

跨境出海 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

网文、影视、游戏已成为我国文化出海的“新三强”；
字节短剧首次出海，能否成功复刻国内爆款模式？
电动滑板车出海：扩招、调薪、月销百万。

行业环境:

1. 《中国文化产业IP影响力报告（2024）》发布，网文、影视、游戏已成为我国文化出海的“新三强”

关键词：IP影响力,网文改编,头部IP,多业态开发,影视化改编

概要：《中国文化产业IP影响力报告（2024）》由中国人民大学创意产业技术研究院发布，揭示了我国文化产业头部IP数量增长的趋势。报告显示，网络文学成为IP第一大来源，占比达40%，且IP价值分布呈倒金字塔结构，头部IP改编成功率高，开发力显著。以《庆余年》为例，该IP不仅在国内外发行多语种译版，还被开发成多种业态产品，盲盒销量超20万只，影视卡牌成交额达2000万元，形成“庆余年模式”，受到广泛关注。文学作为IP改编源头的地位稳固，TOP50 IP中文学类占50%，其中80%为网文，热门IP如《斗破苍穹》和《墨雨云间》表现突出。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-30/doc-inecfvkt1231413.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-30/doc-inecfvkt1231413.shtml

2. 字节短剧首次出海，能否成功复刻国内爆款模式？

关键词：短剧出海,免费模式,海外用户,市场布局,内容本土化

概要：字节跳动成立海外短剧业务团队，推出免费短剧App“Melolo”，主打东南亚市场，涵盖情感、惊悚悬疑、古装等类型，并包含独家原创内容。Melolo已于2024年11月中旬在印尼、菲律宾等地上线，提供高清画质和内置字幕等功能。字节不仅推出短剧产品，还探索短剧游戏化和商业化路径，如互动短剧和广告投放。据《2024短剧出海营销白皮书》，未来海外短剧用户规模预计达2-3亿，市场规模将达100亿美元。字节正通过Fizzo等产品构建海外文娱生态体系，强化本地化运营，形成内容互通循环。字节能否成功复刻国内短剧的爆款模式，有待市场检验。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293514)：https://www.cbndata.com/information/293514

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 2024年中国创新药十大出海，告诉我们什么？

关键词：出海元年,NewCo模式,BD交易,创新药企,股权收益

概要：2024年是中国创新药出海的关键一年，延续自2020年的强劲势头。中国创新药企在全球BD项目中占比超14%，金额占30%，彰显重要地位。NewCo模式备受关注，如恒瑞医药与Hercules合作，船望制药与诺华达成41.65亿美元合作，普方生物被Genmab以18亿美元并购。亚盛医药与武田合作的BCR-ABL TKI药物交易达13亿美元。PD-1/VEGF双抗成热门赛道，默沙东引进LM-299。信达生物通过子公司Fortvita自主出海。国产PD-1药物在欧洲市场取得突破，复宏汉霖、齐鲁制药等产品获批上市。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7411356.html)：https://www.tmtpost.com/7411356.html

4. 中餐出海，打造一个麦当劳

关键词：中餐出海,品牌餐饮,供应链本土化,东南亚市场,欧美市场

概要：近年来，中餐品牌如海底捞、蜜雪冰城等在全球迅速扩展，尤其在东南亚市场表现突出。凭借标准化程度高的火锅和新式茶饮，这些品牌吸引了大量消费者。蜜雪冰城已在东南亚开设约4800家门店，海底捞则以高端服务立足新加坡等地。然而，中餐出海面临供应链、食品安全标准差异及文化习惯等挑战。为应对这些问题，品牌采取本土化策略，如设立加工基地和中央厨房，并调整菜单和服务模式。尽管国际市场占比仍低，但随着中国文化影响力的提升，中餐品牌的全球化进程正加速推进。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7411289.html)：https://www.tmtpost.com/7411289.html

5. 保健品出海大爆发：老外买完，宠物也要“剁手”

