

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:

中国企业出海：2025年新趋势解析；
美妆出海的另一种路径；
中国电动两轮车出海东南亚，靠什么突围？

行业环境:

1. 中国企业出海：2025年新趋势解析

关键词：区域化布局,数字化转型,技术输出,合规管理,绿色发展

概要：全球经济格局变化下，中国企业出海呈现五大新趋势：区域化布局成主流，数字化赋能传统模式，技术与投资并重输出，合规优先风险管理，绿色发展理念引领产业转型。未来，企业需围绕区域化、数字化、技术输出、合规管理和绿色发展拓展国际市场，在复杂环境中寻找机遇。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-20/doc-ineqhfm8047038.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-20/doc-ineqhfm8047038.shtml>

2. AI玩具爆火、自主品牌“出海”玩具产业出口有何新趋势？

关键词：潮玩,AI玩具,自主品牌,出口贸易,产业升级

概要：今年春节后，《哪吒之魔童闹海》带动衍生玩具热销，显示潮玩市场活力。中国作为全球玩具生产大国，面临工人减少、需求下滑及同质化竞争问题。第37届深圳玩具展聚焦行业趋势，助力转型升级。2024年，中国玩具出口额下滑，但自主品牌占比超65%，品牌意识增强。AI玩具成新热点，市场规模快速增长。潮玩经济蓬勃发展，相关企业超4.9万家，广东省玩具协会成立潮玩分会推动产业链整合与创新。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_2131593523_7f0d893302001iqqu.html): http://k.sina.com.cn/article_2131593523_7f0d893302001iqqu.html

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 美妆出海的另一种路径

关键词：美妆市场,渠道品牌,出海现象,全球化战略,选品标准
概要：韩国美妆市场深度调整，国际品牌退出，本土巨头Olive Young加速全球化。其在美国洛杉矶设子公司并计划开设实体店，拓展北美市场。作为韩国最大美妆零售商，2023年销售额达210亿人民币，市场份额15%。成功源于“品牌+渠道”模式、扶持中小品牌及自有品牌孵化，如Wake Make。通过Global Mall将2400多个品牌销往150国，80%为小品牌。其“大众精品”定位和文化影响力塑造核心竞争力，推动K-Beauty全球化。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-17/doc-inepxuqr3629877.shtml>

4. 中国电动两轮车出海东南亚，靠什么突围？

关键词：东南亚市场,电动两轮车,油改电政策,价格战,技术创新
概要：中国电动两轮车企业借东南亚“油改电”政策重塑形象，避免重蹈20年前摩托车行业因价格战失利的覆辙。如今，东南亚多国通过补贴和税收减免支持电动两轮车发展，为中国企业提供新机遇。中国企业如雅迪、嗯哇科技等注重技术创新与本地化运营，在市场中取得一定成绩，但仍面临品牌认知不足和同质化竞争等问题。专家建议强化产品个性与售后服务，未来价值竞争和技术创新将成为立足关键。

原文链接：http://k.sina.com.cn/article_1686546714_6486a91a02002osrm.html

5. 新能源汽车出海：巧驭挑战 稳舵前行

关键词：新能源汽车,出口增长,电气化趋势,全球市场,汽车行业
概要：中国新能源汽车出口强劲，前两月达28.2万辆，同比增长54.5%，预计2024年突破200万辆。全球需求旺盛提升中国品牌影响力，行业呈现电气化、多极化等趋势。报告预测2040年纯电汽车占全球新车市场六成，中国市场份额或达七八成。企业需优化布局、强化供应链并发展软件定义汽车（SDV），未来中国企业在全球供应商中地位将显著提升。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-19/doc-ineqeans5931831.shtml>

6. 2025微短剧产业关键词：出海、提质

关键词：出海,提质,微短剧,上海,标准化体系
概要：《2024年中国微短剧产业研究报告》预测2025年市场规模达634.3亿元。行业聚焦“出海”与“提质”，上海依托资源优势探索标准化体系，但面临文化差异、本土化及版权等挑战，建议建立一站式服务和“上海出海微短剧服务中心”。同时，B站提出“微短剧发展计划2025”，注重“高概念+现实题材”，支持原创内容生态，推动国际化布局与品质升级。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-21/doc-ineqkqsv7042842.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 文化出海又添新势力：网文IP与实体产业融合，探索“文化+消费”新模式

关键词：国产IP,文化出海,线下主题空间,IP运营,谷子经济
概要：阅文集团与华润知识产权管理有限公司达成IP运营合作，将在主题空间、品牌营销及衍生品领域推动国产IP文化出海。近年来，“谷子经济”崛起，预计2029年市场规模超3000亿。以《庆余年》为例，其盲盒2024年销量超20万只。双方将通过“内容+体验+消费”模式，融合线上线下，拓展文化新消费，释放IP的文化与商业价值。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-20/doc-ineqhrzq3881683.shtml>

