

 探迹大数据研究院

# 2024年跨境物流 行业发展趋势报告

跨境需求高增长，跨境物流却陷“微利”  
困局，数字化如何驱动新增长



Copyright © 2016-2025探迹



400 088 0046

# 市场声音

“

AIGC时代，用数智武器为跨境物流业务提效很重要，可从精准开发、高效触达、快速转化三招入手。

周晓健 探迹科技资深物流版产品专家



“

跨境电商数量激增,物流服务市场增长潜力仍然巨大,数字化逐步成为企业增强竞争力的利器。

薛总 中远海运货运事业部 销售负责人



“

无底线的“卷”只会毁了自己，唯有“了解客户、为客户创造真正的价值”，通过强资源、提升团队销售能力以及提供更稳定的服务三步走，才可能地摆脱内卷、增加利润、健康持续地生存下去。

康总 深圳市九方通逊电商物流有限公司 业务负责人



“

做物流如何在红海中撕开业务口子？我的经验是打造根据地，建立护城河！通过数字化拓客工具，我们承接大量中欧班列商机，巩固优势地位。

何赵 深圳市大洋物流集团 股东兼全球营销总监



“

虽然内卷还是当下的关键词，但欧洲合规出海赛道仍有不少机会。用最强的优势参与到这场竞争中，除了性价比层面的比拼，更精准的优质客群成为争夺的下一个高地。

饶总 深圳市新丰达跨境供应链游有限公司 创始人



“

利润化增长的重点在于找对细分市场，让服务成为壁垒，这背后需要高质量客户做支撑。

郭总 上海钰欣国际物流有限公司 总经理



# 探迹观点

2024年尾声，外部环境复杂严峻，国际政治博弈加剧，美元持续加息，海外消费市场也在进行新一轮的调整。供应链的重塑及商业模式的不断迭代，让我国优秀的企业可以迎来跨境出海的新篇章。

亚马逊监管趋严，使得相关企业在运营策略上不得不做出调整。新兴电商平台如TikTok、Temu异军突起，迅速抢占市场份额，改变了原有的市场竞争态势，AI新技术的大范围应用为跨境业务带来新的增长点与挑战。同时，跨境物流市场内卷严重，企业间的竞争愈发激烈，跨境物流企业一方面努力降本增效，另一方面则聚焦核心优势，寻求差异化发展。同时，他们也积极加快数字化转型，以数智化力量提升产品核心竞争力。

值此新旧世界变化交替之际，探迹科技通过大数据洞察中国跨境物流现状，揭秘行业发展趋势，本报告基于数据分析，有以下核心观点：

**观点1：**新兴跨境电商平台成为跨境卖家开拓增量市场重点，直邮小包专线与第三方海外仓模式快速发展。

**观点2：**俄罗斯、东南亚、中东等新兴市场兴起，“一带一路”蓬勃发展，新航线出现让跨境物流加速突破。

**观点3：**技术突破带来新红利，大数据、人工智能等数字技术推动行业朝专业化、数字化方向发展。

**观点4：**规模化战略扩大客户基数，高利润战略找准高价值客户，拓产品、拓客群组合拳打开业务链价值空间。

**观点5：**企业转向拼销售效率、产品和服务核心竞争力，借力数字化弯道超车，以差异化能力突围市场。

## 01 | 跨境电商物流行业发展概览

- 1.1 行业发展历程
- 1.2 行业市场规模
- 1.3 行业企业总量
- 1.4 行业地区分布
- 1.5 行业利润情况
- 1.6 企业面临挑战

## 02 | 跨境电商物流客户群体洞察

- 2.1 亚马逊卖家特征
- 2.2 阿里巴巴国际站卖家特征
- 2.3 传统外卖卖家特征
- 2.4 货代同行卖家特征
- 2.5 独立站卖家特征

## 03 | 跨境电商物流行业发展趋势洞察

- 3.1 布局新兴平台和新业务
- 3.2 捕捉新兴市场新增量
- 3.3 紧抓数字化技术新红利
- 3.4 微利时代做高客单价
- 3.5 差异化能力突围市场

## 04 | 案例分享

# 01

---

## 跨境电商物流行业发展概览

1.1 行业发展现状

1.2 行业市场规模

1.3 行业企业总量

1.4 行业地区分布

1.5 行业利润情况

1.6 企业面临挑战

# 1.1 行业发展现状

## 全球产供应链变化、外贸韧性与国际合作机遇下，中国跨境物流需应对新挑战、匹配新业态提升竞争力

全球贸易增长持续低迷的情况下，我国外贸展现出较强的发展韧性，2024年前三季度，我国货物贸易进出口总值32.33万亿元，同比增长5.3%。其中，出口18.62万亿元，增长6.2%；进口13.71万亿元，增长4.1%。

2024年中国前三季度进出口总值32.33万亿元

出口		进口	
18.62万亿美元	数额	13.71万亿元	
6.2%	增长份额	4.1%	
连续15年保持全球第一	全球排名	连续15年保持全球第二	

资料来源：海关总署，商务部数据，探迹大数据研究院整理

跨境电商的发展对跨境物流产生了深远影响。外贸新产品、新业态潜力持续释放成为拉动外贸增长新动能。同时，“丝路电商”等国际合作机遇增多，为跨境物流在全球数字贸易领域提升服务水平、扩大市场和增强话语权创造了有利条件。全球供应链的深度重构使跨境物流面临新考验，跨境物流要跟上新业态发展步伐，满足新型外贸增长的物流需求；

### 跨境物流在跨境电商新环境下的发展之路

#### 外贸韧性下跨境物流需匹配新业态发展

截止至2024年前三季度我国以电动载人汽车、锂电池、太阳能电池为代表的“新三样”产品达7578.3亿元大关，占我国出口比重达4.1%。外贸新业态：跨境电商、海外仓、保税维修等新业态新模式蓬勃发展，2024年上半年我国跨境电商进出口1.25万亿元，增长13%，占我国进出口总值的5.9%。

#### 抓住国际合作机遇升级跨境物流

在共建“一带一路”、实施自由贸易试验区提升战略等政策叠加发力下，我国外贸“朋友圈”不断扩大。“丝路电商”成效显著推动各方共享中国超大规模市场红利的全新机遇。但同时也要要求跨境物流企业提升自身能力。例如，随着与更多国家开展“丝路电商”合作，物流企业需要在当地建立更完善的物流枢纽和配送网络，同时与当地电商平台和企业实现数据对接，提高物流信息透明度和服务质量。

#### 全球产供应链变化下中国跨境物流需应对新挑战

据相关贸易研究报告显示，全球约30%的跨国企业调整了其全球供应链布局，其中涉及原材料采购、生产基地设置等关键环节。这直接影响了跨境物流的运输路线规划和货物流量分配，对物流企业的运输成本和效率产生冲击。例如，某些地区之间的贸易额因贸易保护主义措施大幅下降，导致原本繁忙的物流航线货运量锐减，物流企业不得不重新寻找市场和调整运力。

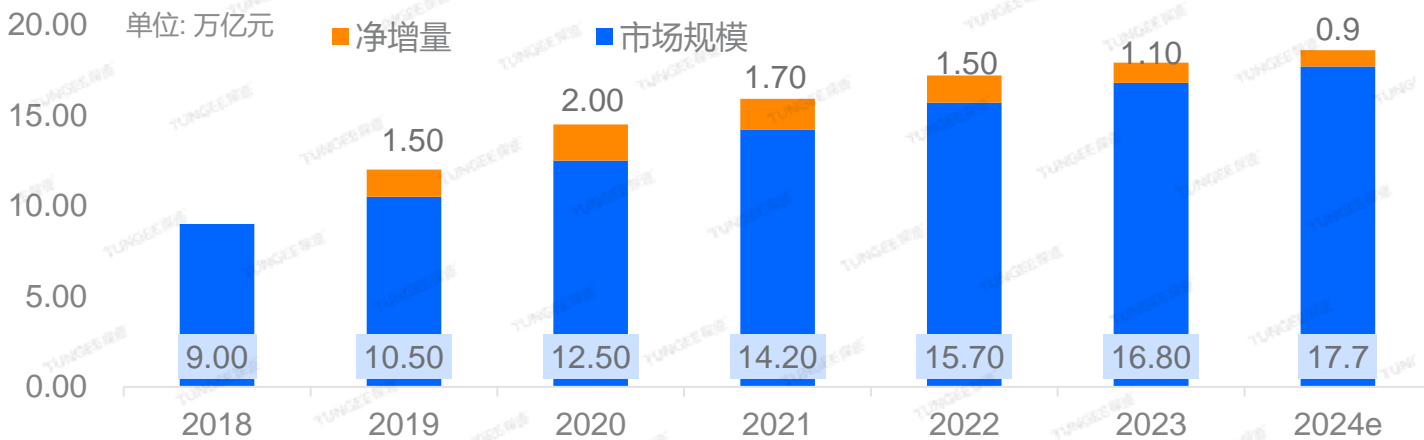
资料来源：海关总署，商务部数据，探迹大数据研究院整理

# 1.2 行业市场规模

## 跨境电商驱动跨境物流蓬勃发展，2024年跨境物流市场规模预计达到2.66万亿元

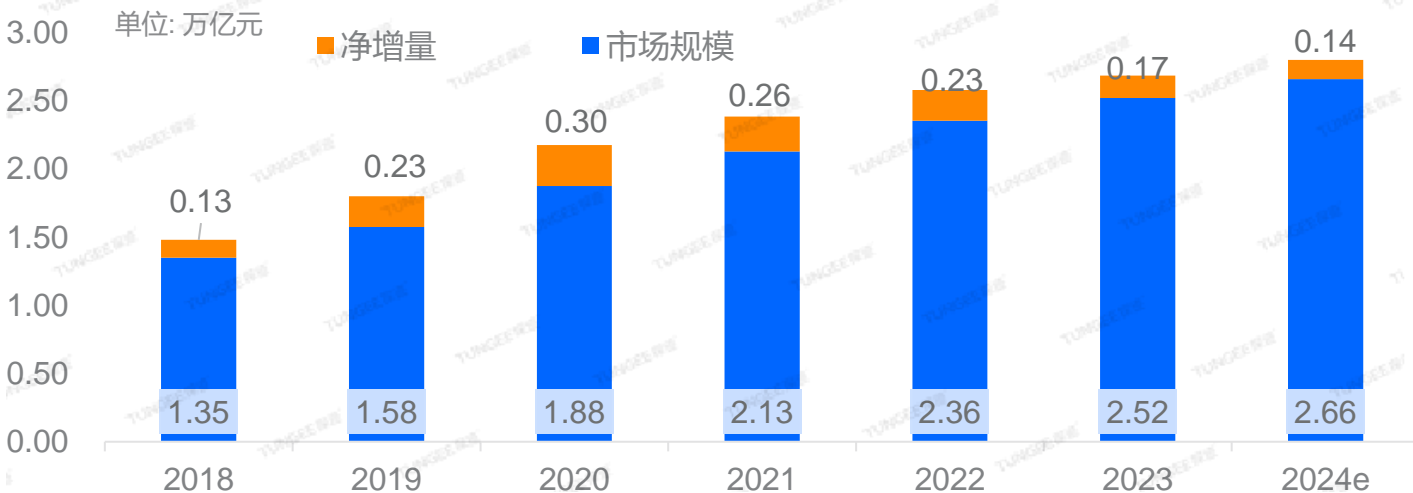
受全球电商市场需求旺盛，消费者对优质中国商品需求增加，以及跨境电商综合试验区建设持续推进、税收优惠等政策支持，2024年前三季度数据表明跨境电商增长良好。2023年我国跨境电商规模达16.85万亿元，同比增长7.32%，预计2024年达到17.7万亿元，跨境物流市场规模达到2.66万亿元。这一增速高于同期我国外贸整体增速，说明跨境电商仍然是外贸增长的新动能。同时，随着跨境电商的发展，物流行业也面临着海运价格波动、中小货代困境等挑战，但也促使物流企业不断提升服务质量和整合资源。总体而言，跨境电商和跨境物流行业相互促进、共同发展，但仍需不断应对市场变化带来的挑战。

