

2025/11.10-11.16

# 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：

合规与增长两难：出海企业如何突围？业内人士谈破局关键；  
文化理解：中国企业出海拉美的必修课；  
“传统茶”变“时尚味”，一杯奶茶融入95后泰国女生日常。

### 行业环境：

#### 1. 合规与增长两难：出海企业如何突围？业内人士谈破局关键

关键词：合规门槛,资金流动,本土化运营,地缘政治,监管政策

概要：中国企业出海面临合规、资金流动和本土化运营等挑战。在“安客尔全球远航论坛”上，专家指出，合规与资金压力是关键瓶颈，需通过多元化交易设计和弹性资金储备应对。中信银行建议前瞻性合规布局和金融服务创新，如全球司库功能和分离式保函。地缘政治加剧了供应链和ODI备案的复杂性，隐性风险如税务差异和金融规则需提前规划。未来十年，出海趋势将聚焦合规、协同和本土化，人民币结算和精准布局成为重点。企业需从“单打独斗”转向“协同作战”，合规将成为核心竞争力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-13/doc-infxhkct2395167.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-13/doc-infxhkct2395167.shtml

#### 2. 揭秘出海流量密码：让全世界吻上的中国微短剧

关键词：出海微短剧,社交媒体,网络文学,本土化,文化差异

概要：出海微短剧近年来蓬勃发展，其成功得益于国内竞争内卷化、网文出海铺垫的受众基础，以及好莱坞罢工带来的市场空白。本土化是出海关键，需避免文化差异导致的“爽点”传递失效，常通过剧本医生协助改编。商业上，短剧采用数据驱动的模式化生产，从网文IP筛选到分阶商业化，形成完整产业链。尽管被批“狗血土味”，部分从业者仍尝试平衡商业与艺术追求。目前，国内多地积极建设影视基地，推动差异化发展，完善配套服务以吸引剧组。未来，出海微短剧需进一步优化本土化策略和工业化流程，以应对市场竞争。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1645578093_6215876d02701q1y8.html)：http://k.sina.com.cn/article\_1645578093\_6215876d02701q1y8.html

# 01

## 行业趋势

Industry Trends

### 行业环境：

#### 3. 2025年，产业互联网出海进入收获期

关键词：产业互联网,出海,供应链能力,数字化经验,全球化

概要：中国产业互联网出海在2025年进入规模化收获阶段，成为企业增长的核心引擎。平台出海（如国联股份）、供应链出海（如京东工业）、产能出海（如海智在线）和服务出海（如瑞云冷链）是四种主要模式，企业通过数字化能力整合全球资源。日本商社的经验显示，系统性支持对出海至关重要，中国产业互联网平台正扮演类似角色，助力大中小企业集体出海。未来，伴随本地化布局深化，中国供应链能力将进一步全球化。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-11/doc-infwzfae7384570.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-11/doc-infwzfae7384570.shtml

#### 4. 文化理解：中国企业出海拉美的必修课

关键词：文化理解,工会文化,社群意识,社区意识,历史文化传统

概要：中国社会科学院拉丁美洲研究所社会文化研究室主任郭存海指出，文化理解是中国企业出海拉美关键。他强调了四个文化特色：一是强大的工会文化，运作机制与中国差异显著；二是深厚的社群和社区意识；三是对殖民历史和资源主权的敏感性，需警惕外资在相关领域的介入；四是重视人情，与中国的异同需兼顾。企业应关注共性，更需重视差异，以促进经贸合作。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_5953740931_162dee08306702apbq.html)：http://k.sina.com.cn/article\_5953740931\_162dee08306702apbq.html

#### 5. 穿越沙海：中国AI的中东远征

关键词：AI企业,中东市场,石油资本,经济多元化,国家战略

概要：中国AI企业加速进军中东市场，受国内融资缩减和中东AI需求增长推动。沙特、阿联酋等国推出国家级AI战略，投入巨资推动经济转型，预计2030年AI对沙特GDP贡献超1350亿美元。中东年轻人口和高人均GDP为AI应用提供广阔市场，年复合增长率达45.7%。中国企业以“巨头+初创”模式布局，但面临文化差异、数据合规和地缘政治风险。本土化适配和核心技术保护是关键，中东成为中国AI出海的重要试验场。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7764402.html)：https://www.tmtpost.com/7764402.html

