

中国企业跨境电商行业洞察

2025

出品人：科技讯·出海观察实验室

前言

跨境电商已成为“必选项”

在全球化日益加深的日子，越来越多的中国企业正在加速全球布局，特别是在跨境电商行业，“出海”也从“可选项”变为部分企业的“必选项”。

中国电商企业通过不同的出海路径实现全球扩展，企业不仅通过B2B和B2C两大模式展开营销，B2C又细分为依托第三方平台和自建独立站两种方式。在这一过程中，许多第三方平台推出全托管模式，帮助拥有生产能力但缺乏销售资源的中小商家和工厂，顺利完成全球化转型。

科技讯·出海观察实验室从2020年开始持续关注出海赛道，基于2024年中国企业在跨境电商行业动态总结出海路径、出海区域、出海赛道等内容，输出面向2025年出海策略的深度研究，供已出海或潜在出海企业制定战略布局参考。

目录

CONTENT

01

2024年跨境电商现状概述

02

2025年跨境品牌优秀案例分析

03

2025年跨境电商趋势分析

04

2024年度跨境电商工具排行榜

2024年度
跨境电商现状概述

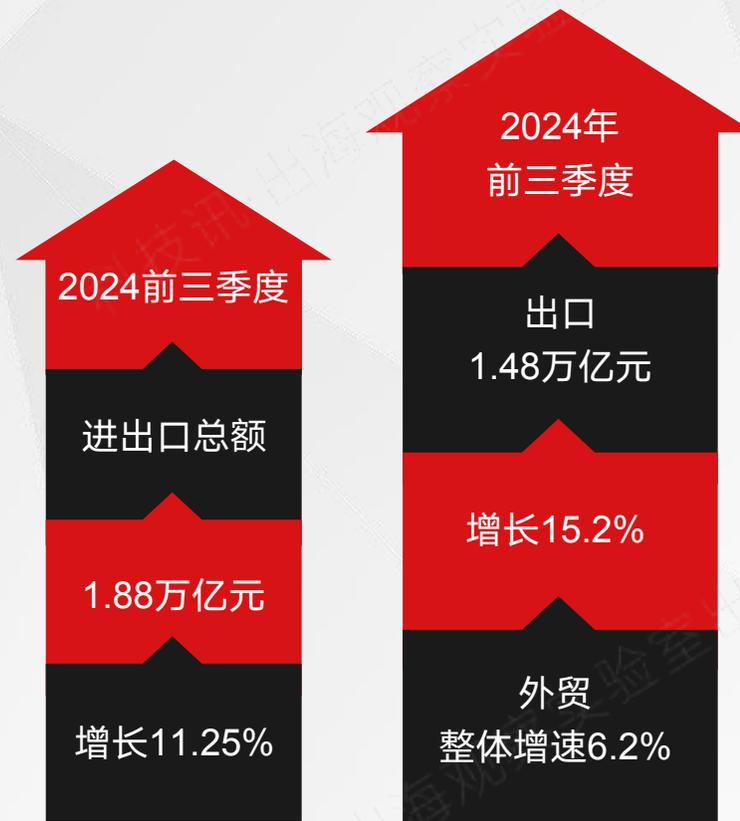
01

跨境电商行业正处于怎样的发展阶段？

跨境电商成为中国出口“新动能”

中国商务部最新数据显示，2024年前三季度，中国跨境电商进出口**1.88万亿元**人民币，同比增长**11.5%**，创下历史新高。中国外贸整体增速6.2个百分点，其中，**出口1.48万亿元**，增长**15.2%**。

