

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:

小象超市、叮咚买菜进军沙特市场布局;
2025, 大变局下的出海新趋势;
《2024年中国品牌全球信任指数》报告发布。

行业环境:

1. 小象超市、叮咚买菜出海, 布局沙特

关键词: 沙特,前置仓,生鲜配送,预制菜,市场拓展

概要: 近日, 美团旗下的小象超市和叮咚买菜相继布局沙特市场, 寻求新的增长点。小象超市由美团资深员工刘薇负责, 选择沙特作为首站, 得益于其外卖平台Keeta在当地的 success。Keeta自去年5月进入沙特以来, 市场份额迅速攀升至44%, 日均订单量达7万单, 并计划进一步拓展至迪拜等区域。小象超市的主要挑战在于前置仓的建设。与此同时, 叮咚买菜也正式进军沙特, 由首席运营官丁懿带队, 业务模式聚焦于预制菜、生鲜及百货。叮咚买菜近年来逐步扩大非生鲜品类, 预制菜品牌如“蔡长青”和“叮咚大满贯”为沙特市场的产品布局奠定了基础。公司正积极招募本地化团队, 并已发布阿联酋市场的招聘信息。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526704.shtml): <http://www.linkshop.com/news/2024526704.shtml>

2. 2025, 大变局下的出海新趋势

关键词: 出海,全球化,变化,机会,本土化

概要: 2024年中国企业出海呈现“更广、更深、更高质量”的特点。前10个月, 中国货物贸易出口总值达20.8万亿元, 同比增长6.7%, 显示中国品牌全球影响力增强。企业不仅活跃于传统市场, 还积极开拓拉美和中亚等新兴市场。新变局包括政策变化、关税壁垒对“新三样”(电动汽车、锂电池、光伏)出口的影响, 以及跨境电商面临的挑战与机遇。消费出海中, 情绪价值消费趋势明显, 如新茶饮、盲盒等产品海外热度上升。游戏、医疗、AI等行业在新兴市场表现突出。中国企业面临全球化挑战, 如政策不确定性、文化差异等, 但在技术、品牌、服务等方面取得显著进步, 预示未来更大机遇与挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7369108.html): <https://www.tmtpost.com/7369108.html>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 迈向全球化：2025年中国企业出海的关键趋势

关键词：外贸增长,结构优化,技术创新,品牌建设,文化输出

概要：2024年前三季度，中国货物贸易进出口总值达32.33万亿元，同比增长5.3%，外贸结构持续优化。中国企业在全球化进程中取得显著进展，尤其在新能源汽车、消费电子和文娱领域表现突出。比亚迪在米兰开设先锋店，消费电子品牌引领全球潮流，《黑神话·悟空》获国际游戏大奖，展现了中国品牌的强劲竞争力。在国内市场饱和、内需增长放缓的背景下，全球化布局成为企业发展的新方向。通过技术创新、本地化运营和品牌建设，中国企业逐渐摆脱低价竞争模式，转向技术、品牌和文化引领的方向。数字化和智能化成为中国企业的核心优势，华为云、腾讯云等企业在新兴市场提供大数据、AI和云计算解决方案，赢得了广泛认可。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/12139625.html)：https://www.jiemian.com/article/12139625.html

4. 剑指海外：创新药企的困境求生与“造富神话”

关键词：医药回调,创新药发展,政策支持,资本寒冬,BD交易

概要：2024年，中国医药行业特别是创新药领域迎来重要发展节点。尽管全指医药大盘仍处于低谷，但创新药市场规模突破1000亿元，在研新药数量跃居全球第二。政策支持下，创新药企通过商务拓展（BD）尤其是license-out模式显著增长，前三季度交易金额同比增长100%至336亿美元。国内资本市场环境依然严峻，二级市场调整缓慢，上市通道收紧，一级市场融资困难。因此，创新药企主要依赖BD交易和license-out模式获取资金，单个交易体量明显提升，品种多样化，临床前管线占比增加。此外，NewCo模式和M&A成为创新药出海的新路径。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7391102.html)：https://www.tmtpost.com/7391102.html

5. 中国网络文学出海趋势：2023年我国网文海外营收43.5亿元，同比增长7.06%

关键词：网络文学,出海,AI翻译,全链出海,Z世代

概要：《2024中国网络文学出海趋势报告》显示，2023年中国网络文学海外市场营收达43.50亿元，同比增长7.06%。报告指出，中国网络文学“出海”呈现四大趋势：AI翻译加速多语种传播、全链出海推动IP全球共创、深入Z世代流行文化、开拓全球新发展空间。以起点国际为例，截至2024年11月底，平台上线约6000部翻译作品，其中AI翻译作品占比显著增加。《庆余年》《斗破苍穹》等作品被评为“十大网文IP”。

[原文链接](https://www.ithome.com/0/818/279.htm)：https://www.ithome.com/0/818/279.htm