#### 6. “传统茶”变“时尚味”，一杯奶茶融入95后泰国女生日常

关键词：新茶饮,东南亚市场,品牌出海,健康饮品,文化转译

概要：中国新茶饮品牌如霸王茶姬、蜜雪冰城等正加速进军东南亚市场，打破传统中式茶印象，以时尚、年轻化的产品赢得当地Z世代青睐。截至2025年6月，近20个中国茶饮品牌在东南亚开设超5000家门店，通过地标门店、高校合作及本土化产品（如泰式风味奶茶）深度融入市场。霸王茶姬海外GMV同比增长77.4%，新加坡门店日均销量超1500杯。品牌通过文化转译（如“兰花碧螺春”）和生活方式输出，从“商业参与者”升级为“行业生态共建者”，成功挑战咖啡主导地位。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1682207150/644471ae02001izms)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1682207150/644471ae02001izms

# 01

## 行业趋势

Industry Trends

### 行业环境：

#### 7. 结构性复苏下出海突围 新能源商用车鏖战“下半场”

关键词：商用车行业,新能源转型,智能化融合,价值链延伸,出口增长

概要：2025年中国商用车行业呈现复苏态势，面临“竞争加剧、技术迭代、贸易壁垒”三大挑战，同时孕育“新能源转型、海外拓展、智能化融合、价值链延伸”四大机遇。1—10月，商用车产销同比增长约10%，出口增长11.6%，天然气和新能源车型表现突出。新能源商用车占比达24.6%，成为核心增长引擎，企业如潍柴动力、江汽集团等加速布局纯电、氢能等技术。海外市场成为新增长极，商用车出口显著提升，企业通过差异化优势和本地化策略拓展全球市场。行业整体企稳回暖，智能化、绿色化趋势推动未来增长。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2025-11-14/doc-infxkapa3083462.shtml): <http://finance.sina.com.cn/wm/2025-11-14/doc-infxkapa3083462.shtml>

#### 8. 技术换市场与产能出海并举：A股三代半公司全球化进入“立体攻坚”新阶段

关键词：三代半半导体,新能源,人工智能,汽车电子,海外市场

概要：三代半半导体是新能源、人工智能等新兴产业的核心材料，海外市场布局对企业至关重要。2023-2025年，A股11家相关公司境外营收整体增长，但增速波动，闻泰科技因收购荷兰安世半导体占据主导地位，其他如天岳先进、露笑科技等增速显著，部分企业如华润微则遇阻。行业呈现头部集中、中小企稳步提升的格局，业务主要集中于欧美、亚太市场。企业通过技术突破、产能布局、客户合作和跨国并购拓展海外市场，技术优势是关键。未来，新能源汽车、AI服务器等需求将驱动增长，但面临贸易摩擦、价格战等挑战。企业需加强技术创新和本地化运营以提升竞争力，推动全球化发展。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-11-11/doc-infwzvxw7124431.shtml): <http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-11-11/doc-infwzvxw7124431.shtml>

#### 9. 中国机器人全球上岗，27家上市公司组团出海

关键词：机器人,算法,全球市场,技术创新,产业链

概要：2025年，中国机器人已广泛进入全球市场，涵盖家用、商用和工业领域。苏美达等企业凭借智能割草机器人等产品在海外表现出色，技术储备始于2009年，2024年推出高效新品并进入20国市场。中国机器人产业链完整，技术创新和性价比优势显著，海外收入占比高的企业毛利率普遍更高。服务机器人如扫地机在全球市场领先，商用机器人中物流和人形机器人增长突出，工业机器人则量价齐升，技术溢价显现。未来，随着AI和6G等技术融合，中国机器人有望在更多细分领域复制成功模式，实现全层级爆发。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-10/doc-infwwrn1602443.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-10/doc-infwwrn1602443.shtml>