### 2018年-2024年中国跨境电商市场规模及增长率趋势



数据来源：探迹大数据研究院

### 2018年-2024年中国跨境电商物流行业市场规模及增长率趋势



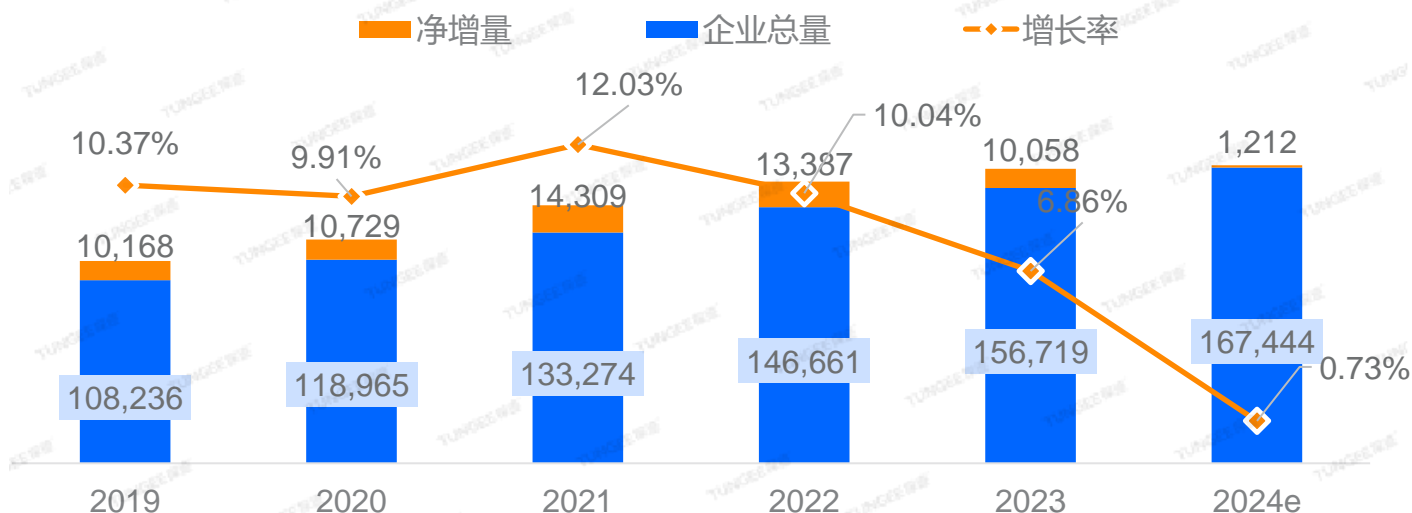
数据来源：探迹大数据研究院

# 1.3 行业企业总量

## 跨境物流市场增量于2024年达到峰值，全国各省企业数增长放缓，行业进入洗牌期

探迹大数据显示，2024年跨境电商物流企业增速达到新的峰值，截止2024年10月为止，跨境物流企业总量已达到167,444家，增长明显放缓。同时，2024年全国各省份均出现企业数量增长放缓情况，跨境物流企业数量增长中广东、上海、浙江位列前三。由此趋势可以推测，未来几年随着市场日渐饱和，行业将进入调整期。对于跨境物流企业来说，未来需要更加注重服务质量的提升、成本的控制以及创新业务模式的探索，以在竞争激烈的市场中脱颖而出。同时，企业还应关注政策环境的变化，利用好相关政策支持，拓展国际市场。

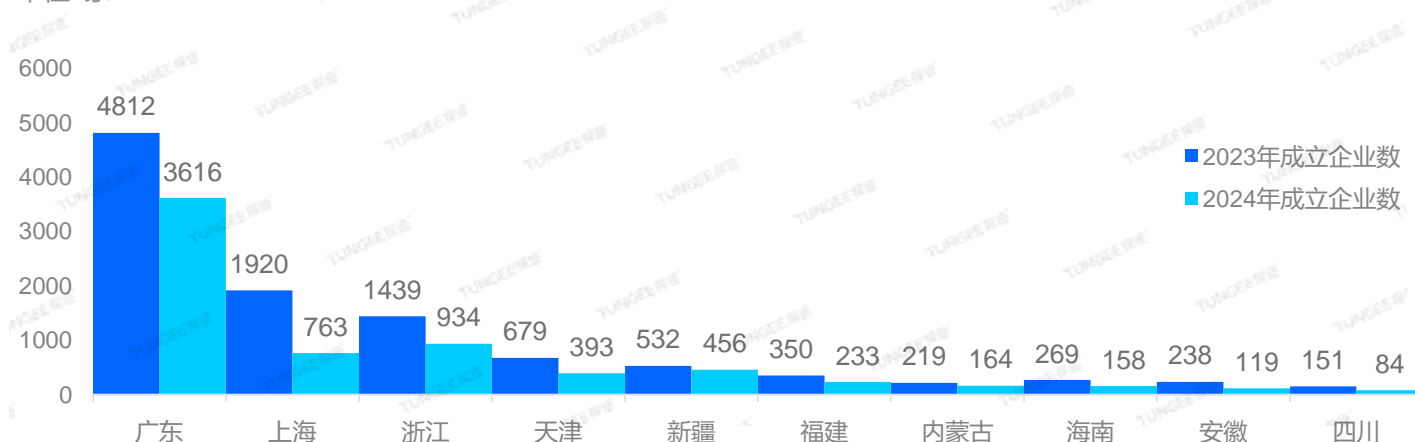
### 2019年-2024年中国跨境电商物流企业总量及增长变化情况



数据来源：探迹大数据研究院

### 2023年-2024年中国各省跨境物流企业数量增长Top 10

单位：家



数据来源：探迹大数据研究院



# 1.4 行业地区分布

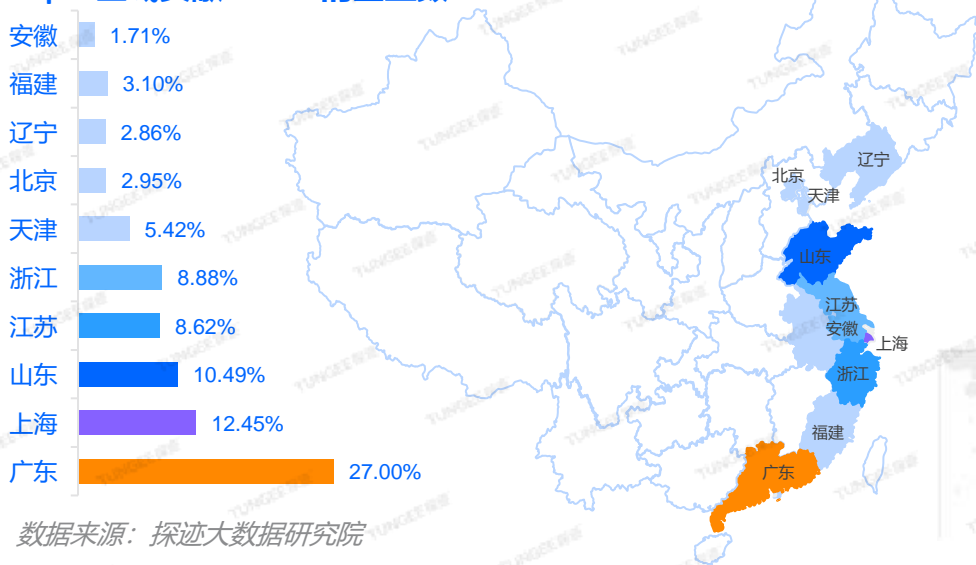
## 广东领跑，行业形成产业集群，山东、浙江、江苏等区域随着制造业布局未来潜力巨大

在地域分布上，跨境物流企业以沿海分布为主。其中，广东、上海、山东三地的物流服务企业数量占比分别为27%、12.45%和10.49%，总计接近50%。浙江、江苏、天津等地区紧跟其后，Top 10区域贡献83.48%的企业数，大部分在东部沿海地区，与贸易发达、制造业发达地区分布基本一致，这些区域充分利用分工的优势，加强彼此协助，形成珠三角、长三角产业集群，能挖掘更多市场商机，是跨境物流企业创业首选之地。

### 2024年中国跨境物流企业区域分布情况

单位: %

#### Top10区域贡献83.48%的企业数

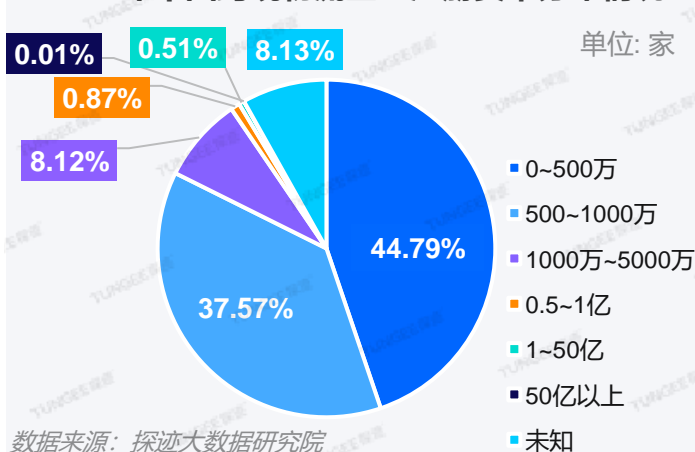


区域	企业数
广东省	45209
上海市	20839
山东省	17569
浙江省	14435
江苏省	14861
天津市	9080
北京市	5185
辽宁省	4944
福建省	4795
安徽省	2870

数据来源: 探迹大数据研究院

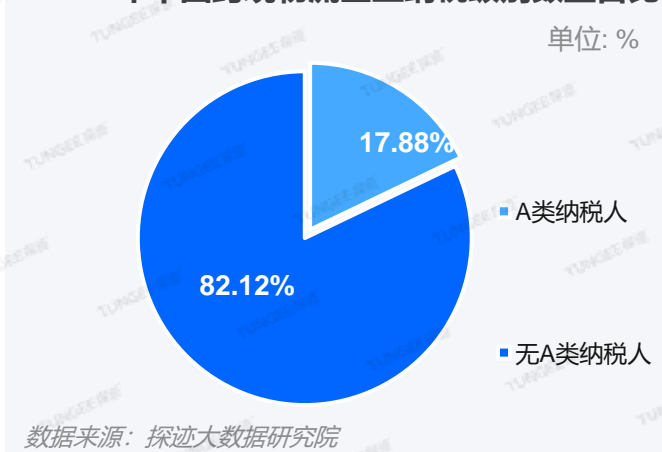
从行业注册资本数据来看，注册资本在500万以下的企业占比比较多，达到44.79%，注册资本在5000万元以上的企业占比1.4%。A类纳税人企业数量占据17.88%，无论是从资本注册还是纳税级别中，可见贸易型的中小企业占据主流。

#### 2024年中国跨境物流企业注册资本分布情况



数据来源: 探迹大数据研究院

#### 2024年中国跨境物流企业纳税级别数量占比

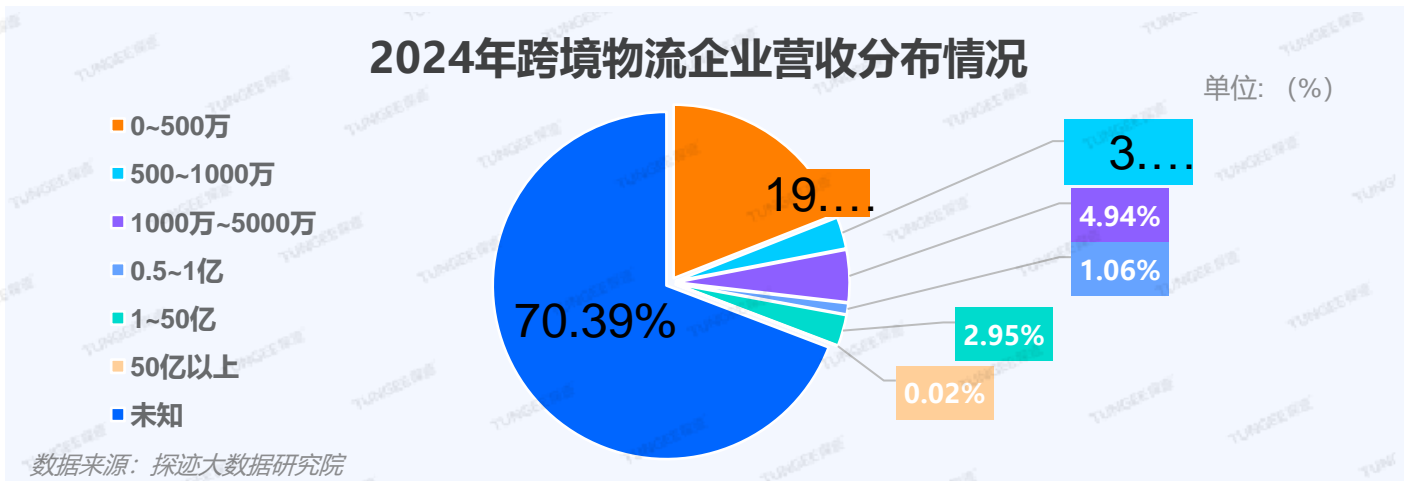


数据来源: 探迹大数据研究院

# 1.5 行业利润情况

## 行业集中度放缓，虹吸效应明显，未来行业朝资源整合、提升自主运营能力的方向发展

据探迹大数据研究院数据显示，在营业收入方面，剔除大部分未知企业，营业收入在500万以下的企业占比19.35%，数量达到32,446家，营业收入达到1亿以上企业占比为2.97%，仅有4973家，比2023年增加了429家。



据引航咨询2024年发布的《中国跨境电商物流50强》数据显示，TOP50跨境物流企业总体营收达到1220亿，同比增长7.4%，呈现出营收规模稳步提升、虹吸效应显现；市场集中度缓慢提升，但并不影响基本竞争格局，内部已然分出三大营收阵营，其中，头部企业业务涵盖直邮专线、海外仓、FBA、国际快递等多种跨境物流服务类型，可以满足不同客户多样化需求，为客户提供一站式解决方案。追赶者发展潜力大，凭借对特定市场的深入了解和专业服务，在该区域市场具有一定竞争优势，可通过差异化竞争实现突破发展。