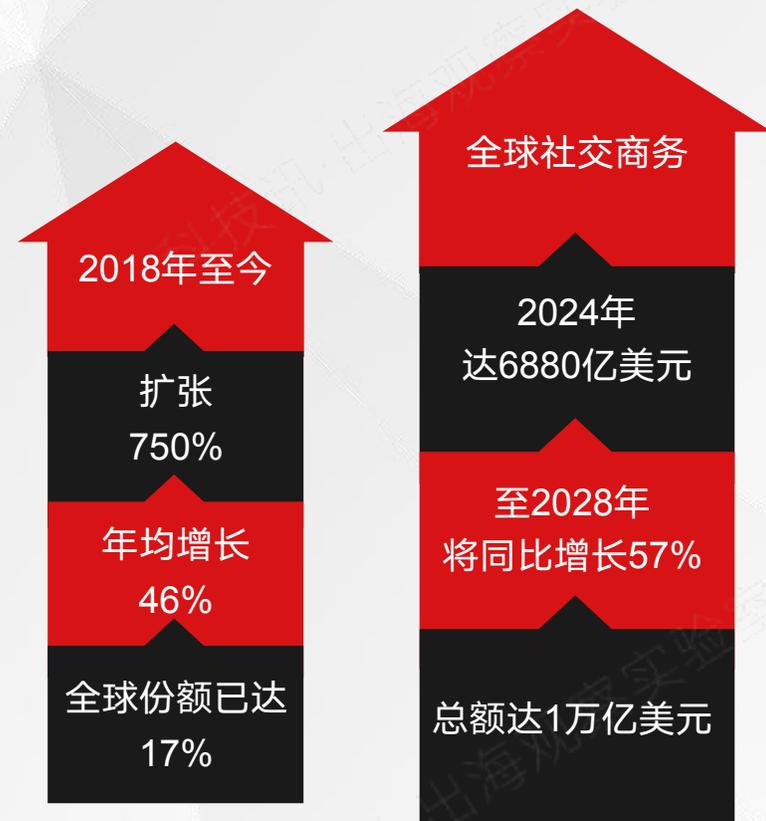
对于中国市场而言，跨境电商的主要参与者已经从消费者转变为商家与电商平台。跨境电商，已成为中国企业“出海”的重要渠道之一。中国的制造业基础、完整的供应链体系，强大的物流网络和数字支付系统，成为中国发展跨境电商的独特优势。通过**跨境电商渠道“出海”**，也成为许多企业眼中的“**新蓝海**”。



跨境电商未来发展潜力巨大

全球社交商务市场预计在**2024年达到6880亿美元**，同比增长20%。预计到**2028年**，这一数字将再增长57%，成为价值超过**1万亿美元**的产业。

过去六年间，社交电商市场从2018年的810亿美元快速**扩张了750%**，**年均增长46%**。其在全球电商市场的份额也从2018年的不到5%上升至2024年的近17%，预计到2028年将占全球在线销售额的20%左右。



中国企业跨境电商行业路径和模式



B2B模式：Business-to-Business，是指**跨境出口企业与境外采购企业之间的公对公**商业活动。这种模式侧重于批量采购和供应链管理，涉及到的产品往往是原材料、半成品或者批量的成品。



B2C模式：Business-to-Consumer，即**跨境出口企业直接向个人消费者**提供商品和服务。这种模式下，消费者可以直接通过电商平台浏览、选择和购买海外商品，享受到便捷的购物体验 and 多样化的商品选择。



B2C又细分为依托**第三方平台**和**自建独立站**两种方式。独立站运营成本高，比较适合有一定实力的企业做品牌出海；而成为平台商家的成本和风险相对较低，适合广大中小企业和个体户入驻。

中国企业出海 开启“卷”时代

海外建厂
自建、合作

跨境电商
电商平台、独立站

直接出口
经销商、代理商

渠道拓展

供应链管理

客户服务

中国企业出海 开启“卷”时代

产品出海

服装 汽车 家具
家电 锂电池 光伏

服务出海

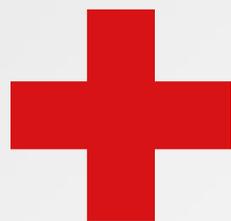
医疗 咨询
物流 金融
教育

技术出海

5G 云计算
物联网 大数据

供应链出海

销售分销 物流仓储 品牌建设
售后服务 市场研究



中国出海企业出海优势分析



数字技术的迅速普及使得大数据和人工智能在电商平台中的应用愈发广泛，从而提升了供应链的效率



本土平台纷纷加快全球化布局，不仅支持中国商品输出，也开始帮助国际品牌进入中国市场。



强大的物流网络和数字支付系统，成为中国发展跨境电商的独特优势



中国不少跨境电商开始注重品牌打造和产品质量，以增强国际市场竞争力。

中国出海企业出海地区策略



出海企业应根据自身品牌特质和所属行业选择合适的出海模式和出海地区

欧美市场

欧美市场形成较早，消费者认可度高，消费力高，新品牌想打入欧美市场卷得是品牌力与低价背后的供应链能力

东南亚

东南亚市场整体欣欣向荣，成为全球电商增长最快的区域，展现出巨大的经济潜力和多样化的消费需求

中东、拉美等

中东、拉美等地区发展蓬勃，市场加速崛起，拥有更大的潜力，被称“年轻又多金”



