

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

2025/5.26-6.1

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

中国企业出海欧洲：避险策略和选址方法显著更迭；
外国剁手党们，催着中国电商集体出海；
社群经济赋能女性跨境出海可持续发展白皮书。

行业环境:

1. 外国剁手党们，催着中国电商集体出海

关键词：电商出海,性价比,供应链,海外仓,本地化运营

概要：中国电商通过高效供应链和性价比优势加速全球化，2024年跨境电商总额达2.63万亿元。Temu、TikTok Shop、SHEIN等平台各具特色，分别以低价、内容电商和平台化转型吸引海外用户。但出海面临数据合规、库存及本地化运营挑战。未来，“中国速度”与“本地化运营”的结合将成为制胜关键，推动全球贸易进入2.0时代。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7583334.html)：https://www.tmtpost.com/7583334.html

2. 跨境电商行业：社群经济赋能女性跨境出海可持续发展白皮书

关键词：跨境电商,用户复购率,产品质量,服务质量,订单纠纷率

概要：跨境电商行业业绩提升的核心在于提高用户复购率，而非单纯依赖新用户的开发，因开发新用户的成本远高于维护老客户。影响用户复购的关键因素是产品和服务质量，包括低订单纠纷率、低退货率及高及时响应率等，这些均能增强用户信任与满意度。因此，企业需通过完善平台机制和提升内部运营团队能力，来优化产品和服务质量，以保持长期竞争力。此外，报告特别关注女性在跨境出海中面临的内外部阻力，指出她们可能需要更多支持以克服挑战。基于此，研究将以敦煌网集团的社群经济实践为例，探讨如何通过社群赋能帮助女性提升组织运营能力，从而实现业绩增长，并为行业发展提供新思路。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2025-05-28/doc-ineycmqv5816341.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2025-05-28/doc-ineycmqv5816341.shtml

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 从“爆款出圈”到“集体发力” 国产动画“出海”升级

关键词：国产动画,出海路径,平台依托,内容核心,产业基础

概要：近年来，国产动画从依赖爆款转向多类型、多渠道的体系化发展。《西游记之大圣归来》等作品技术崛起，通过流媒体平台如奈飞，《伍六七》走向全球。B站、爱奇艺等平台推动风格独立与文化表达，社交媒体助力二次传播。内容上，既创新传统文化，又聚焦全球共通主题。产业基础逐步完善，“国内主控+全球协同”模式提升产能，中国动画迈向体系共建新阶段。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-05-23/doc-inexnynm1095615.shtml>

4. 云上拉美：中国企业出海新序章

关键词：出海,拉美市场,数字基建,服务贸易,外卖平台

概要：中国企业正加速布局拉美市场，美团与滴滴分别投资进军巴西外卖领域，华为云等科技公司提供数字基建支持。巴西作为拉美最大经济体和“一带一路”节点，为中国企业出海提供广阔空间。中企出海模式已从制造升级为“数字基建+数字服务”，通过技术与商业模式结合，推动当地数字化转型，深度融入并助力拉美数字经济发展。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7502149876/1bf29b8f400101bc44>

5. 中国企业出海欧洲：避险策略和选址方法显著更迭

关键词：中企出海,欧洲市场,选址策略,政治风险,供应链

概要：2025年中欧建交50周年，中国企业在欧洲加速布局，尤其在中东欧形成供应链集群。随着风险增加，选址策略从成本导向转向战略生存。仲量联行建议企业以“在欧洲、为欧洲”为核心，融入地缘政治预判与ESG创新，并提出三大避险策略：分散布局、轻资产运营和政策动态推演。同时，关注运营效率与市场趋势，推动选址从需求匹配升级为价值创造，提升全球竞争力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-05-21/doc-inexipua7937926.shtml>