冰山底下众多跨境物流企业受到上游核心节点资源和国际干线运力资源的强大压力和下游电商平台端的强大压力，降本增效困难重重。但企业通过精准开发细分行业客户，有可能在局部范围内改善自身处境，提升竞争力。这也预示着行业未来将朝着资源整合、提升自主运营能力的方向发展，企业需要更加注重核心竞争力的塑造，以应对复杂多变的市场环境，而随着行业生态的逐步演变，企业规模与实力的关系也将发生深刻变化，行业有望迎来新的格局调整。行业不以规模论英雄，小企业凭借灵活的经营策略和扎实的内部建设，同样有机会逆袭。

# 1.6 行业发展面临挑战

行业面临经济不稳，成本上涨，合规趋严，数字化程度亟待提高的困境，精准把握客户需求成突围关键

探迹大数据研究院观点认为，全球贸易局势紧张，贸易保护主义抬头，部分国家之间的关税争端不断，使得跨境物流的货物运输路线和成本受到影响。不同国家和地区的海关政策差异大且不断变化，燃油价格波动频繁，运力供需不平衡，企业在营销获客方面也面临着市场竞争激烈、客户需求多样化和个性化等难点。审视行业难题和自身实力，企业需要不断创新和优化服务，提升自身的竞争力，以在激烈的市场竞争中脱颖而出。



## 合规要求日益严格

- 不同国家和地区的海关政策差异大且不断变化。如欧盟对进口商品的环保标准、安全认证等要求日益严格。
- 跨境物流企业需要投入更多人力和物力来确保货物符合目的地国家的法规要求。据调查，约30%的跨境物流企业表示海关政策的频繁变化导致其清关成本增加了20%以上。



## 物流成本高且波动大

- 燃油价格波动频繁，运力供需不平衡，旺季时如“黑色星期五”等购物节期间，货量剧增，运力紧张，物流企业需要支付更高的价格来获取舱位和运输资源。
- 淡季时则运力过剩，企业面临设备闲置和成本浪费的问题。物流成本的高企和波动严重压缩了企业的利润空间。



## 数字化程度不高

- 跨境物流行业数字化程度亟需提高，互联网信息分散，在营销拓客上，中小型企业的员工大多把精力放在传统的陌拜上，无法快速找到优质客户；电销效率低，经常被拒绝。
- 在工作流程上，采取原始的手工制单，缺乏智能销售拓客系统以及先进的物流信息系统。



## 客户需求多样且难以精准把握

- 跨境电商企业类型多样，包括大型品牌商、中小卖家、独立站等，不同类型客户的物流需求差异较大。大型品牌商可能更注重物流服务的稳定性、全球供应链的整合以及定制化服务；
- 中小卖家则更关注物流成本和配送速度，跨境物流企业精准开发匹配自身产品优势的客群是突围的关键。

# 02

---

## 跨境电商物流行业客群洞察

2.1 亚马逊卖家特征

2.2 阿里巴巴国际站卖家特征

2.3 传统外贸卖家特征

2.4 货代同行卖家特征

2.5 独立站卖家特征

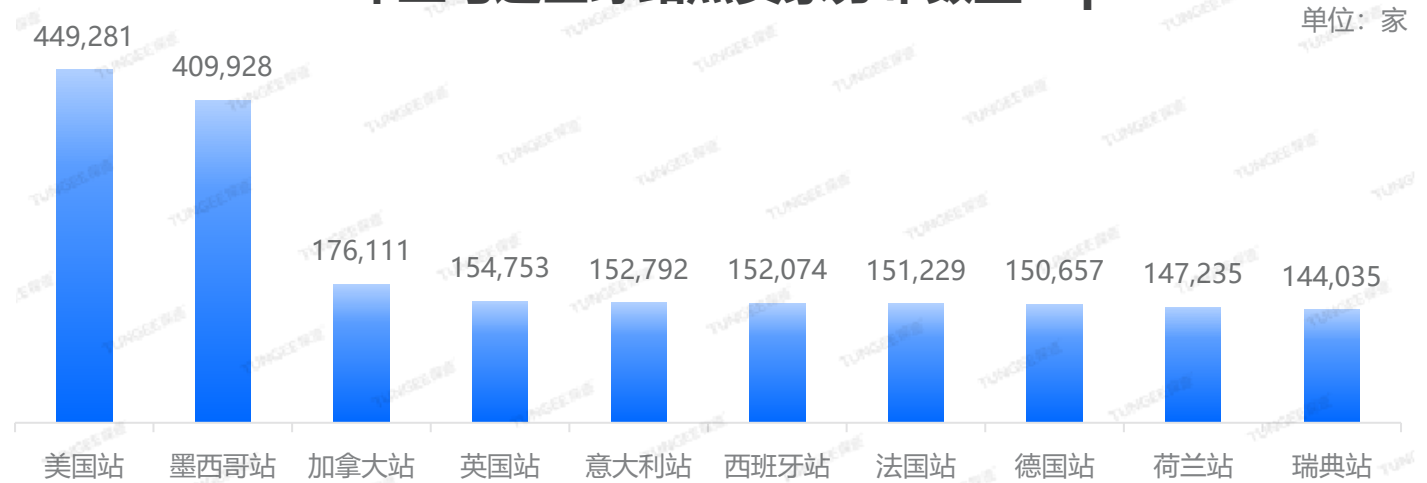
## 2.1 亚马逊卖家特征

欧美发达国家市场稳固，新兴发展中国家市场崛起，FBA物流竞争依然激烈，特殊大件是值得发力的蓝海市场

从亚马逊站点的卖家分布来看，美欧日等发达国家市场依然处于核心地位。这些地区的消费者购买力强，对商品品质要求高，因此吸引了大量的卖家。同时，随着南美墨西哥等发展中国家市场的逐渐崛起，这些地区的市场潜力正在逐渐被挖掘，未来发展前景十分广阔。

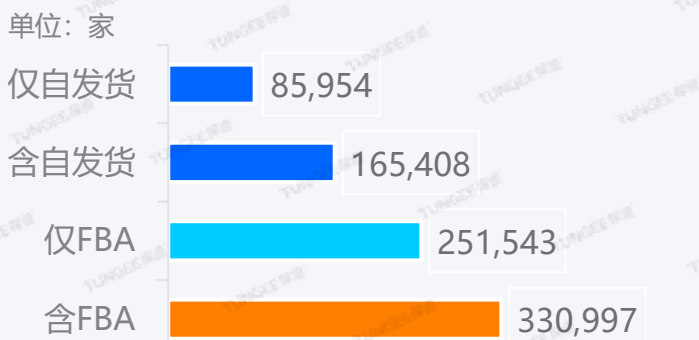
在运输方式的选择上，有66.00%的中国卖家会选择通过FBA（亚马逊物流），将所售卖的商品运达消费者手中，卖家数量达到60万家，较去年有大幅度的增长。这一数据反映出FBA在跨境电商中的重要地位，也说明中国卖家对亚马逊平台的信任和依赖。这一增长趋势预示着 FBA 市场规模的持续扩大，同时也暗示了跨境物流市场竞争将围绕 FBA 相关服务展开更为激烈的角逐。在商品类型方面，所售商品是标准件的中国卖家占比65.75%，标准件通常易于运输和储存，适合跨境销售。此外，大件和特殊大件商品占7.05%，这些商品往往需要特殊的物流解决方案，对跨境物流企业的运营能力提出了更高的要求，也是值得发力开拓的蓝海市场。

### 2024年亚马逊全球站点卖家分布数量Top 10



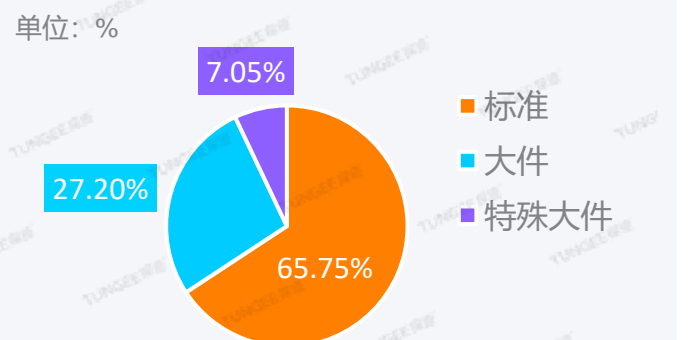
数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年亚马逊卖家所需运输方式企业数量



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年亚马逊卖家所售商品尺寸分布



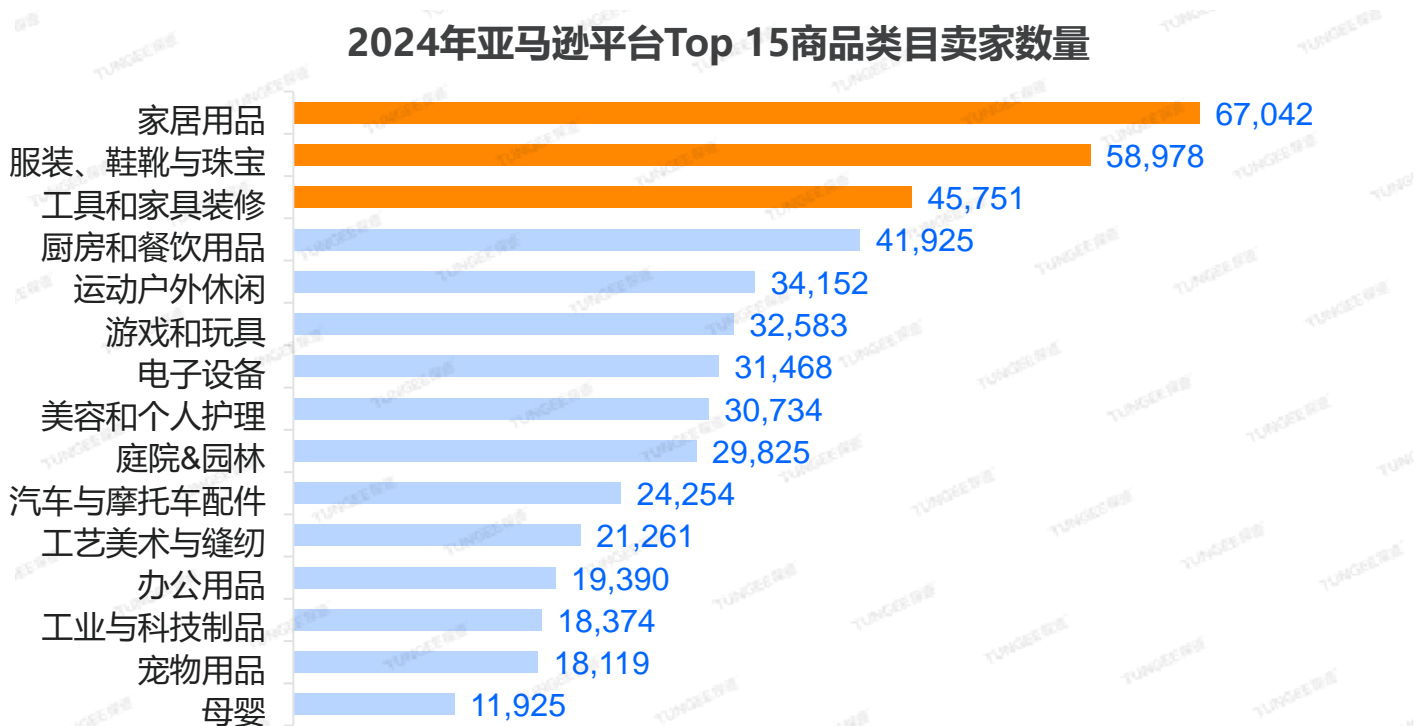
数据来源：探迹大数据研究院

## 2.1 亚马逊卖家特征

### 平台卖家多集中在提升生活品质品类上，跨境物流企业应依销量、年限选卖家，挖掘热门商品类目潜力

对跨境物流头部企业而言，更倾向选择中高销量的卖家，跨境物流头部企业稳定有序的服务能力更能得到大卖家的青睐。中高销量的卖家数量庞大，分别为149,218家和140,631家，占比66.55%。从成立年限来看，3年以上卖家数量达到233,696家，占比53.62%。跨境物流企业倾向于优先选择成立3年以上卖家，以降低收账等风险。

从商品类目来看，家居厨房家装类目卖家数量达到 258,201 家，无论是新家庭组建、旧房翻新还是日常更换，都存在大量的购买需求，全球市场潜力巨大。时尚类目有 190,849 家卖家，也是跨境卖家集中的重要领域。网红推荐、时尚博主的穿搭展示等方式能够迅速将时尚单品推向大众。家居装修类卖家 164971 家，家居厨房家装产品销量增加会带动其装修工具需求，形成产业链效应，促进业务增长。