中国企业跨境电商行业生态图谱

跨境电商平台

 亚马逊

 Temu

 TikTok

 速卖通

 eBay

 沃尔玛

 Lazada

 Shopee

 eMAG

 美客多

 Ozon

 Shein

○消费电子

DJI大疆, Anker安克, UGREEN绿联, Baseus, DreameR, roborock, Xiaomi, OPPO, vivo

○时尚服装

SHEIN, Zaful, UR, 周大福, Cider, PatPat, i2F, ChiMe, Urbanic, Halara, Cupshe

○母婴个护

momcozy, Flower Knows, Ulike, MAKUKU, PurCotton全棉时代, Babycare, Sheglam

○SaaS服务

店小秘, MABAN, 店匠, shopline, Meetsocial, Lianlian, Ali Cloud, AliPAY, Tencent Meeting

○跨境物流

菜鸟国际, 纵腾集团, 云途, 万邑通, 顺丰国际, 极兔物流, 4PX, 燕文物流, 义达跨境, 万邦速达

○新消费

海底捞, HEYTEA, 小龙坎, luckin coffee, MINISO, 泡泡玛特, TOPTOYS

○新能源

BYDELEia, CATL, NIO, Xpeng, GAC Aion, Ecoflow, Bluetti, Jackery, Sungrow

○户外运动

ANTA, Ninebot, OKAI, KAILASERE, Li-Ning, NITECORE, Aventon, Naturehike

注: 图中仅为部分出海企业代表, 排序不分先后

2024年度
中国企业跨境品牌
优秀案例分析

02

中国企业跨境品牌优秀案例分析

Temu

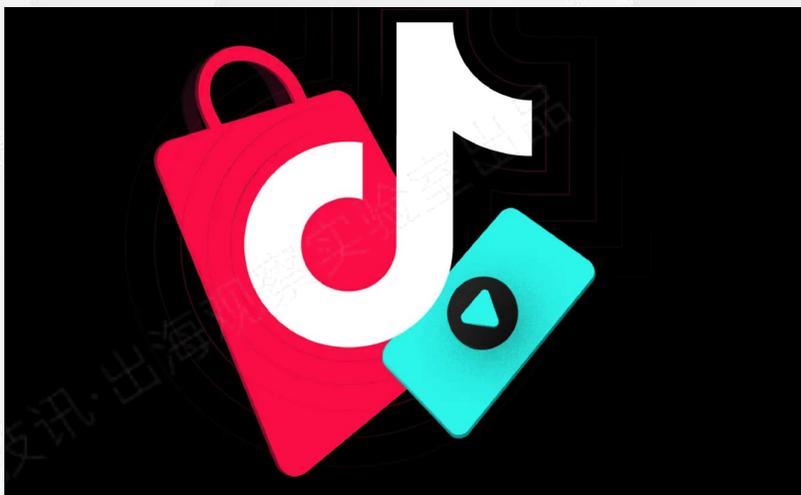


2024年Temu在全球市场展现了强劲的增长势头。根据苹果公司应用商店数据，Temu成功登顶英国iPhone应用下载量榜首，并在美国、德国、西班牙、爱尔兰、澳大利亚、韩国和墨西哥等市场排名第一。其用户活跃度欧洲市场的月活跃用户数（MAU）分别高出亚马逊和速卖通38%和82%，尤其在5月，中东地区下载量合计超过415万。

在市场扩张方面，Temu在北美连续一年位列下载量最高应用TOP10，并成为2023年美国下载量最高的免费应用程序。预计2024年全年GMV（商品交易总额）将达到540亿美元，其中半托管销售额将占30%，超过160亿美元。2025年，Temu计划进一步渗透拉丁美洲、中东和东南亚市场，尤其在半托管业务上加大投入。目前已覆盖80多个国家的Temu，正以多元化战略加速全球化进程。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

TikTok Shop



2024 TikTok Shop的商品交易总额（GMV）预计突破500亿美元，其快速增长和市场潜力吸引了大量卖家和品牌入驻。

在“黑色星期五和网络星期一”（黑五网一）期间，TikTok Shop表现尤为亮眼。美国市场单日销售额超过1.3亿美元，同比增长三倍，用户数量激增265%。整个黑五网一周末期间，TikTok Shop成为消费者的热门选择。

