海外末端服务	●	●	●	
海外仓业务模式	国内揽收	国内仓	海外仓	●	●	●	重型、大型、低价值和易碎产品，如服装、鞋子、玩具、家居用品等。

中国跨境出口电商包裹量，分业务模式，2018-2027E

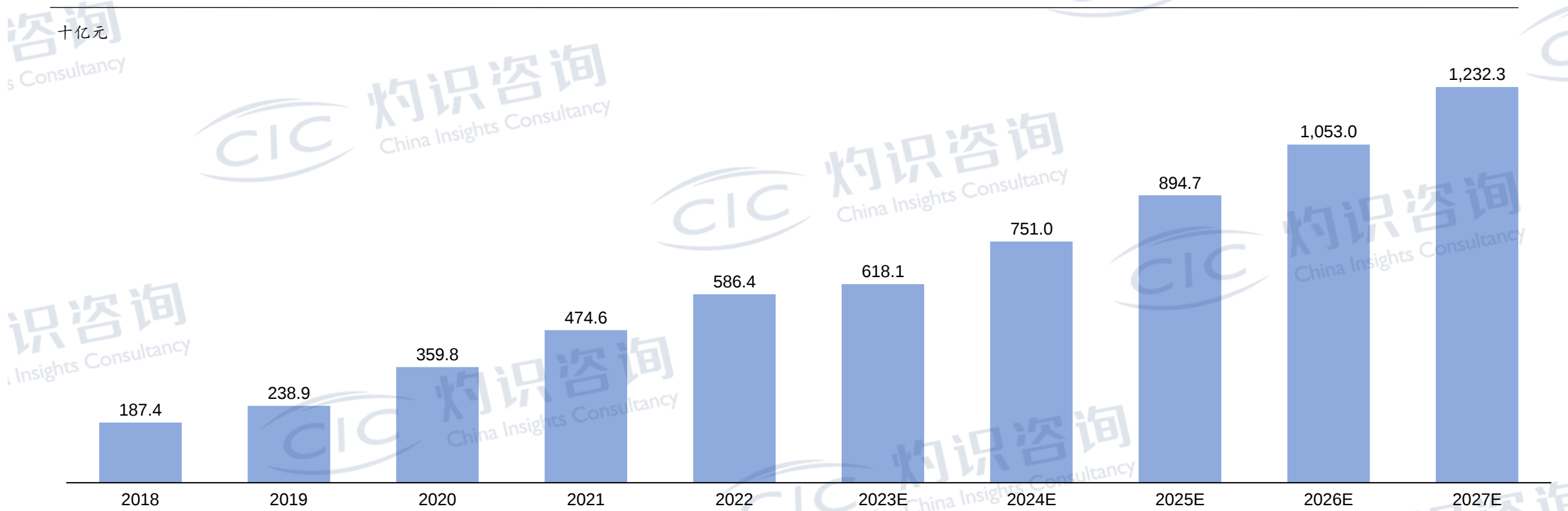


关键分析

- 国内仓的业务模式更适用于拥有更广范围SKU的商家，方便其在境内进行库存管理，从而降低资金周转压力。
- 海外仓模式的订单配送时效性更强，能够保障消费者的购物体验，降低平均的物流成本，对商家的品牌建立过程更为有利。

跨境出口电商物流市场规模随着跨境出口电商市场规模的扩大而不断扩大，未来跨境出口电商物流成本的进一步降低将为跨境出口电商市场带来更大增量，最终反哺跨境出口电商物流服务市场。

中国跨境出口电商物流侧市场规模，2018-2027E



关键分析

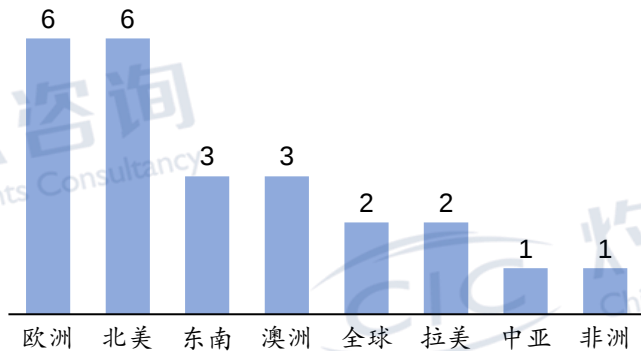
- 由于跨境出口电商的运输距离相对较远，因此对跨境出口电商服务的技术和成本控制要求相对较高，跨境出口电商物流服务的发展直接影响了跨境出口电商行业的发展，创新和高效物流解决方案将有助于满足全球市场需求，提高竞争力，促进行业繁荣。
- 跨境出口电商物流服务行业的市场规模随着跨境出口电商行业的快速发展而不断扩大，未来随着物流科技的快速发展和交通工具的持续改进，跨境出口电商物流服务能力将进一步优化，助推跨境出口电商行业的规模扩大，并反过来推动跨境出口电商物流服务行业的规模扩张。

2020年1月至2023年10月，跨境出口电商行业物流侧共发生25起融资事件，涉及12家企业；其中，融资标的覆盖目的地范围相对分散，融资轮次相对早期，融资目的以产品研发和技术升级为主。



获得融资的跨境电商物流服务商覆盖范围相对分散，新兴电商市场受到关注

跨境出口电商物流服务商业务覆盖范围，2020-2023.10

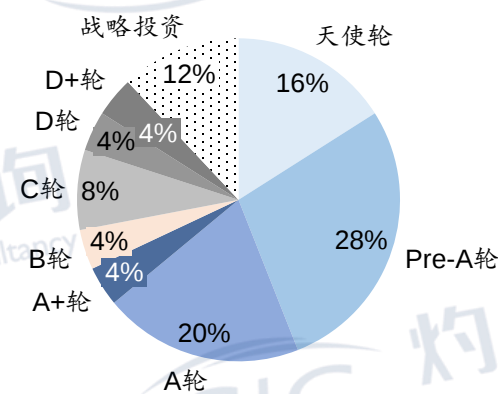


- 欧洲和北美是2020年至2023年10月期间获得融资的跨境电商物流服务商覆盖最多的目的地，均各有6家服务商覆盖。
- 东南亚、拉美等跨境电商新兴市场同样受到关注，对该部分市场有覆盖的跨境电商物流服务商在资本市场中获得青睐。