数据来源：探迹大数据研究院

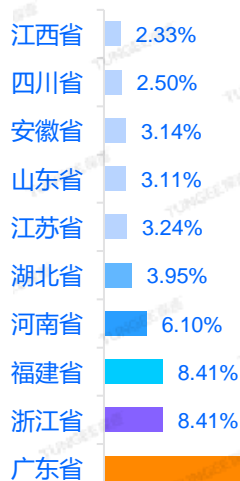
## 2.1 亚马逊卖家特征

沿海地区是平台卖家集中地，多数卖家实力弱，优质卖家仅占 3.67%，高性价比跨境物流方案将受青睐

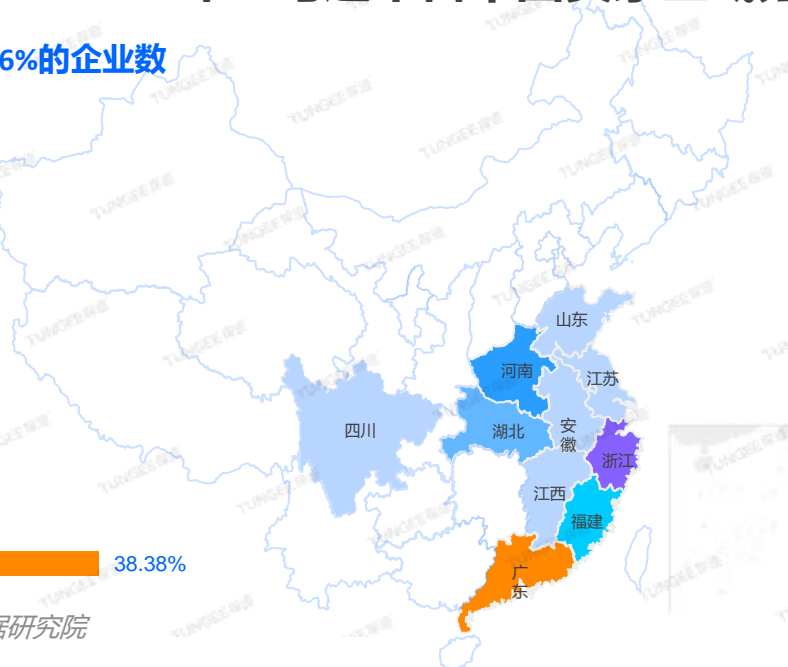
据探迹大数据研究院数据显示，广东省以38.36%的占比遥遥领先，是亚马逊中国卖家最集中的地区，也是竞争最激烈的地方，跨境物流企业应重点关注该地区的物流需求，同时不断提升服务质量和创新能力。浙江和福建这两个省份分别以8.41%的占比并列第二。内陆地区潜力巨大，河南和湖北分别以38245家和24768家企业位列第四和第五。这些内陆省份的跨境电商企业数量可观，表明内陆地区的跨境电商正在崛起。跨境物流企业可以考虑在这些地区拓展业务，提前布局，以应对未来的增长需求。

### 2024年亚马逊平台中国卖家区域分布

Top10区域贡献79.6%的企业数



数据来源：探迹大数据研究院

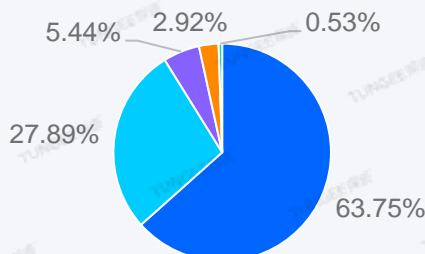


区域	企业数
广东省	240542
浙江省	52737
福建省	52732
河南省	38245
湖北省	24768
江苏省	20324
山东省	19491
安徽省	19660
四川省	15692
江西省	14593

63.75%亚马逊卖家注册资本在100万以内，注册资本超过1000万卖家仅为3.45%，资金实力弱，他们倾向于价格战等方式获取份额，大型卖家靠品牌和规模维持竞争力，使市场竞争激烈且碎片化。物流企业可整合货代、报关等环节，利用数字化平台为卖家提供一站式操作界面，降低其物流管理成本和难度。同时，应建立物流风险预警机制，在突发情况时快速调整物流路线和仓储，减少卖家损失，增强跨境电商产业链抗风险能力。

### 2024年亚马逊卖家注册资本分布情况

■ 100万以内 ■ 100-500万 ■ 500-1000万 ■ 1000-5000万 ■ 5000万以上 单位：%



数据来源：探迹大数据研究院

## 2.2 阿里巴巴国际站卖家特征

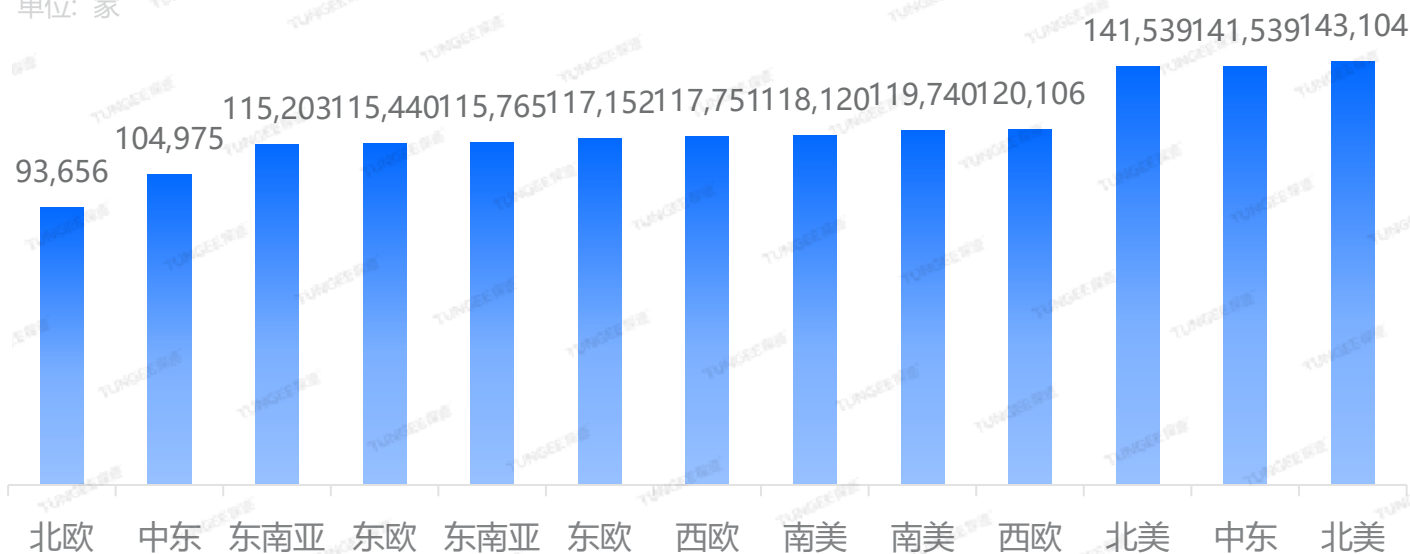
### 欧美仍是最受卖家青睐的市场，东南亚和中东跻身新贵，跨境卖家通过阿里国际站拓展蓝海市场

历经近二十四年探索与沉淀，阿里巴巴国际站平台已成为一个覆盖全球200多个国家和地区，1.5亿海外注册买家的电商平台。众多中国卖家在阿里国际站开始数字化外贸生意，相比亚马逊平台，阿里巴巴国际站上中国卖家分布更加均衡，其中北美、西欧洲和南美依然是卖家主力开发的市场，卖家数量分布达到143,104家、120,106家和119,740家。其次，东欧、东南亚和中东市场值得关注。

阿里巴巴国际站2星以上为比较有实力的卖家，数量达到14,256家。从注册资本来看，有73.25%的企业注册资本在500万以下，他们属于中小型企业，跨境物流企业可以推出一些成本较低的标准物流套餐，满足这些企业对价格敏感的需求。例如，提供拼箱服务、集中发货等方式来降低单位物流成本。

### 2024年阿里巴巴国际站主营市场卖家分布

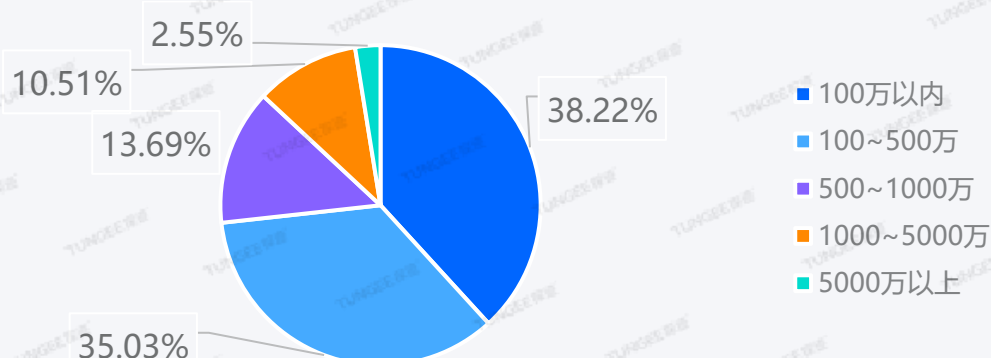
单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年阿里国际站企业注册资本分布情况

单位：家



数据来源：探迹大数据研究院整理



## 2.2 阿里巴巴国际站卖家特征

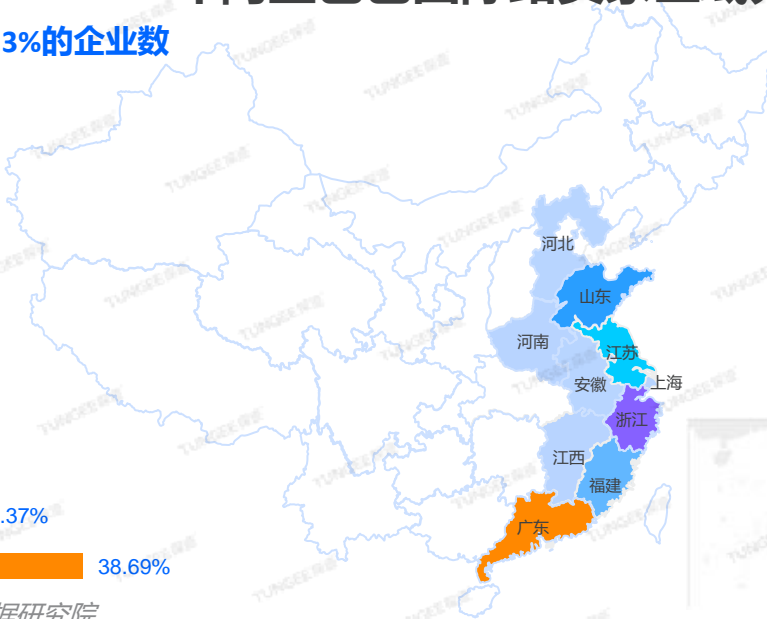
### 跨境卖家以沿海省份为主，高星级且成立时间短的卖家发展潜力大，跨境物流企业可重点关注

从地域分布的角度来看，阿里巴巴国际站的卖家主要集中在沿海地区，其中广东、浙江以及江苏省等省份表现尤为突出。这些地区凭借着其独特的地理位置和优越的经济发展条件，一直以来都是跨境电商行业的热门区域。同时，山东、福建以及河北省等省份的卖家也逐渐崭露头角。这种趋势的出现，一方面得益于国内经济的快速发展和对外开放政策的不断深化，另一方面也与这些地区的企业家们勇于开拓创新的精神密切相关。

据探迹大数据统计显示，中国卖家分布最集中的10个区域贡献了阿里巴巴国际站88.3%的企业数。同时，该平台公开能抓取到的3星以上的企业数分别达到了5023家，成立时间在5年以上企业达到了121,781家。星级高且成立年限长的卖家通常有长期稳定的物流服务商，这些优质卖家是跨境物流企业争相抢夺的客户。跨境物流企业可以重点关注星级高且成立时间短的卖家，他们在供应链管理和应对复杂市场变化方面经验不足，但具有很强的发展潜力，恰好需要跨境物流企业专业的服务和一站式解决方案。

### 2024年阿里巴巴国际站卖家区域分布

Top10区域贡献88.3%的企业数



区域	企业数
广东省	69977
浙江省	35041
江苏省	14385
山东省	12905
福建省	8682
河北省	7559
上海市	5814
河南省	5446
安徽省	2975
江西省	1999

数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年阿里国际站卖家销量分布企业数量

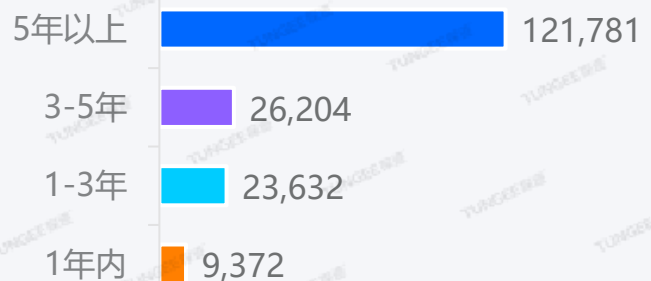
单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年阿里国际站成立年限分布企业数量