此外，TikTok Shop在不同市场和品类中的表现同样出色。在美国，其月销售额稳步上升，2024年7月达到6亿美元的高峰。在东南亚市场，健康类产品通过达人和视频带货方式实现快速增长，印尼市场的健康类产品GMV复合增长率高达51%。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

SHEIN

SHEIN

SHEIN在2024年9月以及第三季度成为全球访问量最大的服装与时尚品牌，其流量份额占比达到2.68%。数据显示,NIKE、H&M、ZARA位居SHEIN之后，分列二至四位。

SHEIN在2024年8月的交易用户数量较1月增长了近40%，成为出海平台中增速最快的品牌之一。SHEIN直接服务全球超过150个国家和地区，市场覆盖面非常广泛。

SHEIN已成为2024年最受Z世代关注的25大品牌中唯一的时尚服装品牌，这证明了其在年轻消费者中的强大影响力。SHEIN能够在全球时尚行业中快速崛起，凭借的正是其创新的供应链管理、灵活的市场应对能力和精准的消费洞察。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

比亚迪



2024年7月，比亚迪在泰国工厂正式投产，标志着比亚迪全球布局走出了坚定的一步，也标志着以比亚迪为代表的中国汽车，正在逐步从“整车出海”到实现“产业出海”。

与此同时，比亚迪的“整车出海”也没有落下，12月3日，“比亚迪常州号”汽车滚装运输船在烟台龙口交付，成为比亚迪自建船队的第二艘船舶。自2021年5月正式宣布“乘用车出海”计划以来，比亚迪便以挪威为起点，逐步将新能源的触角延伸至全球，展现了其作为行业领军者的前瞻视野和战略定力。

时至今日，比亚迪目前已进入全球99个国家和地区、400多个城市，获得海外消费者认可。亮眼的出海成绩推动了比亚迪在巴西、泰国等海外地区投资建厂，拓宽并深化在海外各地的本土化合作。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

小米



小米在2024年的出海战略中取得显著进展，完成了从“产品和品牌出海”到“模式出海”的转型。

小米的“模式出海”核心是将「人车家全生态」和新零售模式带到国际市场，特别是小米汽车的“1+N”新零售模式。“1”指自建自营的交付中心覆盖销售、交付、服务全场景，“N”则是通过3C零售渠道在“小米之家”引入车业务，打造科技生态融合店。未来5年，小米计划在海外开设1万家小米之家，以支撑汽车出海。

得益于早期的全球化布局，小米在海外市场运营经验丰富。2024年第三季度，小米以13.8%的市场份额连续17个季度位居全球前三，智能手机出货量达4310万台，同比增长3.1%。手机业务的成功为汽车出海铺平了道路。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

小鹏汽车



2024年12月底小鹏汽车在德国完成欧洲第10000辆交付，成为首个达成此成就的中国纯电新势力品牌。

自2021年进入挪威以来，小鹏汽车的出海版图已扩展至德国、法国、丹麦、荷兰、瑞典、西班牙、葡萄牙等多个国家。其车型表现亮眼，例如小鹏G9在挪威、丹麦等地蝉联中大型纯电SUV销量冠军，G6则连续获得丹麦“年度科技引领者”殊荣。2024年上半年，小鹏汽车中高端纯电车型出口量位居中国品牌首位，售价4万欧元以上的车型销量在欧洲实现倍数级增长。

为推动全球化，小鹏汽车在巴黎车展公布了“出海2.0”规划，目标到2025年底覆盖全球60多个国家和地区，未来10年海外销量预计占总销量一半。欧洲市场作为核心区域，标志着其全球化战略的加速推进。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

安克创新



2024年，安克创新在海外市场表现出色。根据半年报，公司1月至6月实现营业总收入96.48亿元，同比增长36.55%；净利润8.72亿元，同比增长6.36%。其中，北美市场贡献接近一半业绩，亚马逊平台销售额超过50亿元。前三季度，安克创新营业收入达164.49亿元，同比增长39.56%；扣非归母净利润13.03亿元，同比增长41.13%；归母净利润14.72亿元，同比增长21.29%，展现强劲增长势头。

安克创新的充电宝长期稳居亚马逊美国区销冠，另外在北美、欧洲、日本等地实现多元化市场布局，进一步扩大国际市场份额。安克通过Anker、eufy、soundcore等六大品牌矩阵，覆盖更多市场和用户群体，提升了整体竞争力。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