关键词：保健品市场,跨境卖家,东南亚市场,细分需求,达人营销

概要：欧美保健品市场发展成熟且竞争激烈，尤其在北美被视为日常消费品。TikTok Shop的崛起使保健品成为该平台热门品类，2024年上半年销售额达933.5亿元人民币，同比增长20.2%。其较低的准入门槛和宽松的广告审核政策吸引了大量中小卖家，尤其是从亚马逊转移过来的玩家。头部品牌如GNC和Goli仍占据主导地位，Top4店铺GMV占整个保健品类目的39%。东南亚市场因生活水平提高，保健品需求逐年增长，成为许多中国品牌的出海首选。Shopee和Lazada等平台的保健食品销售额显著增长，汤臣倍健、天狮Tiens和Cool-Vita等国内品牌在泰国、印尼和菲律宾等国取得不错成绩。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7404811.html)：https://www.tmtpost.com/7404811.html

6. 2024，它们引爆海外市场

关键词：奶茶出海,豪车排队,健康茶饮,文化出海,跨境电商

概要：2024年，中国产品和文化在国际市场上取得显著成功。中式奶茶品牌如鹿角巷、喜茶等在全球掀起热潮，尤其在东南亚和欧美市场表现突出。网络文学、短剧和游戏《黑神话：悟空》等文化产品广受欢迎，网文作品入藏欧洲文化机构，短剧平台用户时长增长16倍，游戏销量突破2250万份。中国制造的“三蹦子”电动车在美国热销，泡泡玛特和名创优品全球扩张迅速。传统商品如辣条、解放鞋和竹制品也赢得海外青睐，竹制凉席因巴黎奥运会而热销。跨境电商平台助力中小企业开拓国际市场，“China Travel”成为全球旅行新热点。这一年展示了中国企业的强大竞争力和创新能力，但也需关注食品安全等挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7411709.html)：https://www.tmtpost.com/7411709.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 电动滑板车出海：扩招、调薪、月销百万

关键词：电动滑板车,共享出行,跨境电商,品牌出海,供应链优势

概要：近年来，中国电动滑板车品牌在欧美市场迅速崛起，凭借供应链优势和高性价比产品占据显著市场份额。自2018年起，共享电动滑板车风靡欧美，推动了Bird、Lime等运营商的兴起，小牛电动、九号公司等中国制造商借此崭露头角。2024年，信诚未来的iScooter业绩增长超200%，小牛电动国际市场销量同比增长50.3%，九号公司累计销量突破1300万台。中国企业不仅为国际品牌代工，还通过跨境电商平台打造自有品牌，如GOTRAX在美国市场表现强劲。中国品牌在亚马逊等电商平台表现突出，未来将继续争夺欧美市场份额，并扩展至南美、中东、非洲等新兴市场。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7413287.html)：https://www.tmtpost.com/7413287.html

8. 以实力铸就全球影响力，金牌家居成就中国品牌出海标杆

关键词：出海,家居行业,智能制造,供应链,品牌升级

概要：2024年，中国家居行业面临市场增量放缓、内需不足和竞争加剧的挑战，众多企业通过“出海”寻找新的增长点。政府部门积极支持企业“走出去”，推动了家居出口市场的强劲增长。金牌家居作为行业标杆，凭借智能制造和技术优势成功开拓海外市场，尤其在北美、澳洲和东南亚取得显著成绩。其国际化战略包括建立生产基地、优化物流系统和提供本地化定制服务，并通过“一国一策”的研发模式适应不同市场需求。此外，金牌家居注重数字化转型，借助AI设计平台和智能软件提升设计和服务能力，重构全链路营销模式。2023年，公司投资美国硅谷的Collov平台并发布“飞流AI设计”软件，进一步增强全球竞争力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/estate/zc/2024-12-31/doc-ineckerv1917828.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/estate/zc/2024-12-31/doc-ineckerv1917828.shtml