单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

## 2.2 阿里巴巴国际站卖家特征

追求品质生活成为全球海外买家主流价值观，垂类新兴平台崛起导致部分商品类目卖家锐减

从商品类目来看，跨境卖家集中在打造高品质生活体验的行业和产品，从家居园艺到运动及娱乐，这些类目符合海外买家提升生活品质的价值主张，反映出全球买家高度注重从内到外的生活品质，好生活逐步成为海外各国买家的C位。另一方面，受益于人口红利释放，东南亚基建市场正强力复苏，工业机械、五金工具和包装印刷产品等行业相关品类吃香。由于一些新兴的垂直电商平台如SHEIN专注于服装领域，导致部分卖家分流，服装与配饰类目的卖家从2023年的2.5万家锐减到1.9万家。

### 2024年阿里巴巴国际站各商品类目卖家数量



数据来源：探迹大数据研究院

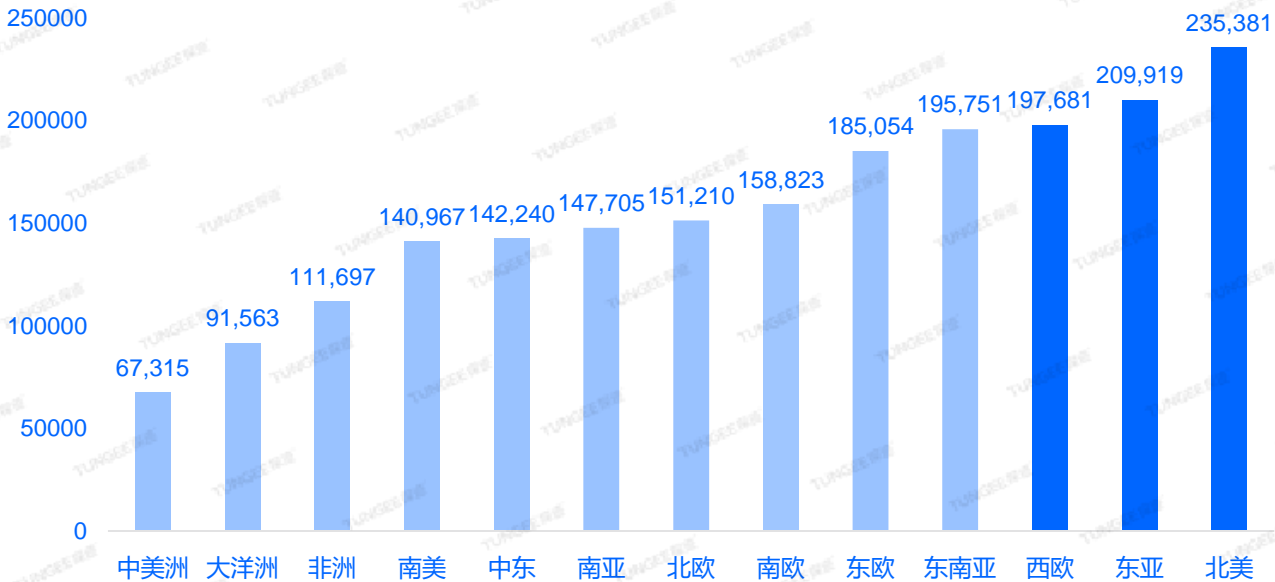
## 2.3 传统外贸卖家特征

受益于“一带一路”发展，东亚贸易蓬勃发展，成立5年以上的传统外贸企业达到198多万家，是跨境物流企业拓展市场增量的关键

传统外贸企业一直以来都是国际物流行业的重要客户群体，中国外贸企业产品主要销往北美、东亚、西欧等地区，受益于“一带一路”政策的颁布，东亚贸易发展蓬勃，成为新蓝海。据探迹大数据研究院数据显示，大部分传统外贸企业以工贸一体为主，数量达到了944,102家，同比2023年增长了40%。成立5年以上的传统外贸企业数量达到了1,982,850家，这些企业经过了多年的运营和积累，具备了丰富的生产经验和高水平的研发能力，是跨境物流企业的优质客户。对于国际物流企业来说，如何精准触达这些传统外贸卖家，满足这些企业的需求，提高他们的物流效率和降低成本，是巩固和拓展市场份额的关键。

### 2024年传统外贸客群销往地区分布企业数量

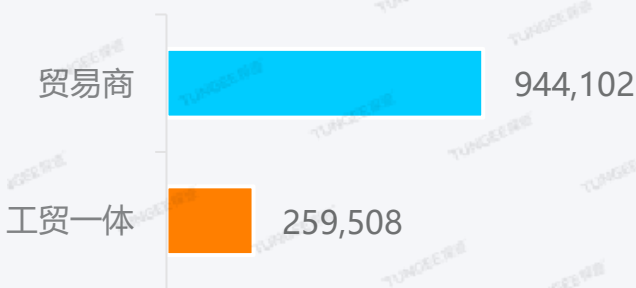
单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸客群企业类型企业数量

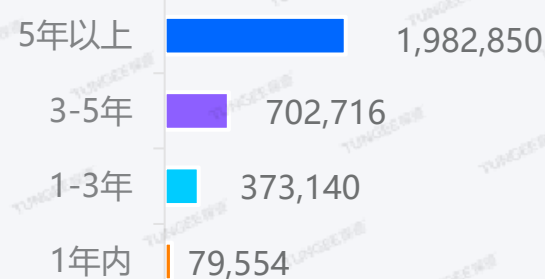
单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸客群成立年限分布企业数量

单位：家



数据来源：探迹大数据研究院

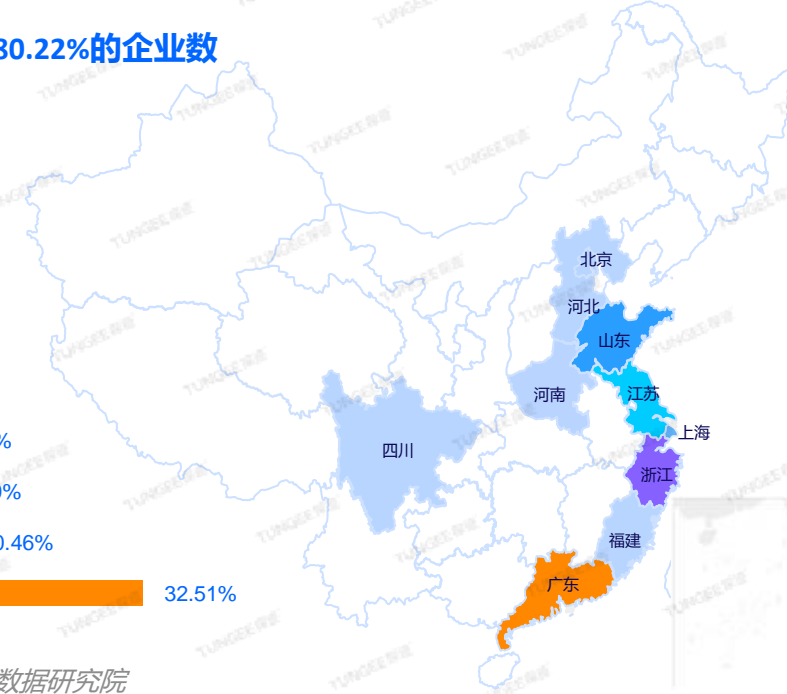
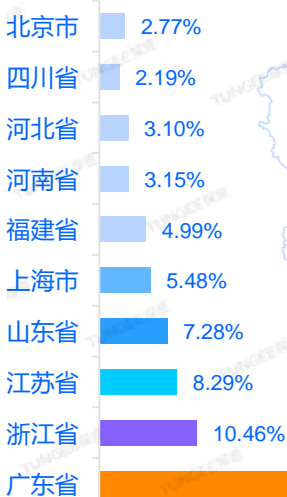
## 2.3 传统外贸卖家特征

跨境物流企业可集中资源覆盖沿海地区的需求，中小型传统外贸企业活跃，依然是发展潜力巨大的蓝海市场

从地域分布来看，传统外贸企业主要集中在沿海地区，其中广东、浙江和江苏省等省份表现尤为突出。与此同时，山东、上海和福建等地区也具有巨大的发展潜力。应高度重视传统外贸分布最集中的这10个省份。这些地区汇聚了大量的外贸企业，是跨境物流需求的重要来源地，可将主要资源和营销精力优先投向这些区域，以实现高效的市场覆盖。据探迹大数据研究院数据显示，传统外贸分布最集中的10个省份贡献了80.22%的企业数。该客群以中小型企业为主，其中小型企业达到324,215家。值得注意的是，注册资本达到1000万以上的企业数达到39.1万家，占比8.67%。39.1万家注册资本较高的企业表明这一群体具备一定的经济实力和业务体量，对物流服务品质的期望也相应较高，提供优质服务可提升企业在高端市场的竞争力。

### 2024年传统外贸客群区域分布

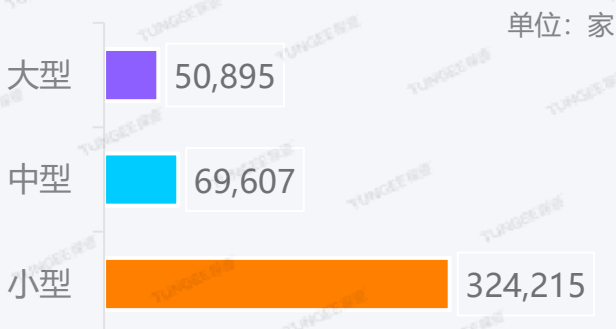
Top10区域贡献80.22%的企业数



城市	企业数
广东省	1022614
浙江省	328885
江苏省	260876
山东省	229030
上海市	172268
福建省	156921
河南省	99066
河北省	97567
北京市	86976
四川省	68882

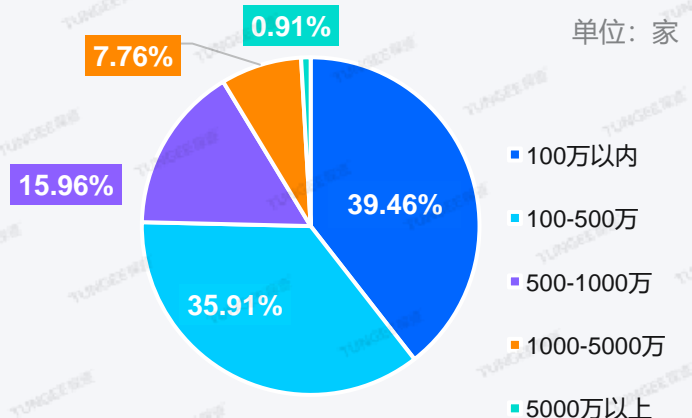
数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸客群企业规模分布数量



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸客群企业注册资本分布情况



数据来源：探迹大数据研究院

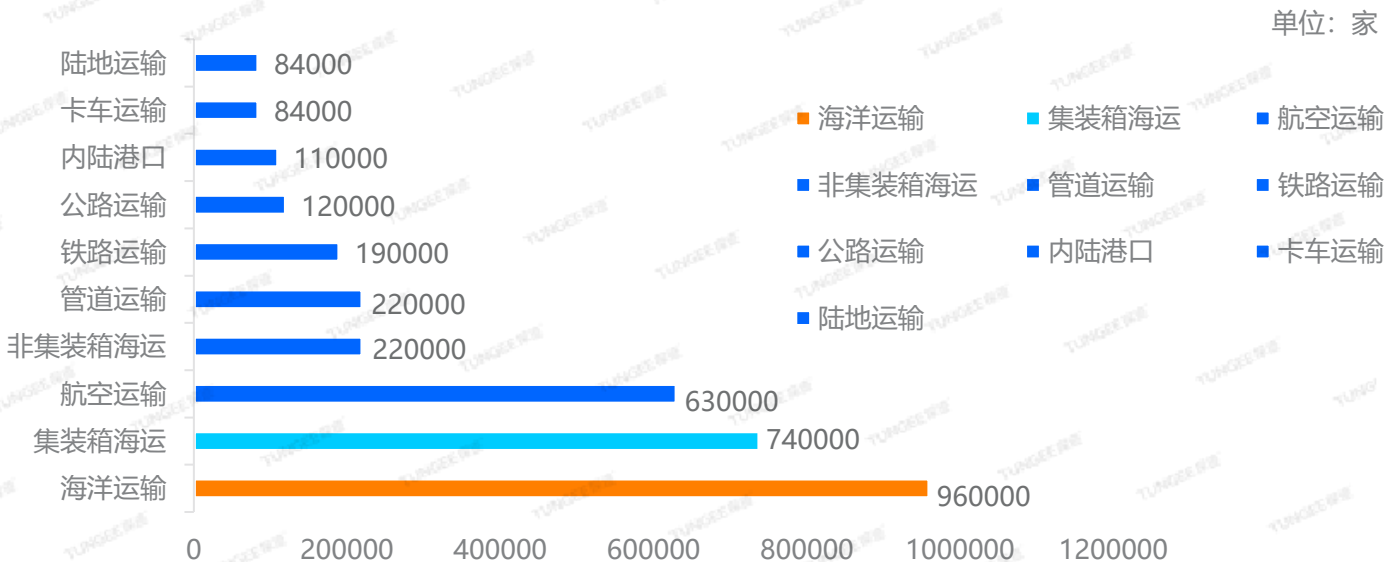
## 2.3 传统外贸卖家特征

海洋运输和航空运输仍是最受青睐的运输方式，跨境物流企业应按贸易条款优化服务，把握行业增长机遇

据探迹大数据研究院数据显示，从2019年到2024年Q3，传统外贸企业有贸易记录的企业数呈现出显著的增长趋势。2019年约为860,000家，到2024年预计增长至1,400,000家，增长62.80%。