速卖通



速卖通在2024年黑色星期五期间，速卖通AliExpress的流量同比增长了140%，成为英国最受欢迎的黑五购物平台，超越了Temu、耐克及苹果网站。用户和商家数量增加：速卖通推出了“反内卷”政策，吸引了大量新商家的入驻。

此外，速卖通Choice半托管服务上线100天内，就有2万半托管商家的订单增长翻倍。业务增长和数据表现：速卖通订单增长达到60%，国际电商收入同比增长44%，显示出强劲的增长势头。

速卖通作为阿里国际数字商业集团的重要组成部分，2023年三季度收入同比增长53%，收入增速远高于其他业务集团。速卖通在全球购物类应用下载量增速排行榜上名列前茅，显示出其在海外市场的影响力和用户基础的不断扩大。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

菜鸟国际



菜鸟集团在2024年交付了超过400个数智化项目，覆盖了20多个国家。未来三年，菜鸟计划在全球范围内落地1000个数智化项目，并拓展100个优质合作伙伴。

海外仓出库单量增长：在“黑五网一”期间，菜鸟海外仓出库单量整体同比大幅增长。以北美市场为例，3D打印机出库单量同比增长150%，扫地机器人品类出库单量对比日常增幅超过270%。菜鸟全年日均跨境包裹量超过500万件，这一规模超过了目前全球头部的物流企业。

菜鸟的“全球5日达”服务已经覆盖英国、西班牙、荷兰、比利时、德国、美国、法国、沙特、日本等10多个国家，而“全球10日达”服务则覆盖了100多个国家和地区

中国企业跨境品牌优秀案例分析

顺丰国际



顺丰控股2024年上半年实现营收1344亿元，同比增长8.1%，归属于母公司股东的净利润为48.1亿元，同比增长15.1%。在业务结构上，速运物流业务收入990亿元，同比增长7.6%；供应链及国际业务收入312亿元，同比增长8.1%。

顺丰国际业务在2024年上半年表现出色。得益于国际空海运需求回稳及运价提升，供应链及国际业务收入达到312亿元，同比增长8.1%。此外，顺丰国际货运及代理业务在7月份收入增长32.40%，达到63.70亿元，创下2022年12月以来的新高。

目前《财富》中国500强企业中已经有超过45%的企业使用顺丰国际产品及服务

中国企业跨境品牌优秀案例分析

石头科技



石头科技2024年第三季度全球市场份额提升至16.4%，连续两个季度稳居榜首。全球出货量突破45万台，展现出显著的多区域增长潜力。其中，北美市场线上GMV同比增长63%，渠道GMV同比增长330%，官方商城GMV同比增长68%。石头Qrevo Curv、Q5 Pro和S8 MaxV Ultra等产品均在北美Amazon黑五大促中位列畅销榜前列。北欧地区：GMV同比增长42%，核心渠道市占率超90%，高端产品GMV增长94%。

德国的线上GMV同比增长38%，亚马逊市占率排名第一，核心渠道市占率超过50%，有7款产品霸榜亚马逊畅销产品榜单TOP10。韩国的GMV同比增长32%，在“韩国电商年度大促”中GMV排名第一。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

闪极科技



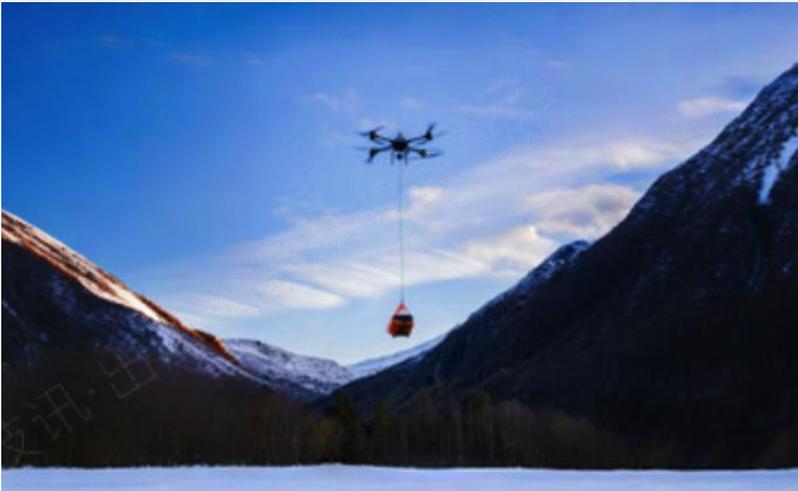
闪极在2024年10月荣获方舟奖“年度影响力出海品牌”奖。闪极的Disk Plus 硬盘盒在Kickstarter众筹平台上筹集了295,304美元，获得了4,026人的支持，成绩非常亮眼。