跨境电商物流侧投资轮次相对早期，赛道内仍有投资空间

跨境出口电商物流侧融资轮次，2020-2023.10

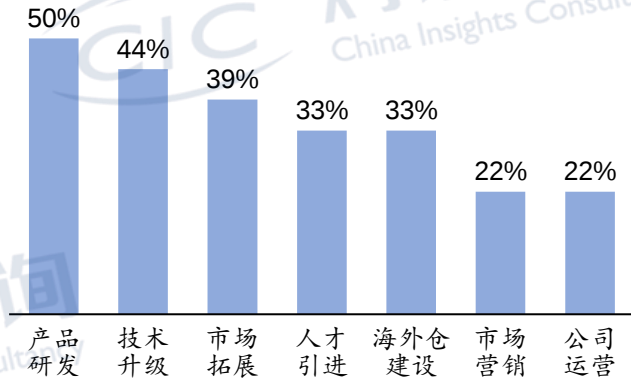


- 25起针对跨境出口电商物流侧的融资事件中，约72%的融资事件发生在B轮及以前，其中Pre-A及A轮融资占比最大，共占48%。
- 后期的融资轮次主要集中在大型物流商之中，且融资时间相对较早。



产品研发和技术升级是物流服务商最多的最主要的融资用途

已披露的跨境出口电商物流侧融资用途，2020-2023.10



- 在已披露融资用途的融资事件中，产品研发是物流服务商应用最广泛的资金用途，占比达54%。
- 海外拓展技术升级、市场拓展、人才引进和海外仓建设同样受到重视。

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业物流侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业物流侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (1/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 元仓海外仓 元巢物流	2023-10-16	A轮	数千万	九合创投,险峰	
	2023-03-22	Pre-A轮	数千万	经纬创投,险峰	东南亚电商本土化服务体系，为广大卖家提供头程物流、海外仓储、跨境供应链等一站式跨境运营综合服务。
	2022-09-21	天使轮	未透露	险峰	
 芯宏科技	2023-06-09	Pre-A轮	数千万人民币	繆子财富	为拉美跨境电商提供基础设施服务，目前拥有中山超过2万平方米的中转仓，墨西哥近3万平方米的海外仓，以及8000平方米的中转仓、智利4000平方米的海外仓。
 return helper	2023-05-15	Pre-A轮	150万美元	COLOPL NEXT,基石创投,AVA Fund（领投）	提供电商服务领域端到端的退货管理解决方案，帮助优化在线零售商的退货流程和售后市场活动。
 Surpath 驿玛科技	2023-02-12	A轮	数千万	易达资本	
	2022-06-21	Pre-A轮	数千万	北极光创投	
	2021-10-28	Pre-A轮	1亿	经纬创投	提供供应链物流信息化完善的解决方案，包括FBA和海外仓服务、一键获取运输成本和价卡信息。
	2021-02-06	天使轮	数千万	招商局创投,少年资本	

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业物流侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业物流侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (2/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 来赞宝	2022-08-17	B轮	数千万美元	复星锐正资本,泰合资本（财务顾问）	基于过往在电商领域的经验数据积累和自有国际仓配体系，为出海东南亚的商家提供从供应链选品、物流履约、电商运营到本地化营销等的全链条服务。
	2021-12-01	A轮	1600万美元	五源资本（领投）,盈动资本,浅月资本（财务顾问）	
	2021-01-04	Pre-A轮	数千万人民币	继子财富	
 智慧云服	2021-11-11	Pre-A轮	数百万	扬子区块链基金	利用数字化证书及身份核验技术，以可信身份服务为电商提供一站式、不见面、可视化服务的创新模式
	2020-11-14	天使轮	未透露	金雨茂物	
	2021-09-22	战略投资	未透露	洪泰基金,不惑创投	
 万邑通	2021-07-27	战略投资	未透露	头头是道投资基金,远海中原物流	主要业务包括物流、信息、金融，营业务以代办进出口贸易手续、中国出口退税、跨境支付、外汇结汇、供应链管理、保险及金融服务、网站推广（包括翻译服务）等
	2021-05-27	C轮	未透露	创新工场	
	2021-08-19	战略投资	未透露	景林投资,字节跳动,中金资本,兴业国信资管,建鑫投资	
 纵腾集团	2020-07-06	C轮	5亿	隐山资本,建发新兴投资,泰康人寿,福州金控,浙商创新资本,安诚资本	为跨境电商商户提供海外仓储、专线物流服务及商品分销、供应链服务等一体化物流解决方案

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业物流侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业物流侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (3/3)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 泛鼎国际	2021-08-16	A+轮	数亿	鼎晖投资,招商局资本,MindWorks Ventures概念资本,众源资本,之宝创投, 鸿晟资本	跨境物流服务提供商，业务包括跨境物流进出口业务、海外仓储服务、FBA头程/转仓业务、跨境供应链流通服务，如海外代采、分销、电商代运营、电商培训、供应链金融等
	2020-11-23	A轮	数亿	鼎晖投资,MindWorks Ventures概念资本, 惟一资本-微影资本,鸿晟基金	
 运去哪	2021-06-29	D+轮	5000万	中信资本,襄禾资本	为外贸企业提供包括海运、空运、拖车、报关、仓库内装、货运保险等国际物流综合服务。
	2021-05-25	D轮	1亿	源码资本	
 芒果海外仓	2021-04-15	A轮	3000万	长合商业投资	为国内实体外贸企业提供品牌自营、代运营、自建站、跨境网络平台服务
 飞盒跨境	2020-11-30	天使轮	1000万	元璟资本	拥有全套自主研发的OMS、WMS、TMS仓配一体化系统，为中国跨境电商卖家提供货物揽收、干线运输、仓储管理、海外派送等一站式物流解决方案