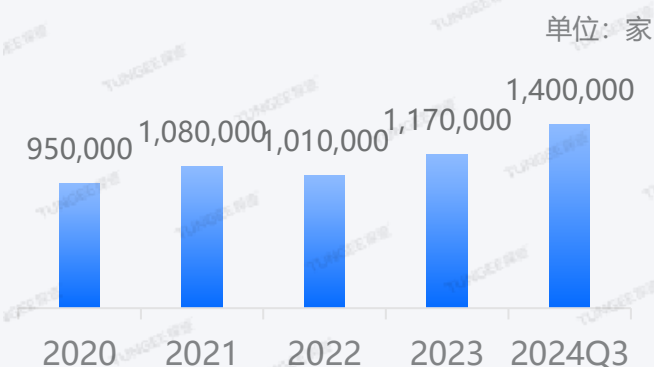
海洋运输、集装箱运输和航空运输依然是主流。跨境物流企业可根据货源属性配置运输方式，稳定货源发展集装箱海运，追求快速响应的发展公路和航空运输。同时按商品类目细分市场，高价值小批量货物重点发展航空和邮包运输，小包专线适合小包裹。铁路运输中长距离性价比高，可关注中欧班列。跨境物流企业应优化主要交货条款为FOB、CIF、CFR的物流服务，如FOB加强与船运合作确保装船，CIF和CFR优化路线与保险。对EXW、FCA条款，跨境物流企业可拓展增值服务，像EXW提供提货运输一站式服务，FCA协助货交承运人操作。针对DDP条款可开展培训咨询，助客户理解应用，提升自身复杂业务操作能力。

### 2024年传统外贸企业主要运输方式分布情况



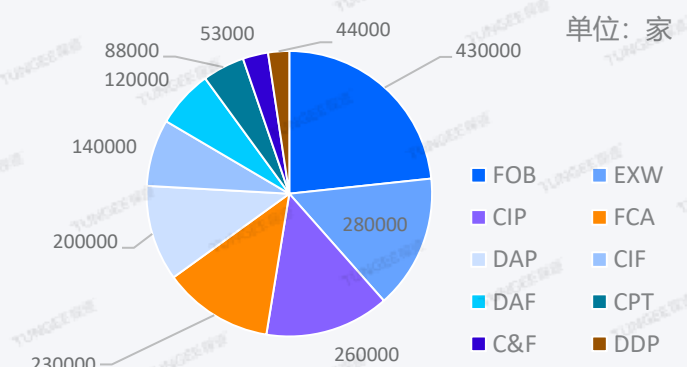
数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸企业有贸易记录企业数



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年传统外贸企业交货条款企业分布



数据来源：探迹大数据研究院整理

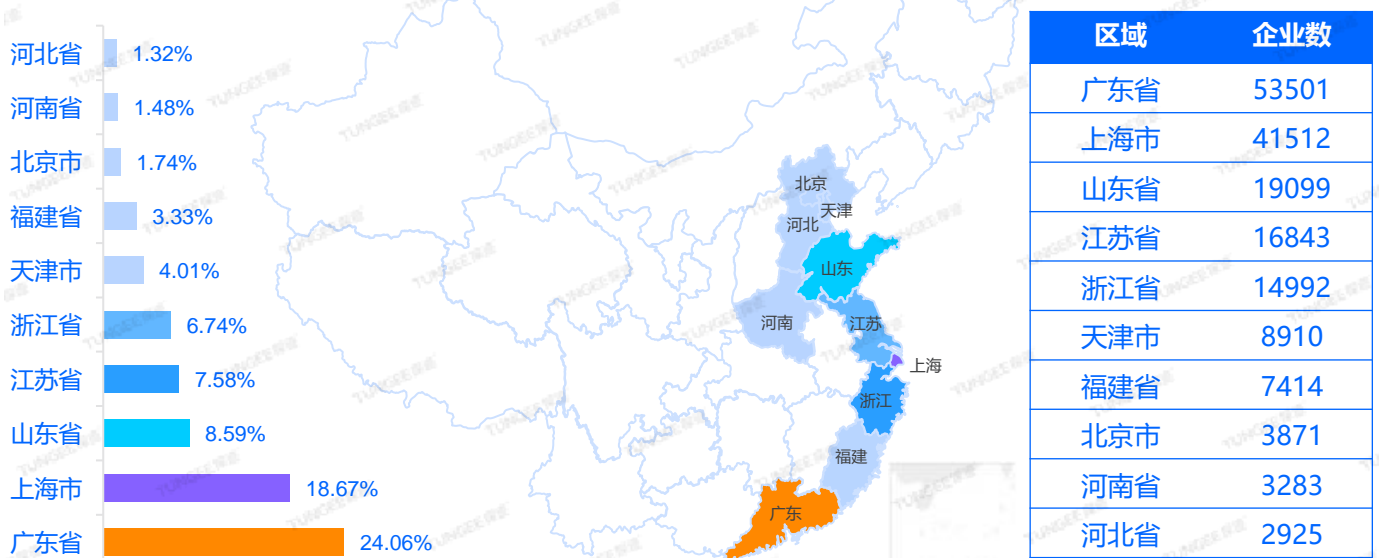
## 2.4 货代同行卖家特征

广东、上海等地区是货代同行集中地，跨境物流企业可开发货代同行客户，整合资源，拓展市场覆盖度

从地域分布的角度来看，货代同行客户主要集中在沿海地区，广东、上海、山东地区引领风潮。同时，浙江、江苏以及天津等地区的企业也在逐步发展。77.51%的企业数来自前10区域。3年以内成立货代同行企业占比45.46%，数量达到43,283家，无官网的货代同行数量55,060家，这些成立不久、无官网的二三级货运代理是有实力的一级货运代理企业优先触达联系的对象。这类企业虽资源相对较弱，但数量众多。新成立不久的企业往往处于发展需求旺盛阶段，而无官网可能意味着在市场推广等方面存在短板，有实力的跨境物流企业此时介入合作，精准触达这部分货代同行就能整合资源为自身开拓新业务增量。

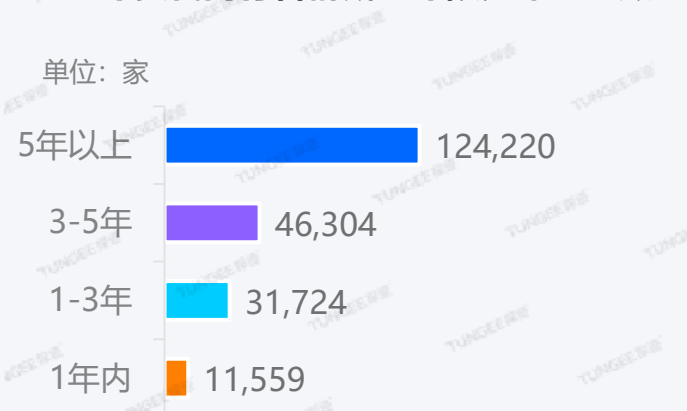
### 2024年货代同行客群区域分布

Top10区域贡献77.51%的企业数



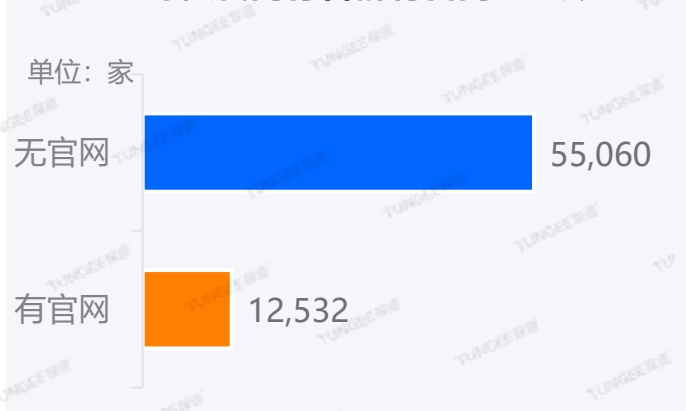
数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年货代同行客群成立年限分布企业数量



数据来源：探迹大数据研究院

### 2024年货代同行客群有官网企业数量



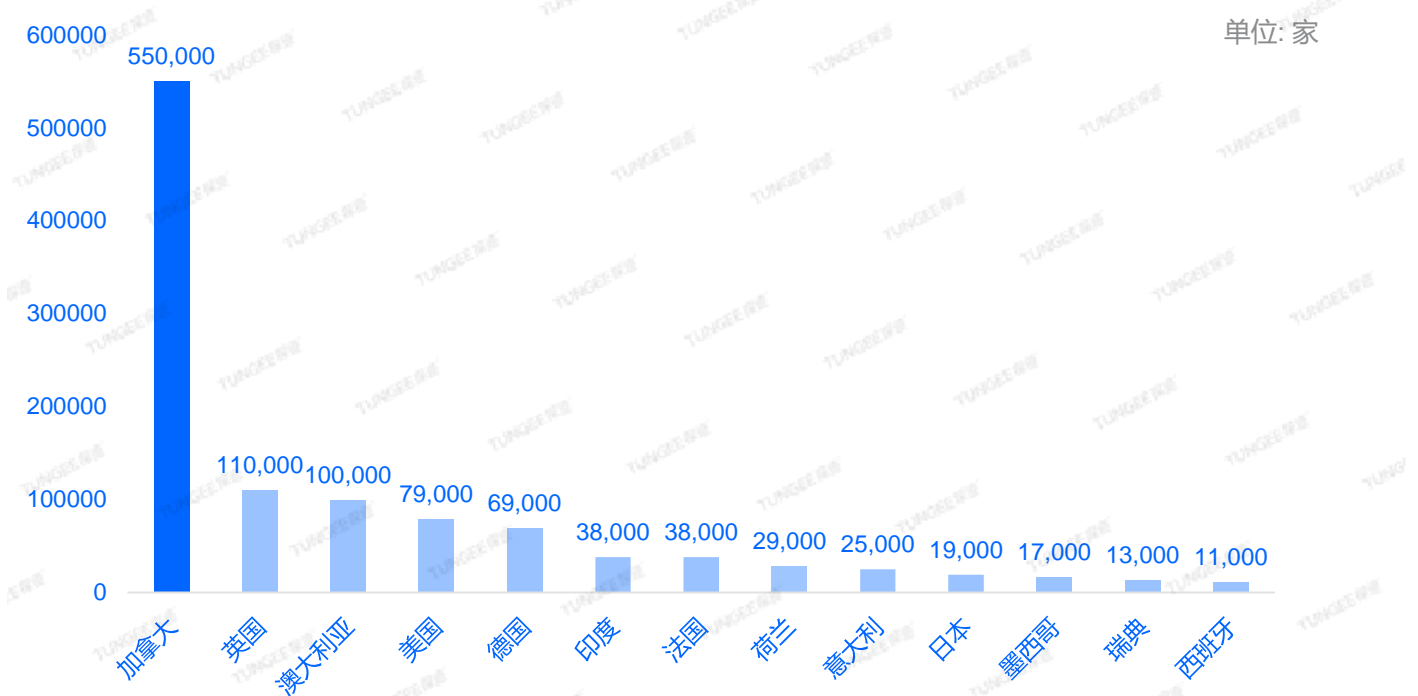
数据来源：探迹大数据研究院

## 2.5 独立站卖家特征

### 加拿大独立站卖家数量居首，跨境物流企业可多途径挖掘卖家需求，拓展业务版图

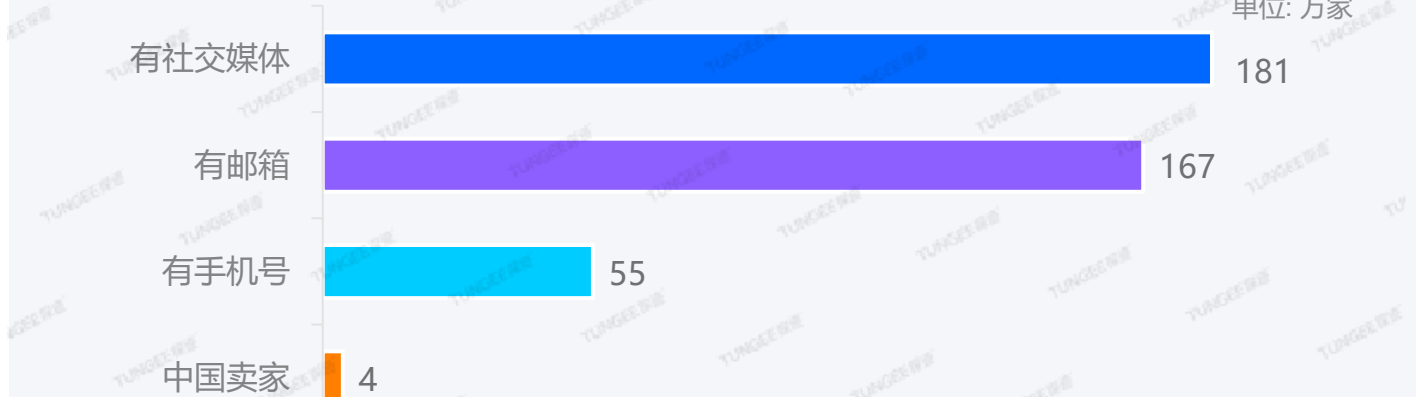
对于跨境物流企业而言，独立站外贸企业呈现出显著的业务潜力。从数据来看，独立站卖家分布广泛，市场规模可观。相对于跨境电商客群，独立站的外贸企业出货量更稳定且量大，这为跨境物流企业提供了优质的客户资源。对于中国卖家，他们拥有多种联系方式，这为物流企业主动出击、推广服务创造了便利条件。通过积极联系，物流企业能够直接与这些卖家对接，提供量身定制的物流解决方案，建立长期稳定的合作关系。而对于非中国卖家，尽管他们不在国内，但存在潜在的海外仓和末端配送需求。跨境物流企业可以利用自身在海外仓建设和末端配送网络方面的优势，与这些卖家展开合作。通过精准定位和服务，满足他们在仓储和配送方面的需求，拓展业务版图。