9. 智驾技术出海：中国如何成为全球创新的领跑者

关键词：智驾出海,全球布局,技术精进,供应链优势,法规挑战

概要：近年来，中国智驾企业在全自动驾驶领域迅速崛起，成为中国从“制造”向“创造”升级的典型代表。依托强大的供应链和新能源汽车产业的蓬勃发展，中国企业如知行科技积极开拓海外市场，尤其在欧洲和东南亚取得显著进展。2024年，知行科技成为首家符合欧盟新GSR法规的智驾供应商，助力国内车企车型出口欧盟。中国汽车出口量持续攀升，2023年达522.1万辆，超越日本成为全球最大汽车出口国；2024年前11个月，出口量增至534.5万辆，同比增长21.2%。L2级自动驾驶功能渗透率已达40%，预计2025年将达到50%，市场规模有望突破2,000亿元。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-12-31/doc-ineckert2479826.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-12-31/doc-ineckert2479826.shtml

10. 中企出海东南亚2024年终回顾

关键词：东南亚,数字经济,快速增长,挑战,跨境电商

概要：2024年，中企出海东南亚热度持续，东南亚数字经济展现出强劲增长势头。根据最新《东南亚数字经济报告》，该地区数字经济利润从2022年的40亿美元增至2024年的110亿美元，增幅达2.5倍，显示了其健康发展的潜力与活力。然而，中企在东南亚市场也面临诸多挑战：新能源车销售下降、跨境电商平台佣金上涨、监管力度加大以及创投融资减少，这些因素增加了企业出海的不确定性。展望2025年，企业需正视当前环境中的挑战，保持对市场的清晰认知，并做好风险管理 with 应对准备。具体而言，企业应密切关注政策变化，优化成本结构，提升产品和服务质量，以从容应对可能的变化和挑战。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/6366387486/17b775d1e019018twi)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/6366387486/17b775d1e019018twi

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

11. 5天开两城，Keeta打响美团2025出海闪电战

关键词：外卖扩展,沙特城市,开城速度,免运费,优惠券

概要：美团旗下的外卖平台Keeta在沙特市场迅速扩张，继去年10月上线利雅得和阿尔卡吉后，元旦后再连开吉达和麦加两城。通过本地推广团队、免运费及高额优惠券等策略，Keeta成为沙特下载量第一的外卖应用，已与1.3万家餐厅合作，注册骑手超1.5万名。Keeta CEO仇广宇称此举为重要里程碑，旨在支持当地企业和提升居民生活质量。未来，Keeta计划引入小象超市和无人机配送业务，进一步拓展中东市场，但仍需应对本地及全球性竞争对手的挑战。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2025527342.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2025527342.shtml

12. 手握超2600亿现金，宁德时代赴港上市：“反卷”青年加速出海

关键词：赴港上市,全球化布局,海外收入,市场份额,欧洲市场

概要：宁德时代计划于2024年12月发行H股并在港交所上市，预计将成为明年港股最大的IPO。尽管公司账面现金充裕，达2646亿人民币，并持有220亿理财产品，净现金超过1000亿，但此次赴港上市的主要目的是推进全球化战略布局，提升国际竞争力。近年来，宁德时代的海外收入显著增长，2023年达到1309亿，占总收入的32.7%，且境外毛利率高于境内约4%。欧洲市场已成为其重要收入来源，2024年一季度在欧洲市场份额为34.2%，超越LG新能源。美国市场虽受阻，但仍计划重启建厂。此外，宁德时代与Stellantis N.V.达成战略合作，在西班牙投资40.38亿欧元建设电池工厂。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/s/2024-12-31/doc-ineckerp3559631.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/s/2024-12-31/doc-ineckerp3559631.shtml

13. 九号公司亮相CES 2025，展现全球化运营实力

关键词：CES,电动滑板车,智能割草机器人,达喀尔拉力赛,全球化布局

概要：九号公司在CES 2025上展示了其在短交通和服务机器人领域的最新成果，推出20余款新产品，包括第三代电动滑板车G3、E3和F3系列，以及智能割草机器人Navimow X3系列。这些产品在续航、智能系统和便携性方面显著升级，具备投屏导航、来电显示等功能。自2014年首次参展以来，九号公司通过收购Segway并深耕全球化运营，在超过100个国家和地区拥有2200万用户，参与制定行业标准，并在多个品类中创下全球记录，如电动滑板车累计出货超1300万台，销售额全球第一。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7413596.html)：https://www.tmtpost.com/7413596.html