6. 出海电商四小龙的2024：谁能在东南亚走得更远？

关键词：出海,东南亚,电商增长,直播带货,精细化运营

概要：2024年，东南亚电商市场持续快速增长，预计数字经济规模将达到2630亿美元，其中电商GMV预计达1590亿美元，同比增长15%。中国资本积极布局，Shopee以48%的市场份额居首，TikTok Shop与印尼本土巨头Tokopedia合并后跃升为第二大平台，Lazada通过精细化运营实现首次单月盈利。TikTok Shop凭借流量优势和直播电商模式迅速崛起，特别是在印尼和泰国找到了可靠的盈利模式。东南亚市场的年轻化和消费升级趋势明显，消费者对新兴品牌和个性化产品接受度高，如泡泡玛特在泰国的成功。直播电商成为重要增长点，2023年市场规模超50亿美元，预计2025年增至150亿美元。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7394531.html)：https://www.tmtpost.com/7394531.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 《2024年中国品牌全球信任指数》报告发布

关键词: 全球化,品牌信任,市场策略,ESG,本地化

概要: 在全球经济一体化背景下,中国品牌正迎来挑战与机遇。益普索发布的《2024中国品牌全球信任指数》报告显示,尽管欧美品牌仍居信任度领先地位但呈下滑趋势,中日韩品牌尤其是中国品牌的信任度显著提升。具体而言,英美市场对中国品牌的信任度分别达到42%和39%,新兴市场如尼日利亚、阿联酋、墨西哥等也表现出对中国品牌的高信任度,非洲和中东尤为突出。2024年标杆中国品牌的平均净信任度达61.6%,整体全球信任度净值从2019年的0%升至20%。信任驱动因素包括高品质产品和服务、作为有吸引力的雇主以及在ESG领域的表现。本地化策略如关心和支持本地社区、传递一致的品牌主张变得愈加重要。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526871.shtml): <http://www.linkshop.com/news/2024526871.shtml>

8. 走出2024: 光储突围, 出海求生

关键词: 光伏,储能,关税,出口,美国

概要: 美国贸易代表办公室宣布自2025年1月1日起,将对中国的太阳能光伏多晶硅、硅片征收50%的关税,加上此前对太阳能光伏电池及组件的关税,中国光伏产品在美国市场将面临高额关税,反映出中美贸易关系的进一步紧张。同时,美国对东南亚光伏产能的关税豁免已结束,新一轮“双反”调查正在进行,这对依赖东南亚市场的中国光伏企业构成重大打击。相比之下,美国对中国储能电池的关税措施将于2026年实施,目前美国本土储能产能不足,为中国储能企业留有发展空间,但未来也可能面临类似光伏产业的贸易调查和限制。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7385301.html): <https://www.tmtpost.com/7385301.html>

9. 破解中小企业品牌出海千千结和众生相

关键词: 跨境电商,品牌出海,供应链体系,文化环境,市场营销策略

概要: 近年来,中国品牌出海热度持续上升,跨境电商出口成为企业拓展海外市场的新常态。凭借成熟的供应链体系和领先的数字营销手段,中国品牌在国际市场上展现出强劲竞争力。然而,国际市场环境复杂多变,文化差异、市场规则及数字化交易链条的不顺畅等问题仍需企业高度重视并积极应对。政策层面,政府出台多项措施支持跨境电商发展,涵盖税收优惠、试验区建设等,为中小企业提供了有力支撑。中国与数字经济相关的出海模式正从“数字化出海”向“出海数字化”转变,积极参与国际数据跨境流动规则制定,推动数据合作新路径。具体市场方面,东南亚、欧美、非洲及中东成为中国品牌出海的重点区域。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7391473.html): <https://www.tmtpost.com/7391473.html>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

10. 小象超市，摸着美团外卖出海

关键词：出海,前置仓,沙特,即时配送,冷链物流

概要：据36氪报道，美团旗下的前置仓业务小象超市已启动出海计划，首站选择沙特。该项目团队由美团内部优选、快驴和小象业务人员组成，规模较大且前期进展谨慎保密。前置仓模式布局在社区周边，提供30分钟至1小时的快速配送服务，但资产投入与运营成本较高，涉及仓储建设、设备购置及人力成本。尽管国内前置仓行业竞争激烈，如每日优鲜倒闭，叮咚买菜却连续八个季度盈利，成为积极信号。小象超市在国内已开设超680个前置仓，主要集中在一线城市，此次出海标志着新的里程碑。沙特政府的“2030愿景”和优惠政策吸引了外资，食杂即时配送市场增长迅速，预计到2028年市场规模将达到28亿美元。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526692.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526692.shtml

11. Temu冲击巴西关税墙

关键词：巴西,跨境电商,Temu,全托管,物流成本

概要：Temu自今年6月登陆巴西后迅速走红，连续5个月占据全应用下载榜首位。尽管巴西拥有2.16亿人口、高城镇化率和互联网普及率，被视为跨境电商的潜力市场，但复杂的关税政策、高昂物流成本和严格清关流程使许多卖家望而却步。为应对这些挑战，Temu采用全托管模式，提供免费标准送货服务，并与极兔速递合作降低物流成本。然而，巴西复杂的关税结构和认证要求仍对跨境卖家构成重大障碍，特别是中小卖家。Temu主要吸引有供应链优势的大卖家，个人卖家则面临较高门槛。专家建议，Temu要想在巴西长期立足，必须进一步本地化，加强与当地供应商的合作，以提升产品交付速度和客户体验。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7388614.html)：https://www.tmtpost.com/7388614.html