闪极在北美、欧洲和东南亚等全球市场都有很高的人气。特别是在高端移动电源市场，闪极的单款产品海外众筹破百万美元，这是行业首次。此外，闪极在2022年通过建立独立站，成功占据了欧美高价3C市场，并实现了年入千万的佳绩。在亚马逊平台上，闪极也取得了优异成绩，成为200美元价格区间内排名第一的电源品牌。

自创立之初，闪极便以“科技先锋、持续创新”的品牌形象根植消费者心中，经过5年的发展，如今闪极的产品已经进入全球数十个国家，获得数百万用户的喜爱。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

大疆



2024年大疆农业无人机出口数量较2017年增长了整整32倍，年增长率达到66%。这一增长势头使得今年出口的无人机数量占据了大疆农业整体销量的30%。大疆的农业无人机已经成为中国出海的新名片，尤其在东亚、东南亚、南美、北美等地形成了广泛的应用场景。

大疆的行业应用无人机在全球范围内也取得了显著成就。截至2023年，大疆行业无人机的足迹已遍布七大洲，覆盖超过100个国家和地区。大疆行业应用无人机在全球范围内完成了超650万架次的飞行验证，累计测试作业时长超过33万小时，经历了超过5700项可靠性测试。

此外，大疆的行业应用无人机在电力巡检、应急救援等领域也表现突出，2023年电力巡检总里程超过240万公里，应急联盟参与救援事件达75次。

中国企业跨境品牌优秀案例分析

绿联科技

UGREEN 绿联

绿联科技在2024年海外市场的表现非常显著，主要体现在收入增长、市场份额提升以及品牌影响力增强等方面。绿联科技在2024年前三季度实现了营业收入43.06亿元，同比增长28.47%。其中，第三季度实现营业收入15.63亿元，同比增长27.01%。

特别是在海外市场，绿联科技的境外主营收入高达15.16亿元，同比增长44.43%，显示出公司在海外市场的强劲竞争力和广阔发展空间。绿联科技通过深化海内外市场建设，扩大品牌影响力和市场份额。特别是在欧洲、美洲和东南亚地区，境外业务收入增速分别高达43.9%、54.14%和64.23%，显示出公司强大的国际竞争力。

2025年度
选品趋势分析

03

2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势一：园艺产业链

园艺消费需求增长体现在从种子土壤、种植培育到装饰展示各个环节。主要的消费趋势包括：在容器方面，盆栽植物和多功能容器工具需求上升，且对容器的可移动性、多样性和观赏性等性能提出了更高要求；在园艺风格方面，越来越多的消费者追求美观与个性化，希望打造或复古自然、或居家舒适等不同风格的环境；在园艺设备方面，部分消费者的兴趣正从传统的园艺工具转向智能化、电动化等效率高、科技感强的创新设备。



2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势二：家居科技产品

科技产品已经深入美国消费者的生活，成为日常不可或缺的一部分。与此同时，消费者也提出了更高的要求。其中，家居品类中现代消费者对家居产品的要求已经超越了单纯的基础功能，他们渴望在家中享受到更全面的体验和感官愉悦，比如视觉美观、听觉舒适、嗅觉清新等。在这一趋势下，智能厨房家电、壁画音箱、智能宠物用品等家居科技产品正在成为消费大趋势。



2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势三：多巴胺经济

2024年“多巴胺经济盛行”正成为一个值得关注的消费趋势，尤其是在欧洲，指的是能唤起正面情绪的产品或服务的风行。通过产品呵护消费者“情绪价值”的方式多种多样，包括情感化的外观设计，比如采用柔和平滑的形状、温暖的色调、良好的材质和质感，来激发积极情感；提供互动体验的设计，通过融入互动性的元素传递情感，给与用户回应和乐趣；个性化定制，满足用户表达个性的愿望，让其感到被珍视；以及富有故事性的产品或品牌，传递产品价值观和精神，激发消费者的情感共鸣。