#### 10. 大出海时代：中国农药龙头正改写全球市场格局！

关键词：出海浪潮,农药产业,全球市场,转型升级,供应链波动

概要：中国农药产业加速全球化进程，2024年出口量达205万吨，创历史新高，但呈现“量增价减”特点。龙头企业如润丰股份、扬农化工等通过双轨模式（ToB和ToC）拓展市场，包括贸易出口、跨国并购、本土化运营和技术合作。行业趋势从原药出口转向制剂为主，绿色农药需求上升，但面临政策壁垒、供应链风险和激烈竞争等挑战。未来企业将向深度本土化、高附加值产品转型，差异化布局新兴与高端市场，推动中国从“农药制造大国”迈向“农药强国”。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_7419414693_1ba3b48a502001m188.html): [http://k.sina.com.cn/article\\_7419414693\\_1ba3b48a502001m188.html](http://k.sina.com.cn/article_7419414693_1ba3b48a502001m188.html)

## 01

## 行业趋势

Industry Trends

## 行业环境：

### 11. 告别“地板价”：中国新消费的海外溢价战争

关键词：中国制造,价值出海,品牌升级,全球化,消费品牌

概要：中国新消费品牌正以“价值出海”为核心，重塑全球市场印象。泡泡玛特、霸王茶姬和安克创新等品牌通过情感联结、文化输出和技术创新，成功打入海外市场，摆脱了“低价”标签。这些品牌不仅实现收入高增长，还提升了利润率，展现了从“流量逻辑”到“品牌逻辑”的转变。Z世代消费崛起推动了个性化和体验驱动的需求，中国品牌通过本地化和情感设计满足这一趋势。未来，中国品牌将从“卖产品”转向“卖生活方式”，成为全球生活方式的定义者。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/294662): <https://www.cbndata.com/information/294662>

### 12. 报告称中国企业出海呈现四大趋势

关键词：新型全球化,中国人经济,中国企业出海,产业链生态,贸易保护主义

概要：11月13日，《发展“中国人经济”，共享高水平开放机遇——2025中国企业“新型全球化”专题报告》在财新峰会上发布。报告首次从“中国人经济”视角分析中国企业出海的新趋势与挑战，提出以“中国+N”模式推动企业从产品到品牌、低价值到高价值、个体到产业链生态的升级。报告由财新智库和商务部研究院合作完成，调研了10余个案例，总结出新型全球化的四大特征及中国企业出海的四大趋势，包括从产品出海到生态出海、制造业和服务业多元化投资、“一带一路”市场崛起等。中央财经委员会办公室原副主任尹艳林强调需做大做强“中国人经济”，提升全球资源配置能力。联想集团等企业通过“中国+N”布局带动国内产业链共同出海。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1784473157/6a5ce64502003ceoq): <http://cj.sina.com.cn/articles/view/1784473157/6a5ce64502003ceoq>

### 13. 游戏出海从“捞金”卷到“做长线”，厂商们需要注意什么？

关键词：游戏产业,出海,税务合规,支付渠道,数据隐私

概要：中国游戏产业出海已成重要趋势，2025年上半年自研游戏海外销售收入达95.01亿美元，同比增长11.07%。然而，出海风险日益凸显，如税务合规、内容审查、数据隐私等问题，尤其对中小开发者构成挑战。艾克索拉(Xsolla)通过支付网络覆盖、MOR(Merchant of Record)模式等解决方案，帮助开发者规避风险，实现合规运营。其服务涵盖支付、税务、法规合规及反欺诈系统，并借助Web Shop减少平台抽成，提升利润。艾克索拉强调信誉与长期合作，通过责任前置和全球合规团队为开发者提供稳定支持，助力游戏企业实现可持续出海发展。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2953054937/b0040ad900101dhpe): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2953054937/b0040ad900101dhpe>