资料来源: 灼识咨询

物流案例 1：菜鸟全球布局数字贸易枢纽，通过数智物流科技和完善的跨境配送网络，可在全球224个国家实现高性价比的数智化物流服务。



跨境电商物流网络

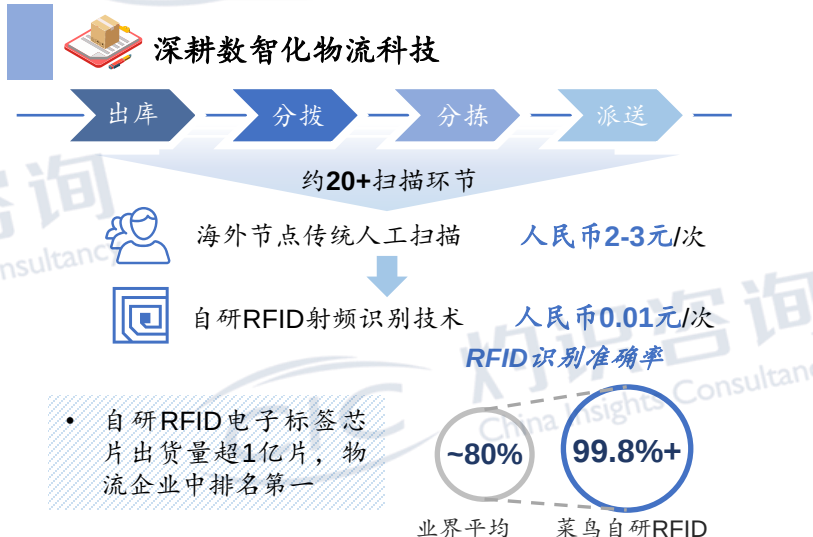
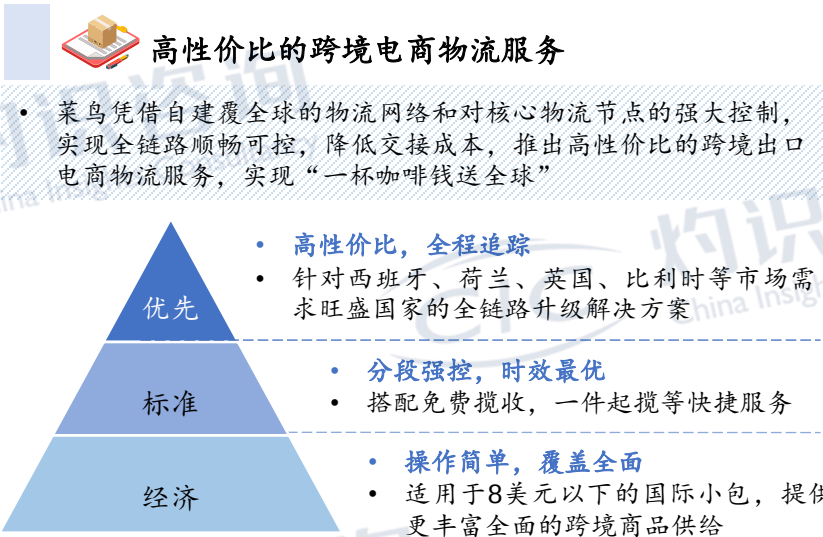
菜鸟已建成位于杭州、香港、吉隆坡、莫斯科及列日的6个eHub，全球干线网络已覆盖速卖通**75%以上**的中小企业，占速卖通包裹量**90%以上**。

跨境仓库布局

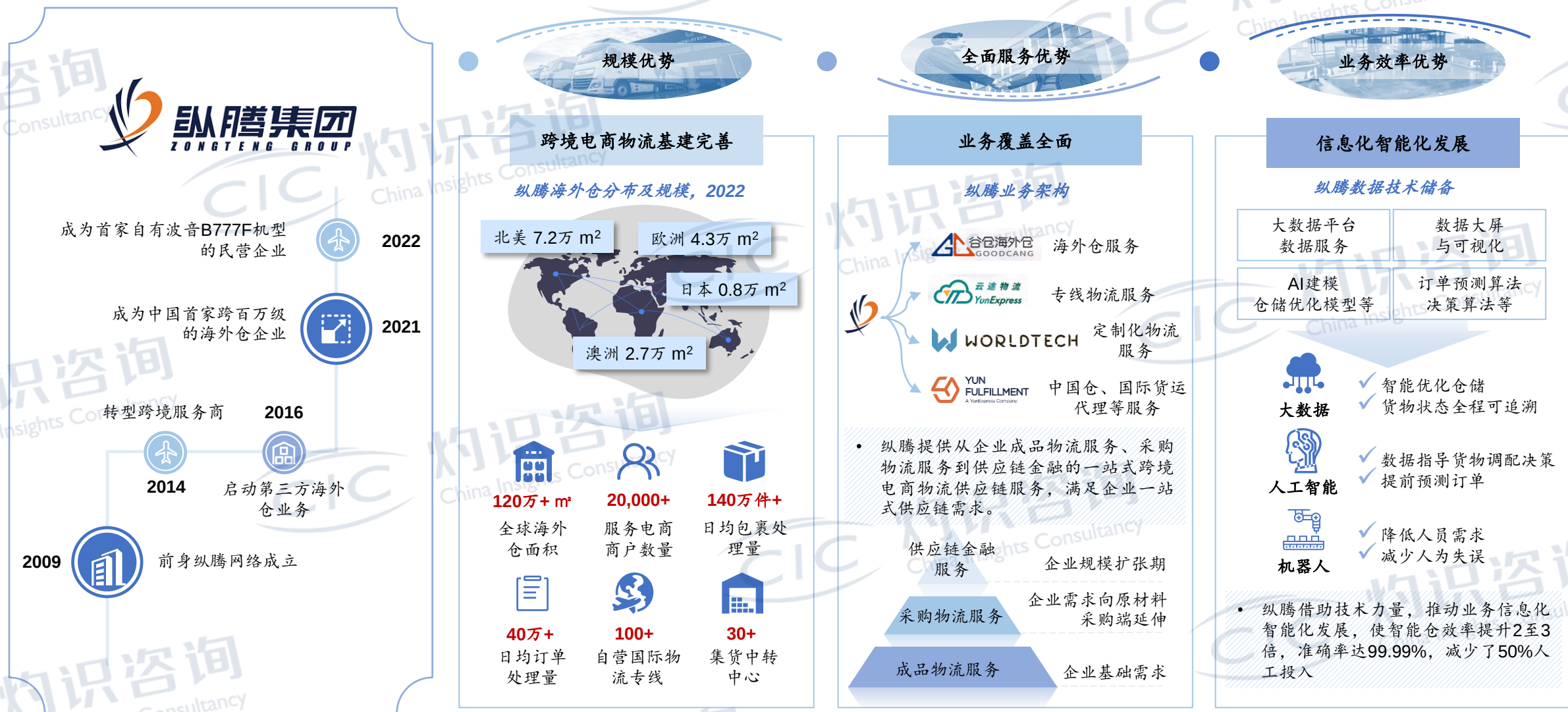
菜鸟在主要跨境出口电商海外国家/地区，例如日本、韩国、美国、澳新、英国等均建有集货仓，**利用庞大的储货量可进一步降低边际成本、提升业务效率。**

跨境电商平台

随着阿里巴巴不断收购东南亚电商**Lazada**、土耳其电商平台**Trendyol**、南亚电商平台**Daraz**等，菜鸟的跨境电商物流网络将**进一步延伸**。



物流案例 2：纵腾依靠完善的物流基础设施建设提供跨境电商物流服务，覆盖跨境电商企业全流程及各阶段发展需求，大力发展信息化智能化技术提升业务效率。



中国跨境出口电商行业发展概览

中国跨境出口电商行业产业链分析

- ✓ 商家侧分析
- ✓ 渠道侧分析
- ✓ 物流侧分析
- ✓ 其他服务侧分析



跨境出口电商服务商分为衍生型和支撑型服务商，赋能跨境出口电商品牌在跨境出口电商服务流程中的多个环节，帮助中国跨境出口电商品牌出海。

跨境出口电商服务商定义

跨境出口电商服务商即在跨境电子商务过程中为跨境出口电商商家提供服务的商业主体，商务部将中国电子商务服务业按照从事业务类型的不同和赋能环节的差异进行了分类。除了主要以促进网上交易为目的的电子商务交易平台外，跨境出口电商服务商还包括围绕电子商务的物流、资金、信息流等方面开展服务的支撑型服务商，和从事伴随着电子商务应用的深入发展而催生的各类专业服务的衍生型服务商。衍生型服务商一般赋能跨境出口电商的1-2个环节，而支撑型服务商则赋能3-5个环节。