12. 亚马逊低价反击，出海四小龙年底大作战

关键词：黑五,低价战,跨境卖家,全托管,平台化

概要：跨境电商四小龙——SHEIN、Temu、阿里速卖通和TikTok Shop，在去年向亚马逊发起挑战后，今年遭遇了亚马逊的强力反击。亚马逊推出的低价商城Amazon Haul，要求商品价格上限为20美元，以此在“黑五”期间与四小龙展开低价竞争。此外，四小龙通过多种模式如全托管、半托管以及吸引品牌商家入驻等方式，加强自身竞争力，同时应对海外合规及政策压力，加快本土化进程。这些平台不仅在价格战上下功夫，还通过延长促销周期、增加营销投入等手段争夺市场份额。尽管面临诸多挑战，四小龙仍设定了激进的年度交易额目标，并持续探索新的增长点。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526551.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526551.shtml

13. 10大关键词复盘茅台2024：酒业航母夯基筑垒，内外发力行稳致远！

关键词：年度主题色,出海,质量荣誉,文化活动,ESG评级

概要：2024年中国酒业在行业调整期面临挑战，茅台凭借“顺天敬人、明理厚德”的核心价值观取得了亮眼的业绩。茅台集团党委书记、董事长张德芹表示有信心实现年度15%的营业总收入增长目标，为高质量发展奠定基础。这一年，茅台通过发布年度主题色“绉叶”，构建东方美学色彩体系，提升了品牌辨识度与文化内涵；加速国际化进程，进入多个国家市场，拓展国际“朋友圈”，海外市场营收达34.83亿，同比增长16.71%。同时，茅台发布了《茅台玖章》，明确了企业核心价值观和使命，巩固了文化竞争力。此外，茅台成功举办了首届“高粱丰收季”活动，强化品质与社会责任，并荣获EFQM全球奖（七钻），彰显其卓越的质量管理能力。

[原文链接](https://jiuyejia.com/news/159564)：https://jiuyejia.com/news/159564

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

14. 做贴牌、开超市、谋出海，1688的新故事成色几何？

关键词：B2B,供应链,跨境,选品中心,直播电商

概要：1688作为阿里巴巴最早业务之一，曾是其B2B业务的核心，支撑了早期阿里巴巴的发展。尽管随着C端电商的崛起，1688的声量有所减弱，但近年来，阿里集团对其进行了战略重组，使其成为集团的重点创新业务之一。1688不仅强化了供应链能力，推出了“1688源选”等新业务，还尝试了线下选品中心，旨在打通线上线下渠道，满足小B买家和C端消费者的需求。此外，1688积极布局海外市场，通过技术和服务创新，为海外B端买家提供便捷的采购体验。然而，1688在面对激烈的市场竞争时，仍需不断优化供应链，提升用户体验，以实现可持续增长。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526475.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526475.shtml

15. 迈富时(02556.HK)与广州新能源汽配商联盟达成战略合作，AI赋能新能源汽配出海

关键词：数智化转型,全球市场拓展,AI技术支持,新能源汽配,全链路服务

概要：近日，迈富时与广州新能源汽配商联盟签署战略合作协议，旨在推动新能源汽配行业的数智化转型和全球市场拓展。通过迈富时的T云外贸版AI Agent服务平台、Tforce模型及AI驱动的智能工具，双方将为出海企业提供全渠道整合引流、智能化数据分析和定制化解决方案等服务，打通内外循环，实现流量平台与营销生态的全面联动，助力中国企业更高效地进军国际市场。广州新能源汽配商联盟汇聚了广州地区的新能源配件和服务资源，组织人王军伟表示，此次合作将为联盟成员带来先进的技术支持，为行业抱团出海提供新思路。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/12163592.html)：https://www.jiemian.com/article/12163592.html

16. 美团无人机业务也在出海，首站迪拜已有商业化落地

关键词：无人机,出海,迪拜,配送,成本

概要：美团的无人机业务正式进军海外，首站选择阿联酋的迪拜，命名为“Keeta Drone”。该项目由美团副总裁毛一年领导，已建立独立业务部门并在海外设有全职员工。Keeta Drone主要与餐饮连锁企业合作，提供特定区域内的配送服务，未来计划扩展至药品配送等更多领域。美团选择迪拜的原因包括政策开放度高和外卖市场需求大。目前，Keeta Drone已在迪拜获得BVLOS无人机配送商业运营资质，成为该地区首个获此认证的企业。美团无人机在国内已开通53条航线，累计完成超过40万单，但在成本控制和应用场景拓展方面仍面临挑战。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526550.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526550.shtml

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。