#### 2024年独立站卖家主营市场分布



数据来源: 探迹大数据研究院

#### 2024年独立站卖家信息对应企业数量



数据来源: 探迹大数据研究院

# 03

---

## 跨境电商物流行业发展趋势洞察

3.1 布局新兴平台和新业务

3.2 捕捉新兴市场新增量

3.3 紧抓数字化技术新红利

3.4 微利时代做高客单价

3.5 差异化能力突围市场



# 3.1 布局新兴平台和新业务

## 新兴平台成为跨境卖家开拓增量市场重点，直邮小包专线与第三方海外仓模式快速发展

跨境电商成国货出海新动能，以TEMU和TikTok为代表的新兴平台加速中小企业出海脚步，预计2024年我国出口跨境电商B2C物流市场规模超7900亿，同比增长18%，其中直邮专线与第三方海外仓模式快速发展，行业集中度有望提升。新兴平台的发展对跨境物流发展带来深远影响。

### 新兴跨境电商平台对跨境物流影响

**货量增长与运力挑战：**这些平台业务的快速发展带来了庞大的货量增长，使航空货运需求急剧上升，对航空运力的争夺愈发激烈，可能导致运力不足的问题。这不仅影响到跨境物流的运输效率，还可能推动物流企业加大运力投入，如增加包机、租赁更多货机等。

**包裹重量与规格变化：**平台销售的商品种类和特点影响着包裹的重量和规格。以 Temu 平台为例，其商品多为价格较低、但重量较大的日用品等，促使跨境物流企业需要适应这种包裹重量的变化，调整运输方式，催收了更多小包专线等业务，以满足不同规格包裹的存储和运输需求。

**运输时效要求高：**消费者对购物体验的要求越来越高，Temu、TikTok Shop、SHEIN 等平台为了提高竞争力，也对物流时效提出了更高的要求。这促使跨境物流企业不断优化物流流程，提高运输速度，例如采用直邮等方式，减少货物的中转时间，以满足平台和消费者对时效的需求。

**行业洗牌竞争加速：**当下市场竞争更加激烈，一些小型物流企业可能由于无法满足市场的要求或缺乏竞争力而被淘汰，行业洗牌加速，市场份额逐渐向大型物流企业和具有核心竞争力的企业集中。

Temu、TikTok Shop、SHEIN 等平台成为跨境卖家发力重点，这些热门电商平台的发展带来了新的业务增量。

### 新平台兴起带来全新业务增长机会

直邮专线  
业务拓展

随着电商平台的发展，直邮专线如小包专线的需求不断增加。跨境物流企业可以加大对直邮小包专线的投入，开发更多的专线线路，覆盖更多的国家和地区，提高专线的运输效率和服务质量，从而获得更多的业务订单。

海外仓  
需求激增

物流企业可以投资建设或合作运营第三方海外仓，满足卖家的需求。同时，还可以通过优化海外仓的布局和管理，提高海外仓的运营效率和服务水平，降低成本，提高竞争力。

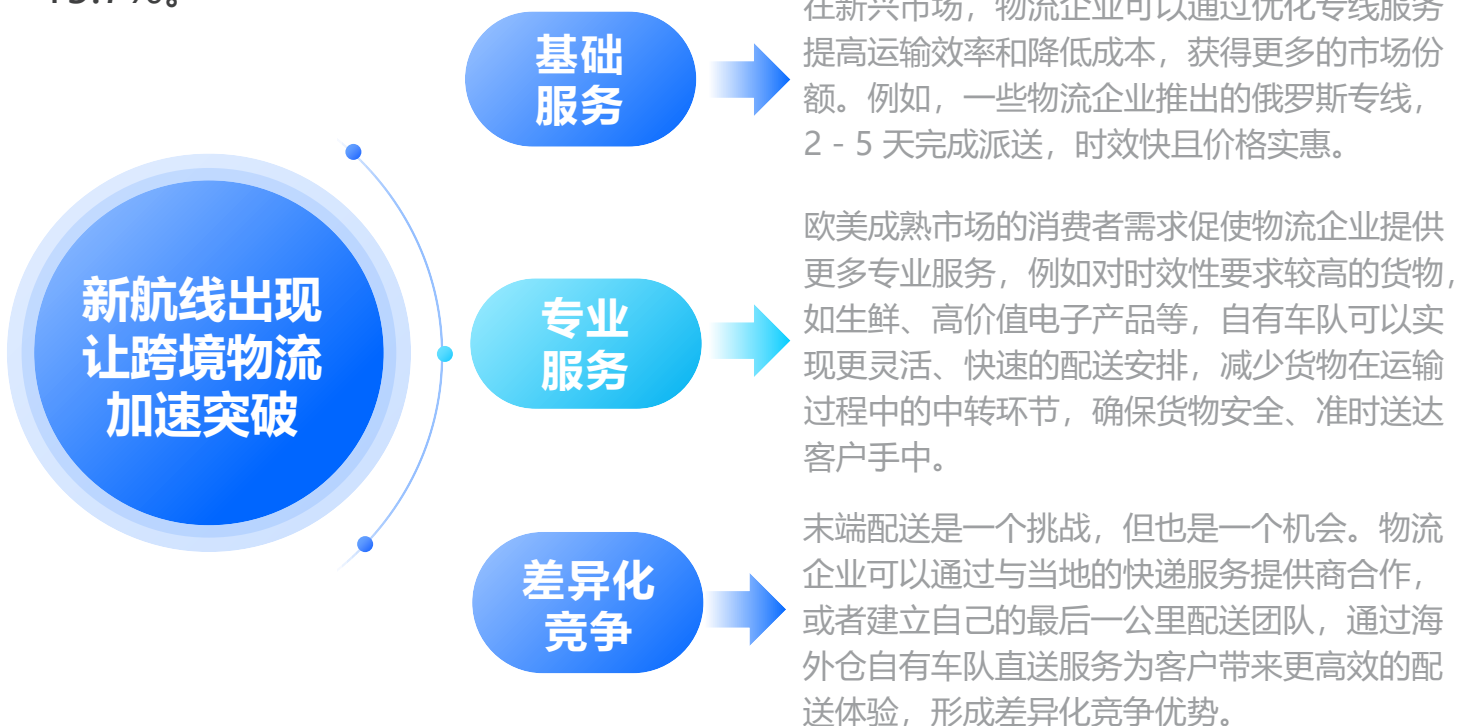
营销数字化  
开拓新增量

使用大数据和AI等新的拓客方式，对一些尚未充分开发的新兴市场进行业务覆盖，如东南亚、中东、俄罗斯等地区，找到团队业绩的增量。AI大模型赋能业务和市场规模预测，大数据洞悉团队业务状态，助力销售决策不出错。

## 3.2 捕捉新兴市场新增量

俄罗斯、东南亚、中东等新兴市场兴起，“一带一路”蓬勃发展，新航线出现让跨境物流加速突破

新兴市场的增量，尤其是俄罗斯、东南亚、中东以及一带一路沿线国家的兴起不容忽视。根据中国海关的统计数据，中国海关总署数据显示，2024年1-10月，中俄贸易额同比增长2.8%，达到2022.18亿美元。其中，中国对俄出口941.42亿美元，增长4.7%。东盟继续保持中国第一大贸易伙伴地位。中国与东盟贸易总值5.67万亿元，增长8.8%，占中国外贸总值的15.7%。



### 新兴市场和航线发展带来哪些利好机遇

**成为数字化企业，快速扩展新市场：**新兴市场的快速增长为企业提供了新的客户群体和市场空间，中国产业升级、制造业向中高端迈进，新能源车、手机、家电等自主品牌出海占比提升，针对跨境卖家的产品、航线提供定制服务，如包装定制、退换货服务、供应链金融等，数字化物流能利用先进AI和大数据技术及时捕捉这些未被满足的需求，快速响应市场的变化，抓住市场增量。

**成为综合物流服务商，提供一站式方案：**有效整合全球资源，提供一站式服务，从仓储到配送全流程覆盖，为客户提供更便捷、高效的物流解决方案，增强客户粘性。例如，在运力紧张的情况下，大型物流企业可以通过包机、租船等方式保证货物的及时运输，在海外仓建设方面也更有资金和资源优势。

**成为区域专家型企业，提供创新服务：**对特定新兴市场有深入了解，能够提供专业服务的企业，如某些市场海关政策和清关流程相对复杂，拥有强大清关能力和丰富经验的跨境物流企业能够更顺利地处理货物通关手续，降低货物滞留的机率，提升区域内知名度。

# 3.3 紧抓数字化技术新红利

## 技术突破带来新红利，大数据、人工智能等数字技术推动行业朝专业化、数字化方向发展

跨境卖家需求多样化、多渠道布局推动物流服务朝专业化方向发展，并通过数字化全面提升服务效率。跨境卖家对于物流服务的专业化需求也不再是仅仅局限于运输本身，而是增加了更多个性化的服务需求，包括对物流信息跟踪、退货、换标、货物数据管理、供应链金融、产品维修等专业需求。物流需求的多样化体现在大卖家和小卖家、品牌商和铺货型卖家都有不同的物流解决方案，未来围绕多样化的物流需求，根据不同的垂直细分品类和赛道，中小物流企业依然有很多机会。

大数据、人工智能等数字技术为满足个性化、定制化需求提供了可能性。数字化的能力、系统搭建的能力都是核心要点。未来，任何一家跨境物流企业都是数字化跨境物流企业。这也为广大跨境物流企业提供了契机，在激烈竞争环境中，他们需要重新审视自身组织架构、销售获客方式及转化率，谋求主动出击抓住新增量以达成预期业绩，在多变的环境中持续保持竞争力。

### 数字化 五大价值下的应用场景



## 物流企业数字化的五大价值



## 3.4 微利时代做高客单价

规模化战略扩大客户基数，高利润战略找准高价值客户，拓产品、拓客群组合拳打开业务链价值空间

在“同质化时代”，跨境物流企业要通过拓展产品和客群、建立信任、稳定客情和挖掘需求等“组合拳”策略，实现从低价竞争向高价值服务的转型，提升客单价，拓展业务链的价值空间

### 跨境物流企业提升客单价的打法

#### 拓产品

- 例如，针对特定区域的卖家，可以提供仓储定制服务。以欧洲市场为例，欧洲的清关手续复杂，税务政策多变，许多跨境卖家在这方面面临诸多困扰。
- 企业若能组建专业的清关和税务团队，为客户提供精准、及时的咨询服务，帮助他们合理规划清关流程、降低税务风险，将大大提高自身的服务价值。

#### 拓客群

- 通过探迹国际物流版按照产品、航线、地区挖掘全量跨境电商、外贸工厂等客群，AI外呼快速批量覆盖新增客群，客户数10倍增长。
- 探迹国际物流版独有的60万跨境电商客群和300万外贸工厂客户，可根据销往地区、工厂规模、主营产品等进一步筛选，轻松找到最匹配的客户。

#### 挖需求

- 通过分析客户走货航线和BSR销量排行等数据，可以有效识别高价值客户。走货航线可以反映客户的市场布局和业务重点，例如，客户新开发东南亚市场，意味着有新的业务运输需求。
- BSR销量排行则能体现客户在电商平台上的销售实力，排名靠前的客户通常对物流服务的质量和效率有更高的要求，也更愿意为优质服务支付较高的价格。