### 14. 潮玩出海的2025：小玩具撑起“新丝绸之路”

关键词：潮玩出海,中国创造,文化自信,供应链,原创设计

概要：中国潮玩品牌如泡泡玛特、名创优品等正通过原创IP、强大供应链和社交媒体营销在全球迅速崛起，实现从“中国制造”到“中国创造”的跨越。2025年泡泡玛特营收超138亿元，全球排名第二，而名创优品海外收入同比增长28.6%。潮玩出海的成功得益于供应链效率、原创设计及社交媒体传播，但未来挑战在于构建IP世界观、应对供应链脆弱性及文化差异。企业正通过动画、主题乐园等方式延长IP生命周期，并适应本土化需求。潮玩不仅是商业现象，更承载着文化输出使命，未来需从商业模式胜利转向文化认同，让中国潮玩成为全球消费者情感共鸣的载体。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-14/doc-infkhuv1586322.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-11-14/doc-infkhuv1586322.shtml>

## 02

## 头部品牌动态

Top Brand News

**头部品牌动态：****15. IPO仅半个月，“酒店机器人”为何急于出海？****关键词：**酒店机器人,智能化升级,商业化,资本压力,市场空间**概要：**云迹科技作为“酒店机器人第一股”，上市仅半个月便加速出海，与沙特企业合作推进当地酒店文旅智能化升级。此次出海依托香港商贸代表团支持，并借助香港作为海外业务总部的优势，探索全球化战略。尽管云迹科技在酒店机器人市场占据领先地位，且获得腾讯、阿里等资本加持，但公司仍面临持续亏损、现金流紧张及对赌负债压力。酒店机器人行业虽前景广阔，但存在场景单一、价格战激烈、核心算法依赖外部技术等问题。未来，云迹科技或需通过本土酒店出海合作、租赁模式创新及核心零部件研发突破，寻找新的增长点。**原文链接：**<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-11-11/doc-infwzezz2117914.shtml>**16. 从“产品出海”到“生态出海”，科沃斯再度入选福布斯中国出海品牌30强****关键词：**全球品牌影响力,本土化运营能力,服务机器人行业,战略转型,技术创新**概要：**2025年11月4日，福布斯中国发布“2025中国出海全球化旗舰品牌30强”榜单，科沃斯再度入选，展现其在服务机器人行业的领导地位。科沃斯已完成从产品出海到技术、品牌与文化全面输出的转型，业务覆盖近180个国家和地区，海外收入占比40.8%。公司拥有超2500项专利，研发投入领先，产品针对不同市场精准设计，并与德国博西家电合作推出创新产品。未来，科沃斯将深化全球化布局，加码AI技术，推动服务机器人智能化发展。**原文链接：**<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-11-10/doc-infwwmey7877953.shtml>**17. 破局·拓界·出海！刘昭带叮当猫走出品牌成长路****关键词：**创始人,中国服装协会,童装品牌,数字化拓荒,战略抉择**概要：**刘昭是叮当猫国际控股集团创始人，中国服装协会理事，曾获中国纺织品牌文化建设杰出人物等荣誉。1999年，他创立“叮当猫”童装品牌，凭借数字化拓荒（如早期搭建官网、自研ERP系统）快速崛起，连续18年蝉联“中国十大童装品牌”。2009年借力波司登实现全国扩张，2013年回购品牌后构建四大矩阵（叮当猫、唛之啾、阿尔一百、大眼蛙），覆盖童装全需求。2020年疫情中，他通过“四化建设”和直播电商实现逆势增长，并推动全球化战略，布局东南亚及欧美市场。刘昭以“安全”为品牌核心，注重文化内涵与社会责任，引领中国童装产业向品牌化、国际化发展。叮当猫现已形成儿童全生命周期生态，未来将继续拓展全球市场。**原文链接：**<http://cj.sina.com.cn/articles/view/3307324252/c521c35c020029rbq>**18. 最懂打车的自动驾驶出海了？滴滴自动驾驶入驻阿布扎比！****关键词：**自动驾驶,人工智能,产业生态,L4级技术,安全运行**概要：**滴滴自动驾驶与阿布扎比投资办公室达成战略合作，正式进军中东市场，双方将在自动驾驶、人工智能及产业生态构建上展开合作。滴滴长期专注于L4级自动驾驶技术研发，系统已安全运行1900天，此前与广汽埃安合作，预计年底交付自动驾驶车型。选择阿布扎比的原因是其资金雄厚、政策开放，可作为技术试验田，同时缓解国内竞争压力。此次合作标志着中国自动驾驶技术出海的新突破，中东正成为全球自动驾驶商业化的重要区域，为其他企业提供参考。**原文链接：**<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1931093993/731a27e900101j3eg>