中国跨境出口电商其他服务商图谱



跨境出口电商服务商赋能多个基础流程

	采购	销售	推广	运输	交付
软件工具提供商	✓	✓		✓	
广告营销			✓		
建站服务		✓	✓		
国际物流	✓			✓	✓
跨境支付/税务/金融	✓	✓	✓	✓	✓

● 支撑型服务商 ● 衍生型服务商

跨境出口电商ERP服务帮助企业管理综合业务流程，跨境出口电商 SaaS 是部署在云端的电子商务数字化管理系统。

跨境出口电商 SaaS 的定义和分类

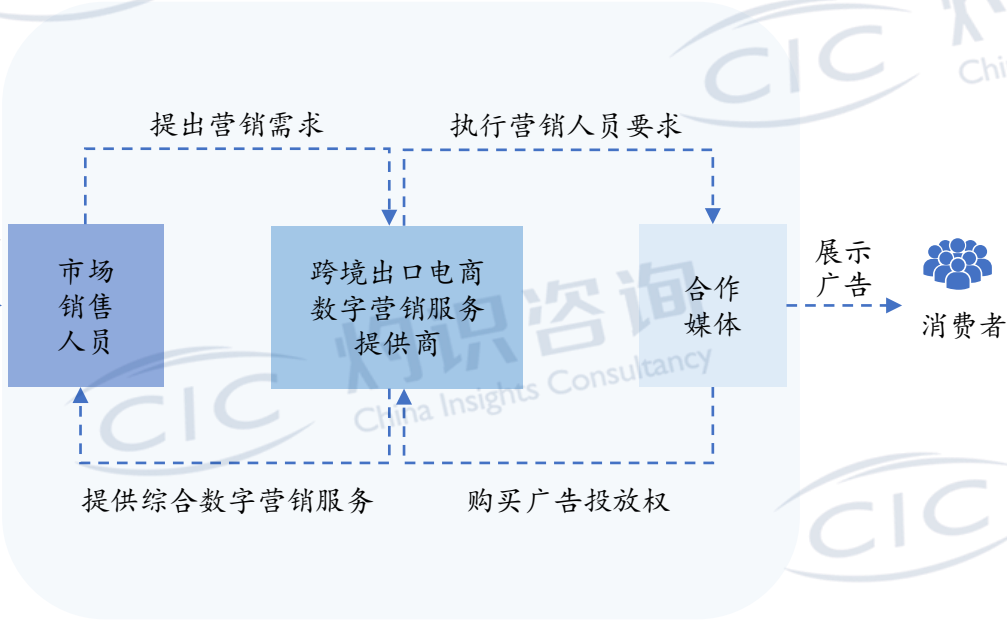
电子商务 SaaS（软件即服务）是指部署在云端而不是部署在企业内部的电子商务数字化管理系统。电商可通过向 SaaS 提供商支付年费、月费或现收现付的方式订购某些应用功能，并通过互联网使用这些功能和服务。电子商务 SaaS 提供与电子商务商家所需的业务运营相关的数字化工具。它包含日常运营的各个方面，包括在线商店的建立和管理、销售和营销、ERP、CRM 等。



中国的出境数字营销服务提供商为跨境出口电商商家侧提供全面的数字营销服务，帮助其构筑品牌力，实现更好的销售表现。

跨境出口电商数字营销服务定义

- 跨境出口电商营销服务商是指在跨境出口电商企业出海过程中帮助企业准确定位消费者，帮助跨境出口电商出海企业提供营销指导，选择合适的营销方式，优化营销活动，规避营销风险，帮助客户实施并管理营销策略以实现其业务目标的服务提供商。预算分配和形式的指导，以获得更好的营销效果。
- 跨境出口电商营销服务商提供的服务包括制定有价值的营销策略、实时营销解决方案，评估营销结果等。