6. IP出海，“潮”起东方

关键词：潮玩,原创IP,文化软实力,全球化,创新表达

概要：中国原创IP正以强劲态势走向全球，通过潮玩、电影、游戏等形式，将中华优秀传统文化与现代科技审美结合，成功吸引国际关注。例如，“拉布布”凭借设计和社群运营在海外走红，《哪吒》和《黑神话：悟空》也广受好评。这得益于旺盛的国内市场、技术支撑及创新表达，推动东方哲学与美学跨越文化隔阂。未来，中国IP需体系化发展，构建多元文化矩阵，助力全球文化多样性，展现“东方潮”魅力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-06-01/doc-ineypqvh0856889.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 掀海外“拿牌”热！中国支付机构出海应如何布局？

关键词：跨境支付,海外拿牌,全球化布局,支付牌照,本地化运营
概要：中国支付机构加速海外布局，移卡与PingPong分别获美国和马来西亚牌照，标志着全球化战略新进展。为应对国内竞争及开拓高毛利率业务，机构聚焦东南亚、中东、拉美等新兴市场。专家建议优先获取核心市场牌照，加强本地化运营并分散地缘政治风险。连连数字、Airwallex等已广泛布局全球牌照。未来，跨境支付政策利好将推动机构结合技术与场景服务优势，深化本土化运营，构建差异化竞争力。

原文链接：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f020083qhm>

8. 出海“八大坑”，首先是选对国家

关键词：出海企业,全球化战略,市场选择,文化冲突,贸易变化
概要：当前中国企业出海面临复杂国际形势，全球经济变局带来挑战。数据显示，出海成功率不足20%，国别选择是关键。企业需关注人口潜力、经济水平和政策环境。东盟因年轻人口与经济增长成热门目的地，如极兔速递通过本地化运营成功。非洲市场因年轻人口和增长潜力吸引布局，传音手机以定制化产品主导非洲市场。小国家市场也有机会，华为在毛里求斯的成功表明优质服务的重要性。清晰战略与本地化执行是出海成功的关键。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7569594.html>

9. 2025中国家电出海：不高端，就出局

关键词：全球化,高端化,财报分析,家电市场,海外营收
概要：截至5月初，中国家电四巨头美的、海尔、TCL、海信2024年财报显示均实现增长，其中美的一枝独秀营收超4000亿。行业呈现全球化与高端化趋势，美的、海尔通过品牌布局提升海外市占率，TCL和海信聚焦大屏战略取得成效。然而，企业仍需应对供应链差异化等挑战，白电增速放缓背景下，黑电高端化与智能化成新增长点，中国家电正向高附加值转型，逐步主导全球市场。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-05-29/doc-ineyfkhe3759110.shtml>

10. 出口、并购、合资...5种出海模式全解析，哪种适合你的企业

关键词：出海模式,文化差异,并购风险,工会制度,市场渗透
概要：本文分析企业出海模式的选择与实践，通过典型案例探讨不同模式的优劣势及风险。上汽并购双龙失败凸显文化冲突风险，京东东南亚业务收缩反映模式选择不当问题。文章解析轻模式与重模式特点，结合福耀玻璃和小米案例，强调因时因地制宜的重要性。企业需根据政策、行业特性动态调整出海策略，并建议通过课程学习全面规划。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-05-23/doc-inexpvsa8705935.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

11. 即时零售出海沙特，小象超市摸着Keeta过河

关键词：即时零售,出海布局,沙特市场,前置仓模式,竞争态势

概要：美团旗下小象超市以“前置仓+即时零售”模式进军沙特市场，海外品牌命名为Keemart。此前，美团已在沙特推出外卖业务Keeta，覆盖所有人口超百万城市。沙特互联网普及率高、年轻人口多，即时配送需求旺盛，但市场竞争激烈。美团CEO王兴表示，公司将深耕沙特市场，并计划将成功经验复制到巴西等国家，目标成为全球性公司，同时谨慎评估市场机会。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7580018.html>