2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势四：“安静”生活辅助品

人们使用和搜索“安静的生活”和“安静的地方”比例，分别同比增长了530%和50%。这一趋势在欧洲表现得尤为明显。具体来说，包括能够帮助营造静谧环境的工具，例如白噪音机器、安静灯光的灯具、轻柔音乐播放设备等；静音低噪设计的工具，例如低噪音车辆、便携静音电器如风扇等；用来隔音降噪的设备，比如隔音帐篷、隔音板、降噪耳机和麦克风等；以及回归低科技的产品，比如复古摄像机、胶卷相机、蜡烛火柴等减少电子设备干扰和噪音的产品也重回大众视野。



2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势五：改善睡眠质量的产品

消费者期望通过各种方式改善睡眠状况，98%的受访消费者表示未来花在改善睡眠上的支出将不变或增加。聚焦产品层面，调研显示，舒适的、高质量的床垫、枕头、被套等床上用品；蒸汽眼罩、助眠精油、睡眠面膜等能够放松和解压的产品；也会对睡眠环境做改善，包括使用遮光窗帘、耳塞、白噪音机等产品；也有人希望通过科技产品辅助睡眠，例如睡眠跟踪设备、智能床垫、智能床头柜等产品。



2025年中国企业跨境电商行业选品趋势分析

趋势六：户外活动用品市场

把家搬到户外，在户外生活一天的形式越来越受欢迎。这些户外生活方式的革新，给相关商品带来了巨大商机，包括放松休息类商品，比如充气床垫、户外沙发、小屋式帐篷等；烹饪餐饮类商品，比如烧烤架、迷你燃气灶、露营炊具等；休闲娱乐类商品，比如便携投影机、防水扬声器等；阅读创作类商品，比如阅读灯、置物架、便携电源等；以及护理清洁类商品，比如洗漱包、防晒霜、户外淋浴器等等。



2024年度
跨境电商工具排行

04

2024中国企业跨境电商金融支付排行榜

01

蚂蚁国际

02

腾讯跨境金融

03

银联在线

04

富友支付

05

连连国际

06

京东支付

07

申通国际

08

乒乓智能

09

空中云汇

10

派安盈

2024中国企业跨境电商行业物流排行榜

01

中国外运

02

顺丰国际

03

递四方

04

菜鸟国际

05

纵腾集团

06

燕文物流

07

申通国际

08

义达跨境

09

安骏物流

10

递一物流

2024中国企业跨境电商云服务器排行榜

01

阿里云

02

腾讯云

03

亚马逊云

04

华为云

05

百度云

06

电信云

07

移动云

08

DigitalOcean

09

蓝易云

10

亿速云

2024中国企业跨境电商行业选品工具排行榜

01

卖家精灵

02

shopeefans

03

terapeak

04

amzs cout

05

sorftime

06

点金tool4seller

07

欧鹭选品

08

易芽 easy ya

09

helium 10

10

jungle scout

关于我们

科技讯·出海观察实验室是国内专业的企业跨境出海垂直媒体，聚焦于最新、最全面的企业出海产业信息和专业出海技术干货，紧密关注品牌出海领域的动态，深度解读最新技术成果和产品应用，分享业内专家的观点和经验。

作为国内品牌出海的前沿媒体，科技讯·出海观察实验室秉持着开放、创新、分享和共赢的价值观，为读者与企业提供前沿、实用的内容服务，持续为产业创造价值。

特别鸣谢

天眼查

为本报告提供专业数据支持

版权声明

版权声明

《2025中国企业跨境电商行业洞察》的知识产权归科技讯及所属公司所有。可供个人学习及研究使用，但未经授权不得复制传播。个人或单位如需商用，应联系科技讯获得授权后，可按照授权的要求使用。违反上述声明者，本公司将追究其相关法律责任。

免责提示

《2025中国企业跨境电商行业洞察》中涉及到的内容与行业数据主要出海分析师整理相关公开数据分析撰写，本报告相关结论与预测基于分析师个人观点，但受研究方法、数据来源资料等多方面限制，科技讯·出海观察实验室不保证其准确性或完整性。科技讯·出海观察实验室并不对使用本报告或其所包含内容产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他损失承担任何责任。



科技讯·出海观察实验室出品

感谢观看

科技讯·出海观察实验室

联系方式: news@kejixun.com