8. 接入DeepSeek，跨境外贸就能躺赢？

关键词：跨境B2B,AI创新试验,模型幻觉问题,供需关系优化,履约效率提升
概要：跨境商家正借助大模型优化 workflow，DeepSeek因低成本和强推理能力受青睐。在跨境电商尤其是B2B领域，DeepSeek助力需求匹配、降低沟通成本，提升商机转化率。例如，阿里国际站接入后，商品转化率提升52%，客户回复率提高36%。然而，AI并非万能，外贸核心仍需依赖供需优化和服务质量，结合行业Know-how构建知识库是未来关键。预计2030年全球B2B跨境电商市场规模将达47.54万亿，技术与服务深耕成增长关键。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-03-17/doc-inepxuqk0637079.shtml>

9. 家居产业“抱团出海”战略升级，居然智家牵头布局东南亚万亿级市场

关键词：出海,家居产业,东南亚市场,抱团出海,价差
概要：居然智家新零售集团副总裁何勇在新春座谈会上指出，国内家居产业面临生存挑战与出海机遇，“出海”已成为企业生死线。以印尼为例，海外家居产品价差大，主要因渠道商占据高额利润，中国制造业议价能力弱。随着国内住宅新开工面积下降，跨境收入占比高的企业增长显著，东南亚市场正迎来家居消费爆发期。居然智家推出“抱团出海计划”，通过产品、制造到全链条输出，布局产业园区、自建电商与物流体系，联合阿里赋能本地化运营，旨在打破贴牌模式，构建全球产业链生态。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-17/doc-inepxqhr6593782.shtml>

10. 出海“三十六计”：跨境电商模式大比拼 谁是盈利王？

关键词：跨境电商,出海模式,平台电商,独立站,全托管
概要：中国跨境电商卖家因流量减少寻求新渠道，Chewy向中国卖家开放入驻并推出三种合作模式，其中Dropship模式类似半托管。当前跨境电商有平台电商、独立站、全/半托管及分销等多种模式，各模式适合不同卖家需求。新手适合平台电商，有品牌和技术者适合独立站，供应链强的工厂适合托管模式，B端商家适合分销模式。卖家需根据自身资源与目标选择合适路径。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-03-13/doc-inepniqt0906696.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

11. TikTok，进军巴西电商市场|出海新势力

关键词：跨境电商,巴西市场,电商布局,直播带货,供应链
概要：TikTok电商计划扩展至巴西、意大利等国，其中巴西站点预计4月启动，首批邀约本土卖家入驻。尽管面临海关合规风险和竞争压力，TikTok仍加速布局，显示对巴西市场的重视。快手旗下Kwai也在当地上线购物功能，加剧竞争。作为拉美重要经济体，巴西电商市场增长迅速，吸引亚马逊、美客多等平台争相进入，价格与供应链成竞争焦点。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-17/doc-inepyruf3277688.shtml>

12. 电商出海，会成为小红书的商业化良药吗？

关键词：内容社区,商业化闭环,生活方式,种草平台,用户群体
概要：小红书自成立以来注重内容社区建设，强调科技与人文结合，但作为商业平台，盈利仍是挑战。虽推出直播带货、优化种草闭环等商业化举措，仍面临素人变现难、商家投放效果量化不足等问题。电商业务在供应链和价格竞争力上逊于抖音、快手。为突破，小红书推出TrueInterest指标、电商出海计划等，但海外拓展需克服供应链与本地化难题。未来，小红书将优化种草投放与生态体系，持续探索商业化路径。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7498918.html>

13. 小米最强年报“出炉”：2024年营收、净利均创历史新高！2027年小米汽车要“出海”

关键词：财报,营收,高端化,智能电动汽车,研发投入
概要：小米集团2024年财报显示，总收入3659亿元，同比增长35%，净利润272亿元增41.3%。Q4营收首破千亿元。智能手机出货量1.69亿台，稳居全球前三；IoT业务收入首破千亿，互联网业务收入341亿元增13.3%。智能电动汽车收入328亿元，小米SU7交付超13万辆。计划2025年汽车交付达35万辆，2027年启动出海。研发投入241亿元，未来五年超1000亿元，聚焦AI技术，深化高端化战略，布局全生态。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-18/doc-ineqayze6414598.shtml>

14. 两大OTA背后的旅游业新机遇：国内看同程 出海看携程

关键词：旅游业复苏,国际业务增长,大众旅游市场,用户价值提升,在线旅游交易
概要：2024年中国旅游业全面复苏，在线旅游交易率超51.5%，OTA平台交易额达2.07万亿元创新高。携程国际化战略成效显著，出境与入境游预订大幅增长，未来Trip.com收入将占集团15%-20%。同程深耕国内大众市场，受益非一线城市消费升级，三线及以下城市用户占比60%以上，国际业务增速迅猛。两家企业均布局AI技术提升服务效率，分析师认为OTA的流量与供应链优势短期内不可替代，双巨头以不同路径推动行业高质量发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/china/2025-03-21/doc-ineqipfa4550648.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 拒绝出海内卷：速卖通“百亿补贴”提供了一种解法