14. 字节跳动短剧首次出海，主打免费模式，能否复制红果短剧？

关键词：短剧出海,免费模式,IP资源,流量支持,内容改编

概要：字节跳动近期在短剧领域积极拓展海外市场，成立专门的海外短剧业务团队，并于2024年11月中旬在印尼、菲律宾等地上线了名为“Melolo”的免费短剧App。这是其首个出海的短剧产品，旨在复制国内成功经验。通过与TikTok的流量池结合，“Melolo”有望吸引更多用户。然而，内容IP的质量和适应性仍是关键挑战。根据海通证券分析，不同地区观众对内容题材要求各异，字节跳动需根据不同市场特点，打造符合当地口味的短剧内容，以提升竞争力。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7412003.html)：https://www.tmtpost.com/7412003.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

15. 荣膺“2024最佳出海品牌奖”：Baseus倍思全球化进阶之路

关键词：出海品牌,实用而美,用户需求,本地化运营,快充技术

概要：在全球消费电子市场竞争激烈的背景下，中国品牌Baseus倍思凭借强大的供应链和创新力成功开拓海外市场，并荣获“2024年最佳出海品牌奖”。倍思专注于影音娱乐、智能办公和智能出行三大核心场景，以“实用而美”的产品理念吸引了全球100多个国家和地区的用户。倍思的成功源于精准把握用户需求和持续的技术创新。通过调研和用户访谈，公司推出多款广受好评的产品，如TWS无线耳机和多口氮化镓快充系列，这些产品以其高性价比和美观设计赢得了市场认可。倍思还依托自建供应链体系严格管控产品质量，确保稳定交付，并拥有超过400名专业设计与工程人员，累计获得150多项国际设计奖项和2000多项专利。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f020063adq)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f020063adq

16. 瑞幸试水香港、马来西亚开店，为何咖啡品牌出海并不着急

关键词：出海探索,咖啡品牌,市场策略,消费环境,成本结构

概要：瑞幸咖啡近期加快了海外扩张步伐，继新加坡后，宣布在中国香港开设5家门店，并计划2025年一季度在马来西亚开设首家门店。尽管出海速度加快，瑞幸管理层对海外市场依然保持谨慎态度，未采用国内的低价快速扩张策略。在香港市场，瑞幸推出适度折扣，产品定价略低于星巴克，以稳步提升品牌知名度和美誉度。瑞幸的出海模式包括与当地资本合作，如在马来西亚通过品牌授权经营，以降低风险并探索新可能性。业内分析认为，国内咖啡市场需求持续增长且竞争激烈，使得咖啡品牌将主要精力集中在本土市场。海外市场的成熟度、高运营成本及激烈竞争环境也促使国内咖啡品牌保持审慎。

[原文链接](http://news.sina.com.cn/minsheng/2025-01-01/doc-inecmnmf1254827.shtml)：http://news.sina.com.cn/minsheng/2025-01-01/doc-inecmnmf1254827.shtml

17. 老乡鸡冲刺港交所，此番能否如愿？

关键词：中式快餐,家族企业,上市之路,加盟店,供应链

概要：安徽合肥的“肥西老母鸡”由束从轩夫妇于2003年创立，后更名为“老乡鸡”，现已发展为国内知名中式快餐连锁品牌。尽管两次冲击上交所未果，最终于2025年1月转战港交所。公司股权高度集中，家族持股超92%。通过引入加盟模式，加盟店数量从2022年的118家增至2024年的455家，但管理与经营效率问题逐渐显现。老乡鸡在供应链管理和透明化经营方面有所尝试，如发布《菜品溯源报告》，但仍面临“同价不同质”及配送时效性等问题。未来，老乡鸡需克服供应链能力不足等挑战，以实现全国布局和国际化目标。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293519)：https://www.cbndata.com/information/293519

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

艾瑞出海研究中心

 ken@iresearch.com.cn