

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:

美妆品牌的“沉浮”：国际品牌在华遇冷，国货寻求新出路；
中国奢侈品市场有待恢复，美国市场将成救星？
没有微信，不打价格战，瑞幸如何出海东南亚。

行业环境:

1. 美妆品牌的“沉浮”：国际品牌在华遇冷，国货寻求新出路

关键词：美妆个护,业绩下滑,国货崛起,市场竞争,渠道整合

概要：2024年，国内美妆个护市场面临严峻挑战，多家头部企业如华熙生物、上海家化、水羊股份和丽人丽妆业绩大幅下滑，归母净利润减少50%以上。主要原因包括市场竞争加剧、产品同质化及战略调整。与此同时，珀莱雅和巨子生物等国货品牌表现亮眼，营收和净利保持增长，逐渐挤压国际大牌如欧莱雅、雅诗兰黛的市场份额。面对激烈竞争，国货品牌通过加强研发、拓展医美科技产品线及出海布局寻找新增长点，功能性护肤赛道仍具潜力，未来可能转向医美或大健康领域寻求突破。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293645): <https://www.cbndata.com/information/293645>

2. 中国奢侈品市场有待恢复，美国市场将成救星？

关键词：美国市场,奢侈品消费,增长前景,中国市场,消费者信心

概要：过去两年，奢侈品市场积极寻找增长机会。美国市场表现强劲，预计2025年将成为主要增长动力，贡献全球奢侈品收入约25%，尤其是LVMH等品牌在时装与皮具业务上实现增长。巴克莱预计2025年美国奢侈品支出将增长6%。相比之下，中国消费者情绪谨慎，预计2025年中国市场将下降1%，受房价下跌和就业环境恶化影响。英国品牌如Me+Em和Kurt Geiger也计划通过开设新店扩大美国市场份额。英镑贬值进一步增强了美国市场的吸引力。巴克莱对2025年奢侈品市场持“中性”态度，认为高端品牌如爱马仕、历峰、Prada和LVMH将继续保持优势。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v376150-1.htm): <https://news.cfw.cn/v376150-1.htm>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

3. 没有微信，不打价格战，瑞幸如何出海东南亚

关键词：出海战略,东南亚市场,咖啡品牌,本地化运营,会员计划

概要：瑞幸咖啡于2024年初首次进入马来西亚市场，在雪兰莪州开设首店，并计划扩展至200家门店。通过与大资工业合作，采取地区代理和特许经营模式，瑞幸推出APP新用户首杯2.99马币的促销活动，吸引了大量顾客。其饮品售价约为14马币，优惠后约10马币。瑞幸在马来西亚的重点是会员计划，目标覆盖所有马来西亚人。此前，瑞幸已在新加坡开设47家直营门店，但因高成本和激烈竞争尚未盈利。瑞幸强调谨慎扩张，注重品牌形象和国际影响力，不会简单复制国内模式，而是根据当地市场特点调整业务策略。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7462541.html)：https://www.tmtpost.com/7462541.html

4. 6000家加盟店，要拖张亮麻辣烫的后腿了

关键词：门店扩张,加盟模式,品牌标准化,加盟商困境,食材采购

概要：张亮麻辣烫作为仅次于杨国福的第二大麻辣烫连锁品牌，近年来扩张步伐明显放缓。尽管其全球门店数量已达6000家，年营收过亿，但过去两年新开店数均不足800家。公司主要依赖加盟模式，加盟商需从总部采购食材，导致成本高昂，许多加盟商面临盈利难题。2024年，张亮在上海购置办公楼，显示其继续扩张的野心，但也暴露出加盟商管理与品控问题。黑猫投诉平台上关于卫生和虚假宣传的投诉频发，影响品牌形象。面对行业寒冬及激烈竞争，张亮麻辣烫需在规模扩张与精细化运营之间找到平衡，以提升加盟商盈利能力和消费者满意度，确保品牌的长期发展。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293668)：https://www.cbndata.com/information/293668

5. 宁王入“港”出海

关键词：港交所,中企出海,动力电池,二次上市,国际总部

概要：宁德时代计划近期提交香港上市申请，预计募资68亿至77亿美元，有望成为港股四年来最大IPO。此举或因其2024年财务表现不佳，尽管市场份额领先，营收已连续四个季度下滑。为应对全球市场竞争和地缘政治挑战，宁德时代加速全球化布局，重点拓展欧洲市场并加大海外投资建厂力度。公司还通过布局上下游产业链，分散风险并抓住固态电池技术机遇。曾毓群强调出海战略重要性，力求在全球新能源市场中保持领先地位。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7449467.html)：https://www.tmtpost.com/7449467.html

6. “实验室即服务”，生物科技出海新加坡的新动力上线了

关键词：生命科学,共享实验室,生物科技,医疗技术,创新枢纽

概要：新加坡生命科学研发平台Life Science Incubator (LSI) 正式开业，成为首个规模领先的共享实验室，位于JTC one-north产业园区。LSI专注于生物科技、医疗技术和食品科技，为初创公司和跨国企业提供先进实验空间，并链接孵化器、高校、资本及产业链资源，加速创新。秉承“实验室即服务”理念，LSI帮助企业降本增效，助力中国生物科技创新企业融入全球产业链。新加坡作为亚太地区生命科学枢纽，2022年生物制药行业生产总值超190亿新元。LSI的启动回应了医药企业对高质量实验室的需求，通过与A*STAR等机构合作，促进跨领域合作，推动中新两国在医疗保健和生物技术领域的资源互补。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7455286.html)：https://www.tmtpost.com/7455286.html

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。