关键词：科技品牌,出海,百亿补贴,消费电子,全球化
概要：2025年，中国科技品牌在国际舞台展现强劲实力，AI大模型、机器人等突破性产品引发关注。速卖通通过“百亿补贴品牌出海”计划助力GameSir、Magcubic等品牌拓展海外市场，实现销量与影响力的大幅提升。中国品牌正从“中国制造”向“中国智造”转型，海外消费者更看重品质与创新。未来，中国品牌将凭借全球化布局 and 标准认证能力，在国际市场占据更重要地位。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7502149876/1bf29b8f400101b0bk>

16. 押注全栈自研，零跑能否打破“低端出海”宿命？

关键词：智能驾驶,成本控制,技术研发,产品策略,市场定位
概要：零跑汽车发布新款车型B10，以10.98万元起售价进入15万级市场，搭载高通8650芯片和激光雷达，推动智能驾驶普及。2024年财报显示，公司营收321.6亿元，Q4毛利率13.3%，实现盈利。C系列月销超3万台，全年交付29.37万辆。零跑通过自研技术降低成本，B系列零部件共享率达88%。B10作为全球车型助力国际化，已在欧洲开设近500家网点，展现“农村包围城市”战略成效。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-03-14/doc-inepqxcn9861721.shtml>

17. 刘强东拿下欧冠，京东出海只准成功

关键词：国际化,体育赛事合作,出海战略,供应链布局,品牌影响力提升
概要：京东近年来加速国际化布局，与欧洲足球协会联盟（UEFA）达成合作，成为欧冠官方电商创新合作伙伴，提供独家互动、商品折扣及创新服务，增强用户体验。京东物流已在全球拥有近100个仓库，并计划至2025年底实现海外仓面积翻倍增长，提升跨境运输效率。近期，京东在日本东京开设首个自营海外仓，进一步拓展海外市场。尽管国内竞争激烈，京东2024年财报显示营收和净利润大幅增长，同时积极拓展外卖等新业务，以应对新兴平台的竞争，坚定推动全球化战略。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-03-11/doc-inephwvz9502413.shtml>

18. 以“中国智造”新思维推动品牌出海，海菲曼打磨出自己的方法论

关键词：高端音频,中国智造,海外市场,品牌出海,发烧友
概要：HIFIMAN海菲曼作为中国高端音频品牌，自2005年创立以来，专注于高保真音频设备研发与生产，主打高端市场。其明星产品如SUSVARA系列、HE1000系列等采用纳米振膜技术，频响达国际顶尖水平。海菲曼通过自主研发、高品质追求及全球化布局，海外收入占比超60%，成功打破“低价低质”印象。同时，品牌注重文化自信，与中国国家大剧院合作推出联名款，将中国文化融入现代音频技术，提升品牌内涵，为中国高端制造出海提供借鉴。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-14/doc-inepqsvs4020637.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

19. 进入2025年，瑞幸咖啡出海的步调似乎开始提速

关键词：出海提速,门店扩张,国际市场,咖啡品牌,低价策略
概要：瑞幸咖啡在2025年加速国际化扩张，尤其在东南亚市场。继2023年4月新加坡首店后，马来西亚第三家门店于2025年2月开业，并计划进军美国。与竞争对手库迪相比，瑞幸的国际化步伐较为谨慎，截至2024年底，瑞幸在新加坡仅开设51家门店，而库迪已在全球拥有超过2000家门店。受2020年财务造假丑闻影响，瑞幸早期出海计划搁浅，但通过优化成本、产品创新和放开加盟等措施在国内复苏。瑞幸在海外市场采取差异化定价策略，如新加坡价格对标星巴克，马来西亚定位于中等偏上水平。CEO郭谨一表示将继续加大国际市场投入，尤其是美国市场，以实现规模效应和盈利目标。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-10/doc-inepcwtr6548001.shtml>

20. SHEIN2025推150+招商合一产业带对接 助力产业带高质量出海

关键词：跨境电商,产业带出海,个性化体验,柔性供应链,数字化建设
概要：SHEIN凭借创新的数字化柔性供应链和以消费者为中心的战略，超越耐克、亚马逊等品牌，成为最受好评的购物应用。2025年，SHEIN计划推出150多场产业带对接活动，助力商家开拓国际市场，广东省作为示范省已实现全面覆盖。中国跨境电商进出口在2024年达2.63万亿元，占比提升至21.8%。SHEIN通过按需生产模式减少浪费，提供高性价比产品，并积极投入智慧供应链建设及纺织印染技术创新，增强自主品牌海外影响力，帮助传统产业带商家高质量出海。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-03-10/doc-inepeazr3683408.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。