#### 稳客情

- 利用探迹 CRM 客户关系管理系统对客户进行分级管理，根据客户的业务规模、潜在价值等因素将客户分为不同等级。
- 对于不同等级的客户，制定相应的服务标准和回访计划。例如，对于高等级客户，可以每周进行一次电话回访或每月安排一次面对面沟通。对于在物流运输过程中出现的问题，如货物延误、损坏等，要迅速响应并提供有效的解决方案。

资料来源：探迹大数据研究院

# 3.5 差异化能力突围市场

## 企业转向拼销售效率、产品和服务，借力数字化弯道超车，以差异化能力突围市场

由于市场进一步透明化，未来的跨境物流市场将转向比拼产品能力、服务效率和销售效率。洞察客户需求打造产品和服务核心竞争力，走差异化道路是突围而出的关键。比如新能源汽车、光伏电池、电子产品的出口非常火爆，去年就显现出了强力增长的势能。这些都是新兴领域和高价值客户带来的机会。通过探迹国际物流版能找准新兴客群，开发高价值客户，实现弯道超车。

### 探迹国际物流版



除了要深度洞察客户需求，提升销售每一个环节的效率至关重要。不少有前瞻意识的企业通过探迹国际物流版产品提供的大数据+人工智能技术，大幅提升获客效率，持续提升企业的竞争力。

#### 传统营销模式

- 低效被动获客
- 触达效率低 数据无法沉淀
- 过程数据没记录 客户资产无法沉淀
- 老客户复购留存难

#### 创新营销模式

- 高效主动获客
- 智能呼叫高效触达
- 智能客资管理 便捷销售管理
- 提升商机转化 盘活老客户

#### 探迹国际物流版解决方案

- 探迹拓客客群涵盖60万+跨境电商卖家，23万阿里国际站卖家，320多万传统外贸企业以及22万货代同行等客群。智能推荐帮助企业推荐全新的潜在客户，开拓更多未知行业客户。
- 结合智能呼叫等触达手段，实现自动拨打与智能应答，有效提升意向客户筛选效率，数据沉淀在系统帮助全盘掌握外呼转化情况，为客户管理提供决策参考。
- 探迹CRM智能评级让企业聚焦优质客户，客户信息自动补全，降低销售使用门槛。结合跟进记录、目标管理、监控提醒等销售管理工具，让团队协助更高效，助力企业沉淀客户资产。
- 探迹SCRM实现企业客户线索呼叫触达后自动加粉至企微进行后续培育成交，为推动新客转化与老客复购提供体系化的营销动作和管理抓手。

资料来源：探迹大数据研究院

04

---

## 案例分享

# 4.1 案例分享

## 跨境物流头部企业数智化变革之路

### 深圳市\*\*\*\*电商物流有限公司

是国内最早一批转型并定位于服务跨境电商卖家的物流服务商，国内共设18个分公司，国外共设8个分公司，长期服务11000多名海内外的跨境电商卖家。

企业概况	成立时间：2015年	注册地址：深圳	业务人员：700+
合作产品	探迹拓客国际物流版	探迹云呼	探迹CRM



### 探迹为客户带来的价值



# 4.2 案例分享

## 跨境物流资深企业数智增长征途

深圳市\*\*物流集团

国内早期一批从事中欧班列运输的有箱承运人、业内知名的国际多式联运公司，全球各地超过3500个稳定合作伙伴。

企业概况	成立时间：2005年	注册地址：深圳	业务人员：200+
合作产品	探迹拓客国际物流版	探迹智能外呼	探迹CRM

**获客难题** ?

同行打价格战，行业十分内卷，搜索引擎推广成本高昂，展会营销收效甚微，新客群难以挖掘。

**STEP1/ 精准拓客** ✓ 解决效果

探迹拓客国际物流版

基于新的业务打法策略，高效批量获取精准跨境电商卖家关键人联系方式，避开同质化竞争。利用地图拓客，提升拜访效率。

**触达难题** ?

销售盲打效率低，高意向度客户不足，业务个个都愁眉苦脸，增长十分困难。

**STEP2/ 智能触达** ✓ 解决效果

探迹智能外呼

批量触达客户，精准市场覆盖，每周覆盖5000+客户，快速挖掘出高价值客户，每周批量推送100+意向客户到销售微信。

**管理难题** ?

以往缺乏规范的销售流程，销售转化率低，容易错过商机。

**STEP3/ 客户管理** ✓ 解决效果

探迹CRM

通过探迹CRM定期联系，源源不断有复购商机涌现，市场下行的情况下仍保持每年30%的发运量递增，跑赢整个大市场。

### 探迹为客户带来的价值

销售成单周期  
从78天到58天

转化率提升约

# 134%

每月意向商机  
从200家提升到500+家

潜在客户增长约

# 2.5

倍

人均投入产出  
从100%提升到200%

人力效率提升约

# 2

倍



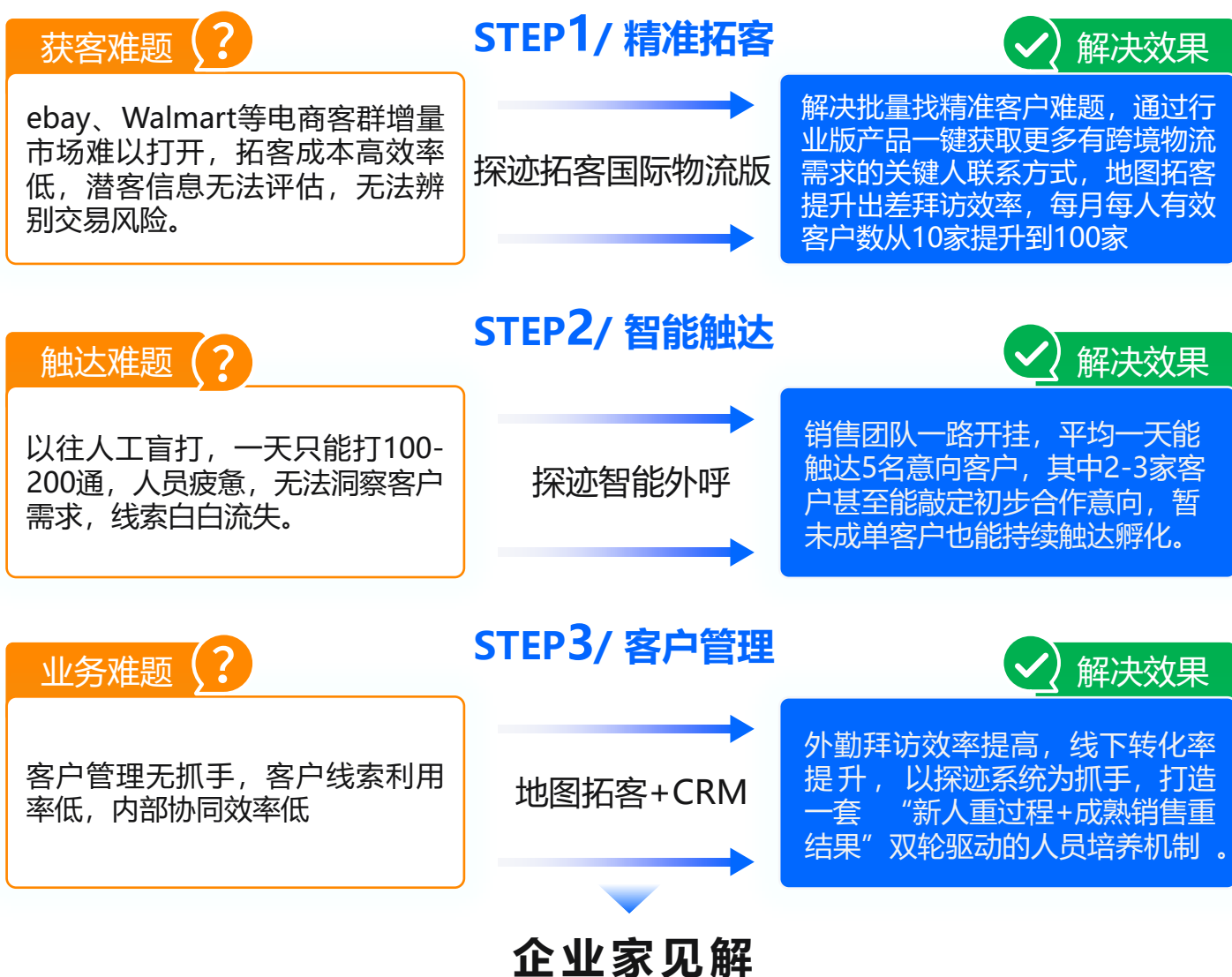
# 4.3 案例分享

## 跨境物流新锐企业智慧变革之路

### 上海\*\*国际物流有限公司

为跨境贸易提供无缝衔接，打造一站式的全面贸易物流解决方案，为客户践行“全球必达，中国智慧”的使命，帮助数千家跨境贸易商家货通全球。

企业概况	成立时间：2008年	注册地址：上海	业务人员：100+
合作产品	探迹拓客国际物流版	智能外呼	地图拓客+CRM



**业绩提升**  
**300%**

**总经理 郭总**

探迹产品和服务给我们带来了许多惊喜，辅助我管理好公司，见证团队飞速成长，接下来我准备将业务触角延展至全国各地。

# 结语

展望2025年的跨境物流行业，是风云变幻下的全新征程，亦是行业格局深度重塑的关键阶段。在外部环境的持续影响下，全球贸易格局不断调整，但跨境物流作为国际贸易的动脉，其重要性愈发凸显。

随着国际贸易环境日益复杂，合规要求日益严格，客户对于物流服务的要求也越发多样化和精细化。面对这些挑战，越来越多的企业开始意识到数字化、智能化运营的重要性，积极探索在营销、销售、客户管理、供应链协同等方面的创新路径，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出。

在这个充满变革的时代，只有不断适应变化并积极创新发展的跨境物流服务机构，才能在市场竞争中崭露头角，实现持续的全面发展。部分头部有前瞻意识的跨境物流机构率先借助探迹数字化工具、专业人才培养课程，有策略地挖掘细分市场需求，确保“专业服务和市场拓展两手抓”。

探迹在跨境物流领域积累了丰富的销售数字化经验，并已陪伴众多跨境物流客户成功进入数字化转型，从0到1完成智能销售体系的搭建。未来，探迹将进一步深化技术研发与服务创新，以更先进的AI和大数据能力，助力跨境物流企业打造更具竞争力的营销增长体系，在行业变革中实现可持续发展，共同迈向跨境物流行业的新时代。

# 免责声明

1. 本报告仅供广州探迹科技有限公司（以下简称“探迹”）的客户使用，探迹不会因接收人收到本报告而视其为客户。
2. 探迹是智能销售SaaS开创者，具备大数据及人工智能技术，可获取大量行业、企业的公开数据。本报告部分相关数据来源于探迹，部分来源于网上公开信息。并已注明来源。
3. 探迹所获取的数据信息来源均合法合规。探迹所获取的数据信息均来源于互联网公开信息，探迹仅对相关公开信息如实展示，探迹不对所获取的源数据进行任何编辑、控制或修改，仅通过算法模型得出深度的研究分析结果。对于所获数据的真实性、准确性、完整性和及时性，探迹不作任何保证。
4. 本研究报告的分析结果是基于探迹所获取数据以及一定的假设，并根据探迹的理解而得出的，由于所获取的数据、假设及理解存在一定的局限性，所分析得出的结论也具有一定的局限性。
5. 本研究报告探迹不承担任何责任。本报告也不应作为您判断和决策的唯一参考，且在依据本研究报告作出判断或决策前，请进一步核实此类信息的准确性及完整性，并自行承担使用后果。
6. 本报告所载的资料、意见、观点及推测仅反映探迹于发布本报告当日的判断，探迹有权更改。探迹亦可发出其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。
7. 任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以探迹向客户发布的本报告完整版本为准。本报告版权仅为探迹所有，未经探迹事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发或引用本报告的任何部分。如征得探迹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“广州探迹科技有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
8. 广州探迹科技有限公司对本声明条款具有唯一修改权和最终解释权。



智能销售 SaaS 开创者

探迹，智能销售SaaS开创者，秉承“让天下没有难做的销售”的使命，以大数据和人工智能技术为驱动力，助力千万中小企业成长。基于全球领先的AI和大数据智能销售SaaS平台，探迹构建了超过1.8亿家企业的全量知识图谱，并结合NLP、机器学习算法等人工智能技术，为企业提供从线索挖掘、商机触达、客户管理到成单分析的全流程智能销售服务，帮助企业高效获取精准销售线索，降低获客成本，从而全面提升销售效率和业绩。

2016年成立至今，探迹开创了智能销售SaaS新时代，先后荣获“专精特新”“高精尖”“高科技高成长企业”及“全球独角兽”等荣誉，服务客户超过30000家，其中包括阿里巴巴、微软、亚马逊、戴尔等行业巨头。



 探迹大数据研究院

# 打造全球新商业 连接方式



扫码了解更多智能销售案例



扫码获取更多销售干货和福利

Copyright © 2016-2025 探迹



全国服务热线：400 088 0046

 探迹