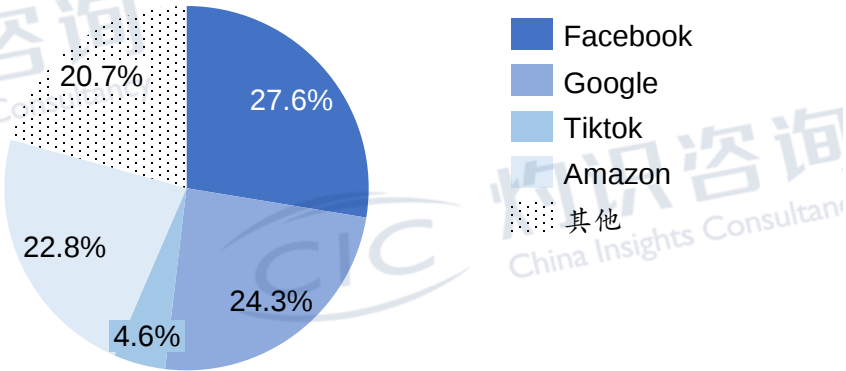


- 根据用户画像进行精准营销
- 准确量化广告效果，为上游企业节省广告预算
- 全渠道渗透
- 实时优化

精准营销与用户行为分析



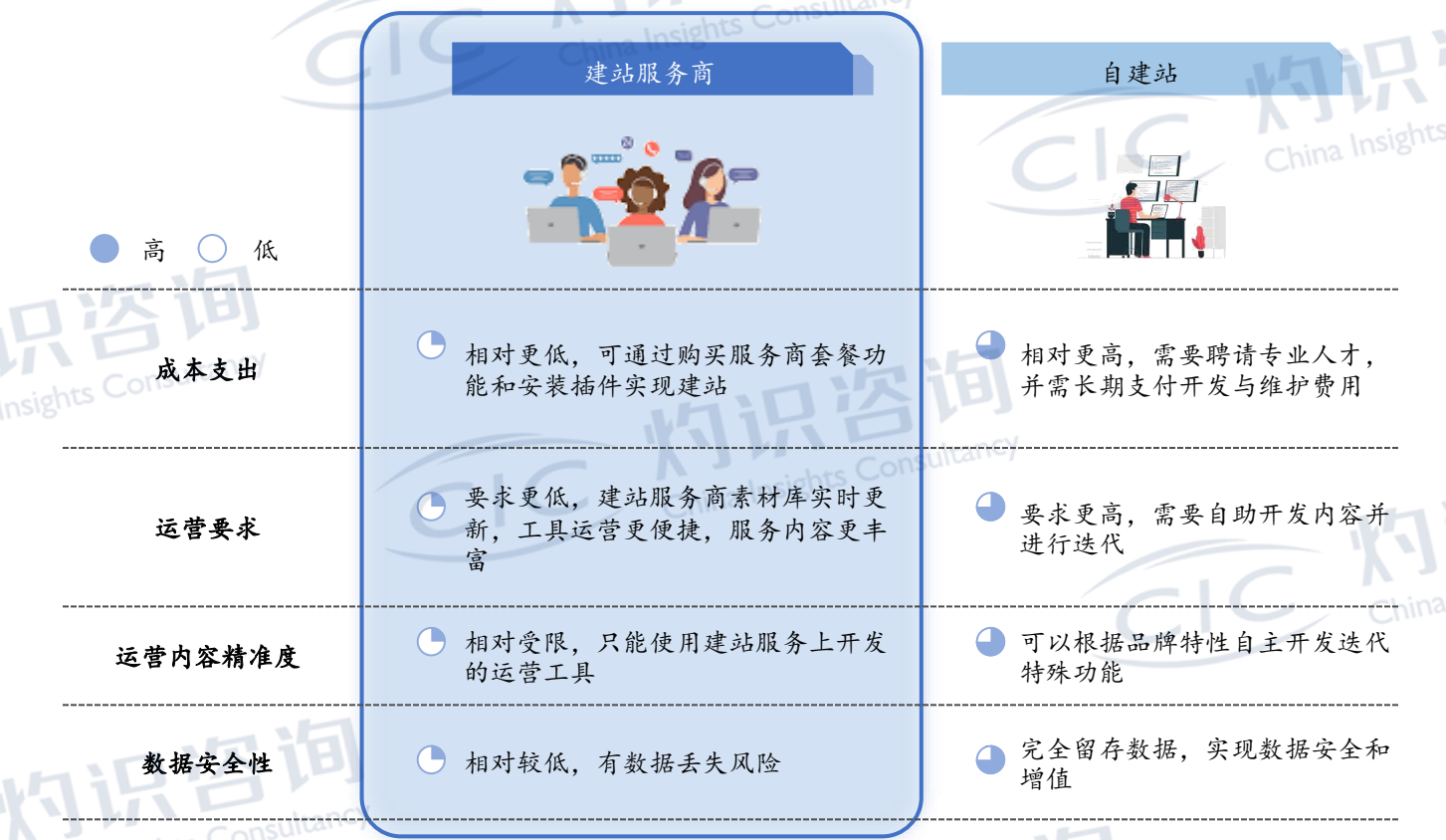
中国跨境出口电商数字营销服务市场占比，按渠道，2021



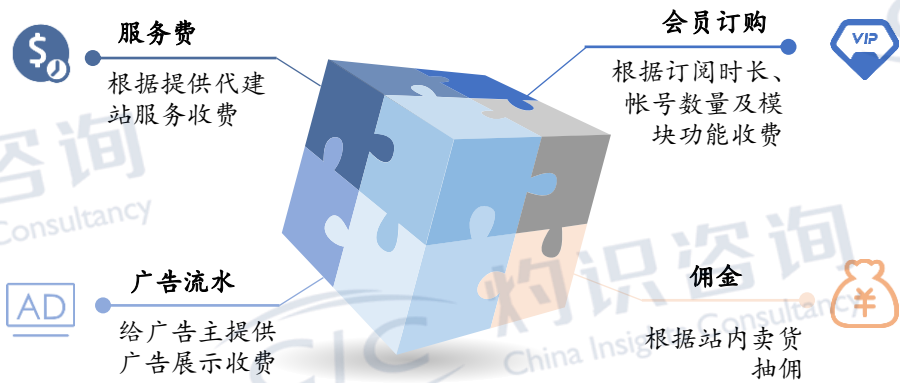
跨境出口电商建站服务商通过提供成熟的模块化系统帮助客户搭建站点，商业模式相对成熟，在竞争中较为看重服务能力。

跨境出口电商建站服务商定义

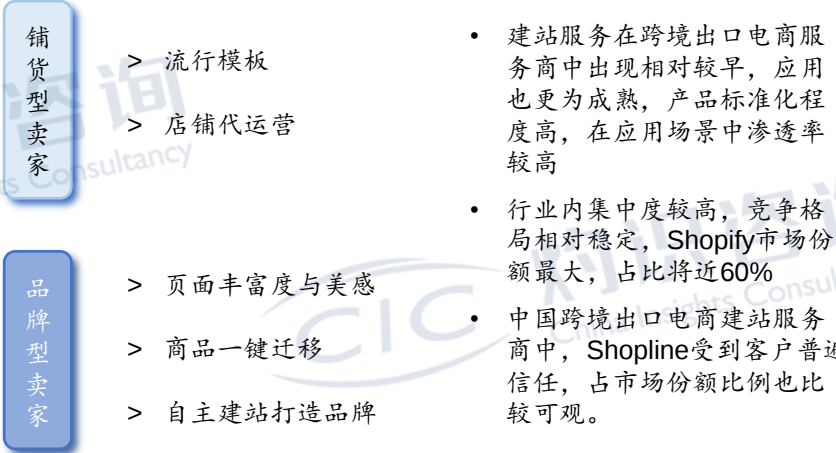
第三方电商平台给了跨境出口电商品牌初期成长的空间，但部分品牌在业务体量达到一定规模后会在第三方平台遭遇增长乏力或发展有限的困境，从而谋求建立独立站，构建自身商业壁垒和品牌声誉，寻求其他发展曲线。在建站初期，出海品牌可以选择自建独立站或者寻求建站服务商的帮助。建站服务商将应用统一部署在自己的服务器上供卖家根据自己的需求订购和挑选，通过成熟的模块化系统快速帮助用户从网站开发、设计和集成等维度搭建站点。