## 02

## 头部品牌动态

Top Brand News

**头部品牌动态：****19. 必吃榜出海覆盖28个地区，大众点评想做真实世界的“全球黄页”****关键词：**出海战略,必吃榜,中东市场,用户体验,供需信息屏障**概要：**大众点评加速海外布局，发布迪拜“必吃榜”进军中东市场，覆盖全球3000多座城市，境外访问量近亿。作为美团出海战略的一部分，大众点评聚焦“本地生活信息基建”，通过榜单提升商户线上化率，与外卖平台Keeta协同拓展。美团CEO王兴将国际化列为重点方向，Keeta已在香港等地取得市场份额。大众点评计划覆盖中国游客95%的出境目的地，目标成为全球性信息平台，但海外发展仍处初期阶段。**原文链接：**<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-11-13/doc-infqhmr2289080.shtml>**20. 易点天下与阿里云达成AI漫剧出海框架合作协议****关键词：**AI漫剧出海,资源整合,商业化变现,营销增长,基础算力**概要：**易点天下与阿里云合作推出AI漫剧出海加速增长引擎，旨在整合资源打造从算力支持到商业化变现的全链路解决方案。数据显示，2025年AI漫剧市场增长迅猛，国内漫剧出海规模预计突破200亿元，海外用户达5000万。易点天下凭借多年出海营销经验和技术积累，联合阿里云解决AI漫剧出海的产能、本地化和变现等核心挑战。阿里云提供全球算力支持和AI模型工具，助力内容制作与营销。双方将共同推动中国AI内容产业的全球化发展。**原文链接：**<http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2025-11-16/doc-infqkmf6689326.shtml>**21. 从陆地到水域 长城汽车氢能船“出海”****关键词：**COP30,清洁能源技术,氢能技术,零碳排放,多场景应用**概要：**长城汽车作为《联合国气候变化框架公约》第30届缔约方会议（COP30）的官方合作伙伴，向大会交付100辆新能源车辆，并首次展示绿色氢动力船，彰显了其在氢能等清洁能源领域的技术实力。该氢动力船搭载未势能源的氢燃料电池系统，实现零碳排放，标志着中国氢能技术在多场景应用中的突破。长城汽车还联合巴西合作伙伴推动氢能重卡等技术的本地化应用，助力全球能源转型。此外，长城汽车通过COP30平台深化国际合作，持续推进“生态出海”战略，展示其在绿色转型中的创新与行动决心。数据显示，其新能源及海外销量持续增长，未来将继续以技术创新推动低碳可持续发展。**原文链接：**<http://cj.sina.com.cn/articles/view/1650111241/625ab30902001etls>**22. 拆解柠季出海策略：从东南亚到美国，“忘掉”自己是一个成熟品牌****关键词：**茶饮市场,出海,存量博弈,本土化,跨市场适应**概要：**国内茶饮市场竞争加剧，品牌纷纷转向海外寻求增长。柠季自2024年12月启动出海，已在东南亚和澳新地区签约30多家门店，开设6家。柠季副总裁董迅强调，出海需摒弃“降维打击”思维，尊重本土市场差异。例如，在马来西亚初期因忽视本地化而受挫，后调整策略，兼顾华人和穆斯林群体需求。不同市场差异显著：印尼年轻化、偏好高糖度；中国趋于圈层化；日本注重健康无糖。柠季选择渐进式路径，从香港试水，逐步拓展至马来西亚和澳新地区，利用华人基础和本地化团队降低风险。董迅指出，出海需摒弃“躺赚”心态，保持敬畏与适应能力，才能在多元市场中立足。**原文链接：**<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7535460181/1c125ff5500101gkbn>

# 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，其版权归艾瑞咨询所有，未经艾瑞咨询书面许可，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。