12. 影石创新IPO，AI眼镜上新，通信设备成为新华出海指数本周最大亮点

关键词：智能影像,消费电子,海外市场,营业收入,净利润

概要：影石创新（Insta360）历经近5年冲刺，终于在科创板开启申购，计划募资4.64亿元。公司2022年至2024年营收与净利润显著增长，海外市场贡献八成收入。其在消费级全景相机市场占有率达67.2%，连续六年全球第一。与此同时，AI智能眼镜行业迎来爆发期，国内厂商加速布局，智能设备逐步从“尝鲜玩具”向“实用工具”转变。中国消费电子品牌在全球展现强劲竞争力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-05-30/doc-ineykeaz7610299.shtml>

13. 赛力斯出海加速，打造全球豪华新范式

关键词：新能源汽车,高端豪华,智慧重塑,出海加速度,传统豪华

概要：赛力斯集团作为中国新能源汽车代表受邀参加东盟 - 中国 - 海合会三方经济论坛，展示其全球市场影响力。公司以“智慧重塑豪华”为核心理念，通过自主研发技术平台和属地化发展策略，拓展东盟与海合会市场。2024年销量达42.69万辆，营收破千亿元。赛力斯坚持用户至上与技术创新，推动中国汽车从产品输出向价值输出转变，助力全球汽车产业变革。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1654203637/629924f5027013w78>

14. 淘宝推俄语版App 阿里出海提速

关键词：出海业务,跨境电商,电商增长,国际数字商业,哈萨克斯坦

概要：淘宝天猫宣布近百万商家参与2025年“天猫618”海外会场，显示阿里出海加速。淘宝推出俄语版App进军哈萨克斯坦，支持本地货币支付及多项促销活动。计划引入更多本地化服务如“满99元包邮”和“本地退货”。2024年起，淘宝加快出海步伐，推出多项出海计划帮助商家拓展海外市场。阿里巴巴国际数字商业集团2025年Q1营收335.79亿元，同比增长22%，但仍面临亏损及激烈竞争。未来将持续优化服务助力商家开拓海外。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-05-29/doc-ineyfcye9732895.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 广汽集团携手阿里云 应对出海面临的三大挑战

关键词：出海,车联网,云计算,基础设施,生态服务
概要：广汽集团与阿里云达成合作，加速海外市场拓展。此次合作聚焦解决广汽出海面临的三大挑战：基础设施、生态服务和智能化产品力。为满足海外市场的监管要求及快速布局，广汽采纳了阿里云的“区域中心+国家站”混合架构，并已完成海外车联网系统在阿里云平台的部署。此举有助于提升广汽在全球市场的竞争力与服务能力。需要注意的是，本文内容基于公开信息整理，仅供参考，不构成投资建议。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/estate/integration/2025-05-23/doc-inexpmac4163792.shtml>

16. 中国无人驾驶出海，角逐全球“排头兵”

关键词：无人驾驶,出海布局,全球化,技术实战,环境适应
概要：百度旗下萝卜快跑一季度提供超140万次出行服务，累计服务超1100万次。在国内覆盖十多个城市，安全行驶超1.7亿公里；海外布局迪拜、阿布扎比、香港等地，计划拓展至瑞士和土耳其。凭借技术优势与政策支持，萝卜快跑在复杂路况中积累丰富经验，出险率仅为人类司机的1/14。通过与当地机构合作及“试炼场”模式，逐步适应全球市场差异，推动无人驾驶全球化布局。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7627758550/1c6a65bd60010111nc>

17. 多品牌，国际化，利郎男装全球首家海外门店落户马来西亚云顶世界

关键词：国际化战略,极简主义设计,现代商务休闲,马来西亚市场,海外首家门店
概要：中国男装品牌利郎在马来西亚云顶世界开设首家海外门店，占地268平方米，主打“极简”设计风格。店内展示2025春夏系列等新品，覆盖多场景需求。作为1987年创立的品牌，利郎已构建全产业链体系，2024年营业额达36.5亿元。选择马来西亚作为出海首站，因其“一带一路”战略位置及旺盛的品质男装需求。未来，利郎将深耕东南亚市场，逐步拓展国际版图。

原文链接：<https://news.cfw.cn/v379871-1.htm>

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。