跨境出口电商建站服务商商业模式



客户关注的建站服务商功能

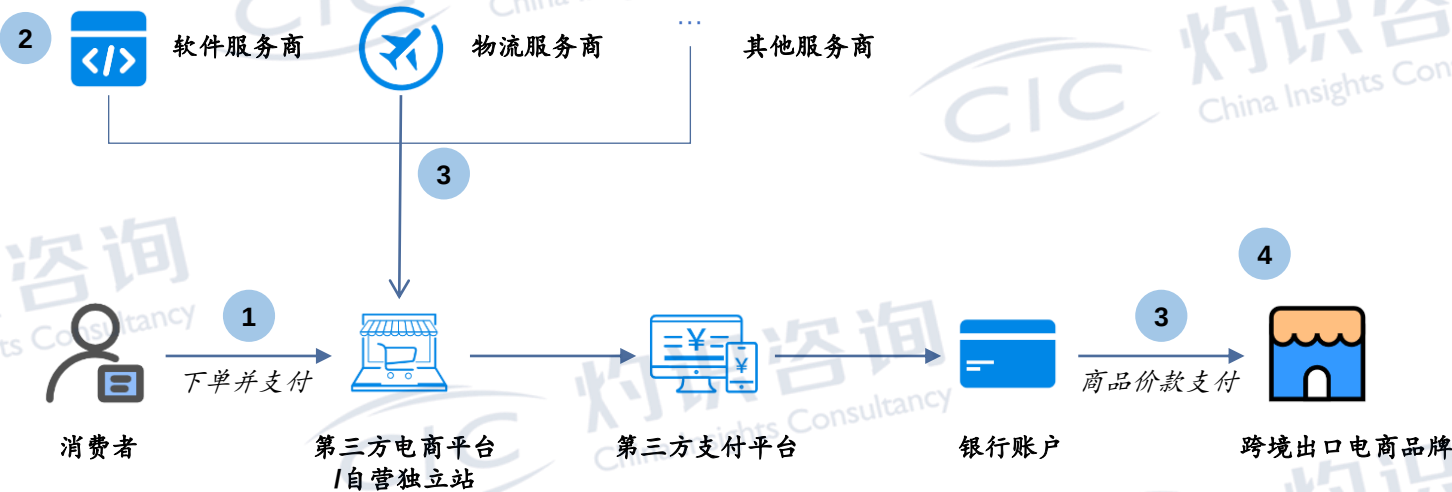


商家通过电子商务平台跨境进行贸易时，第三方支付平台可以赋能其中多个环节，在未来还将进一步与SaaS平台等形成合作，不断深化服务能力。

跨境出口电商支付服务定义

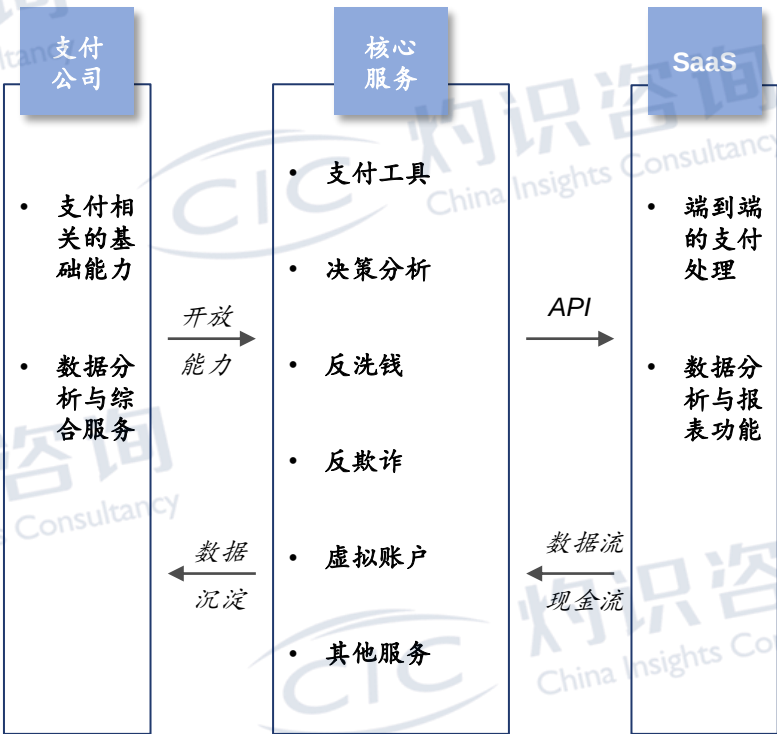
跨境出口电商支付服务是指第三方支付平台所提供的，在中国商家通过电商平台出口其他国家或地区时，通过自身搭建的支付系统帮助实现资金跨国和跨地区转移的服务，包括支付工具、决策分析、反洗钱、反欺诈、虚拟账户等多种服务。

跨境出口电商支付端服务商赋能跨境出口电商交易流程多个环节



- 1 对付款环节提供聚合支付服务
- 2 与软件服务商合作，集在线下单、线上支付、运单跟踪、确认收货、运单管理、金融服务等功能于一体
- 3 为上下游提供收单服务，帮助企业间完成支付行为
- 4 提供垫资、余额理财、信贷、保险等金融服务

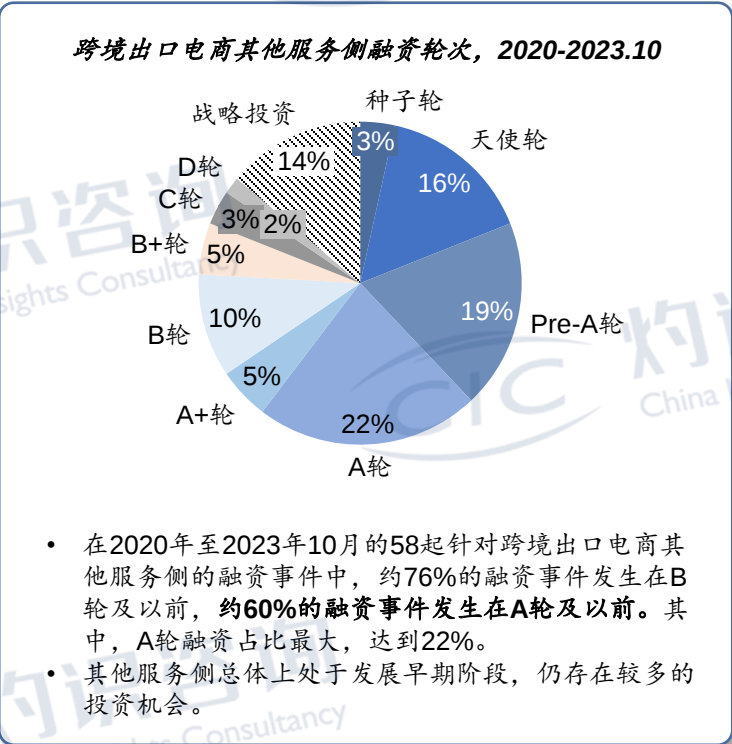
跨境出口电商支付端服务商未来将与SaaS平台等形成合作，不断深化拓展服务能力



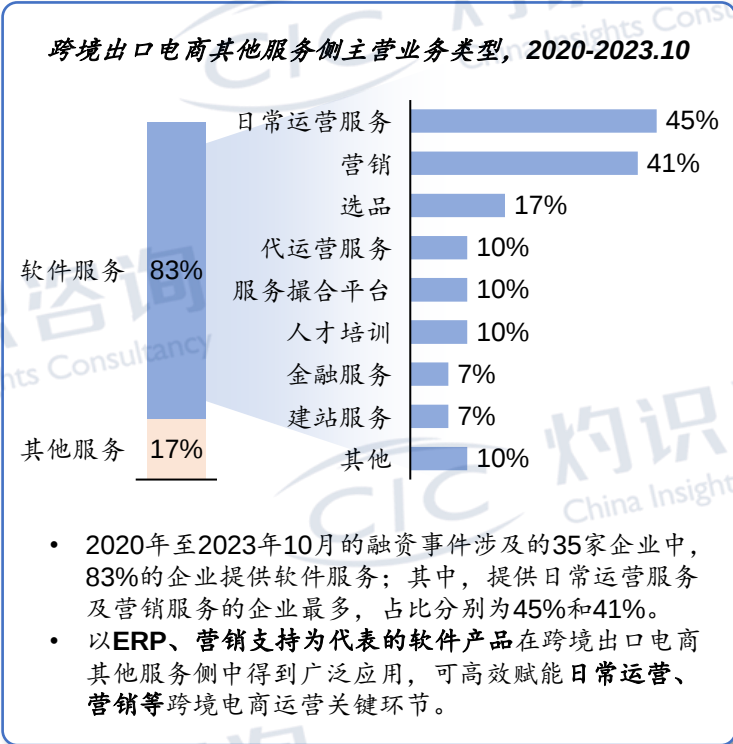
2020年1月至2023年10月，跨境出口电商行业其他服务侧共发生58起融资事件，涉及35家企业；其中，融资轮次主要在A轮及以前，主要提供应用于日常运营及营销环节的软件服务，产品研发、团队建设为主要融资用途。



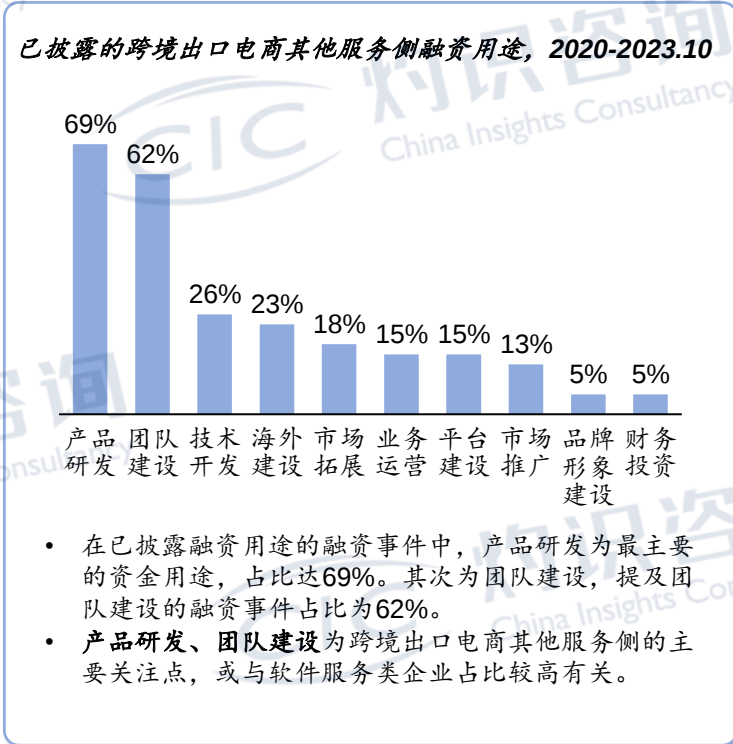
跨境出口其他服务侧融资轮次集中于A轮及以前，投资机会较多



软件服务应用广泛，主要赋能跨境电商的日常运营及营销环节



产品研发、团队建设成为最主要的融资用途



2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (1/6)

公司名称		融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
	抖金文化	2023-09-12	Pre-A轮	2000万	博裕资本	基于TikTok所开发的基础产品，为品牌出海提供有力支持。
	豆沙包	2023-07-25	战略投资	未透露	汇丰银行HSBC	
		2022-02-22	B轮	2000万	Ventures Lab,深圳前海亿方泰来电子有限公司,Plug & Play China	跨境电商保险，通过其API技术和先进的模型及算法，为跨境电商卖家提供更快捷、便利、且安全的资金解决方案
	愚公科技	2023-07-19	Pre-A轮	近千万	微米云服,长禾资本,瑞丰信安	自研售后运营系统，为跨境电商卖家提供售后代运营服务
		2021-08-18	战略投资	未透露	微米云服,瑞丰信安,长禾资本	
		2023-06-26	A轮	数千万	复星锐正资本,初心资本,源数创投	
	快牛智营 QuickCEP	2022-06-07	Pre-A轮	数千万	复星锐正资本,初心资本	基于自主研发的CEP(Consumer Engagement Platform)平台，专注为中国跨境独立站企业提供面向海外用户的一站式SaaS营销工具及解决方案。
		2022-02-16	天使轮	数百万	初心资本,大观资本	
	嘀嗒狗	2023-04-20	Pre-A轮	数千万	OXYZ Seafirst Capital	专注于海外版抖音数据分析，基于人工智能优秀的数据处理能力，深度结合跨境卖家海外短视频带货的实际需求，开发了适配TK短视频和小店经营的功能数据，从而辅助卖家选品决策、运营增长，同时致力帮助国内优秀的产品进行海外商品推广
	鲸绽 Tokowhale	2022-11-07	天使轮	数千万	白兔控股	提供电商ERP服务,打通Shopify、店匠、Woocommerce等独立站平台，功能包括订单管理、数据报表、仓库管理、智能补货等

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (2/6)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 及时语	2023-06-26	Pre-A轮	数千万	源渡创投	提供强大的AI多轮交互能力，智能高效的客服工作台，多平台/多渠道集中统一管理等服务。
	2022-02-08	Pre-A轮	未透露	聚水潭	
	2021-06-16	天使轮	未透露	零一创投	
 积加ERP	2022-08-29	A+轮	1.32亿	复星锐正资本,云启资本,光源资本,众麟资本,eGarden Ventures,云时资本,环世物流	为跨境电商卖家的数字化经营管理提供流量+供应链+品牌的一站式解决方案
	2021-07-05	A轮	1.8亿	弘毅投资,云启资本,众麟资本,嘉实投资-嘉实基金,eGarden Ventures,上海拙朴投资,云时资本	
	2021-03-15	Pre-A轮	3000万	云启资本,上海拙朴投资	
 奥创爱思	2022-08-18	A轮	5000万	联尚德胜资本	跨境电商运营服务提供商
 店小秘	2022-08-16	D轮	1.1亿	红杉资本中国,纪源资本,Tiger老虎基金-中国,华兴新经济基金,软银愿景基金	一站式服务的SaaS系统，提供行业趋势、优质货源、资金供应和买家营销等多维度服务，为全球电商卖家保驾护航。
	2022-03-01	C轮	1亿	纪源资本,鼎晖投资,Tiger老虎基金-中国,高榕资本,华兴资本	
	2021-06-02	B+轮	1.35亿	纪源资本,鼎晖投资,高榕资本	
	2021-01-18	B轮	1.5亿	纪源资本,鼎晖投资,高榕资本,昆仑资本	

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (3/6)

公司名称		融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 中盈跨境		2022-08-02	Pre-A轮	2000万	五岳资本,鑫睿资本	以数字风控、数字物流、数字供应链管理系统为核心，通过自主研发行业领先的跨境电商数字风控系统为供应商、服务商、金融机构等行业参与者提供一站式数字风控解决方案。
		2022-08-02	B轮	未透露	广新产业基金,广东省外贸开发有限公司	
 EasyYa 易芽		2021-07-15	战略投资	未透露	大湾区共同家园发展基金	为跨境卖家提供大数据选品、精品采购、供应链账期等服务，聚焦于为跨境电商卖家提供新品开发与精品账期两大核心服务
		2021-04-21	A轮	近亿	深创投	
		2020-09-14	天使轮	未透露	越秀产业基金	
		2022-06-23	战略投资	未透露	老高电商圈子	
 万里牛		2021-12-06	B+轮	千万级	西湖科创直投基金	产品体系覆盖全渠道ERP、跨境电商ERP、WMS（仓储管理系统）、门店POS、CRM（会员管理系统）、B2B供应链系统（多牛订货）、智能BI等业务产品。
		2021-09-28	B轮	近亿	263网络通信(二六三),龙腾资本,西湖科创直投基金	
 三墨科技		2022-06-15	天使轮	数百万	浙江行早	基于TikTok电商，一端连接海外红人、一端服务国内跨境商家、品牌、供应链完成生意闭环。
		2022-06-01	A轮	3亿	博裕资本,高成资本	
		2020-09-24	战略投资	1000万	架桥资本,一亿中流,启利发展	
 欧税通						作为创新型互联网SaaS跨境税务申报平台，为广大欧洲跨境卖家提供点（卖家）到端（欧洲多国）的VAT自主服务平台。

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (4/6)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 Wotokol 卧兔网络	2022-04-26	A轮	数千万	君品资本,云想科技	专注于海外红人营销推广的决策分析，将旗下海外红人根据属性进行分类
 FunPinPin	2022-03-21	A+轮	未透露	梅花创投	作为独立站建站服务平台，通过打通独立站生态圈，为中国卖家提供从建站到营销的一站式解决方案。
	2021-12-28	A轮	千万级	创新工场	
 丝路互联 SILULINK	2022-03-11	Pre-A轮	数千万	熊猫资本,鸿晟资本	主要提供亚马逊的代运营服务，包括生产计划、店铺运营、营销推广、仓储物流管理等
 DOHOZZ 渡河之众	2022-03-09	种子轮	1000万	昂喜资本	为直播电商提供跨境多平台推流、内容优化、解说互动等服务，产品技术能满足跨境直播所需的合规要求，并能实现全球直播资源调度及多平台内容分发
	2021-12-15	C轮	2.8亿	顺为资本,钟鼎资本,源码资本,襄禾资本,高瓴创投	协助亚马逊卖家构建完整的数据化运营闭环，功能覆盖财务利润核算、智能补货、供应链管理、广告投放、客服运营等模块
	2021-05-28	B轮	2亿	顺为资本,Tiger老虎基金-中国,钟鼎资本,源码资本,蓝湖资本,高瓴创投	
	2020-10-19	A轮	7000万	顺为资本,蓝湖资本,高瓴创投	
	2020-04-08	Pre-A轮	千万级	青橙资本	
 ASINKING 领星					
 出海啦	2021-11-23	天使轮	数千万	熊猫资本,鸿晟资本	提供跨境电商运营服务，包括亚马逊提供开店、代运营服务等

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (5/6)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 一号创品 OnePro	2021-11-23	天使轮	数千万	华运国际集团	帮助铺货型跨境电商转型为精品卖家，建立国货自有品牌与渠道
 川流 SaaS	2021-09-08	种子轮	未透露	米奥兰特	提供跨境电商SaaS服务
 Chemball 亿渡	2021-08-18	天使轮	数百万	初心资本	通过外贸SaaS系统让工厂共享进出口贸易服务，衔接物流报关，对接金融和技术等服务
 斑马 ERP	2021-08-05	A轮	数千万	考拉基金	包括OA系统，拍摄管理系统、产品采集刊登系统、产品信息管理系统、订单管理系统、客服系统、供应链系统、供应商系统、生产管理系统、数据BI系统、营销系统、海关报关系统等
	2021-08-02	B轮	3亿	SoftBank capital, 光云科技	
 马帮软件	2021-03-29	A+轮	近亿	华映资本, 微盟	通过与全球电商平台对接，帮助跨境卖家实现一站式、跨平台、多店铺的管理，提供订单管理、物流管理、商品管理、客服管理、采购管理、仓库管理等服务
	2020-12-25	A轮	数千万	光云科技	
 智六科技	2021-07-29	天使轮	数千万	光云科技	提供以品牌跨境电子商务为核心的一站式商业解决方案，涉及跨境店铺运营、数字营销、IT解决方案、仓储配送、客户服务等
 橙意出海	2021-06-25	Pre-A轮	数百万	御势资本, 北京网际星辰, 杭州女装供应链	目前主要提供两个出海相关业务，一是海外Tik Tok的自营商业化，二是为国内出海电商提供新媒体服务
 数魔跨境	2021-06-21	战略投资	未透露	聚水潭	以大数据、智能化、程序化的产品帮助为传统行业发展跨境业务提供一体化运营及营销服务，包含数据统计插件、智能运营工具箱、智能广告投放机器人等

资料来源: 灼识咨询

2020年1月至2023年10月中国跨境出口电商行业其他服务侧融资情况总结。

中国跨境出口电商行业其他服务侧近期融资情况，中国，2020年1月-2023年10月 (6/6)

公司名称	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司主营业务品类
 紫讯	2021-06-04	A轮	数千万	IDG资本,高榕资本,高成资本	帮助跨境电商企业完成高效店铺管理、数据管理等，产品包含紫鸟浏览器、紫鸟数据魔方、酷鸟卖家助手等
 雨果跨境	2021-05-25	战略投资	数千万	中信资本	品牌出海产业互联网平台
 PONGO 红毛猩猩	2021-04-22	A轮	5000万	联想创投,什么值得买,励石创投	帮助国货品牌拓展全球市场，塑造国际化品牌形象的SaaS服务平台
 船长BI	2021-02-19	A轮	1亿	同创伟业,钟鼎资本,纵腾集团	为跨境企业提供深入数据分析、客户关系管理以及大数据驱动协作的商业智能
 乐其电商	2020-05-22	B+轮	未透露	CMC资本	为品牌提供涵盖视觉设计、创意营销、电商运营、客服服务、极速物流等电商服务，拥有跨境电商业务、综合型零售电商业务、海外游戏业务、移动社交电商业务和生鲜电商业务，为品牌用户开展电商业务提供一站式服务
 火焱社	2020-05-11	战略投资	1.2亿	优贝迪基金	电商教育品牌



扫码关注公众号「灼识CIC」



扫码添加CIC灼识小助手

CIC灼识咨询

电话: +86 21 2356 0288

地址: 上海市静安区普济路88号静安国际中心B座10楼

如需更多信息, 请访问: www.cninsights.com

敬请致函: marketing@cninsights.com