

# 跨境电商行业 趋势报告

---

CROSS-BORDER ECOMMERCE INDUSTRY TRENDS REPORT 2025



# 前言

2024年是跨境电商行业大融和、大发展的一年。产业带与跨境电商融合,半托管模式释放新红利,国内电商加速转型出海,AI技术的深入普及,新模式、新平台、新产业进行一次前所未有的大融合,让跨境电商进入一个快速发展的新阶段。雨果跨境走访广州、深圳、北京、上海、厦门等全国各地,同时对16000+位行业人士进行了问卷调查,最终形成了一份涵盖跨境电商行业现状、市场变化以及未来趋势预判的行业报告。



01

跨境电商行业现状  
*INDUSTRY STATUS*

02

跨境电商行业趋势  
*Industry Trend*

03

跨境电商企业观察  
*Business Insight*

# PART 1

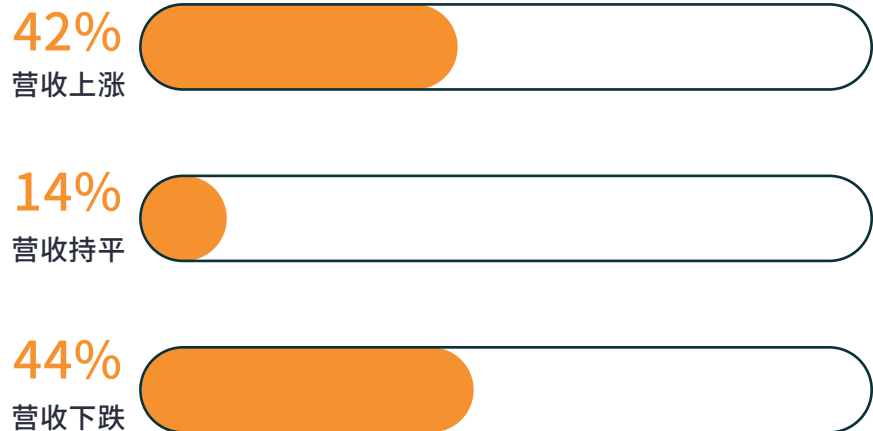
## 跨境电商行业现状



## (1) 近半数卖家利润下滑

相比2023年，2024年相对稳定的内外部环境，为跨境卖家经营的稳定性创造了有利条件，在营收上面有一定改善。雨果跨境针对612位跨境卖家的调研显示，2024年，在整体渠道上，42%卖家表示营收相比2023有所上涨，14%卖家表示营收与2023年持平。

卖家2024全年跨境电商业务的营收



卖家2024全年跨境电商业务的利润

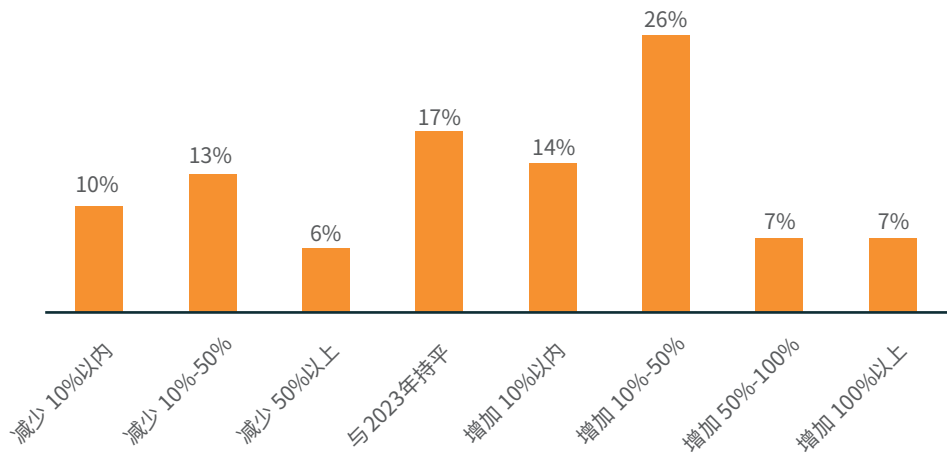


不过在利润方面，跨境卖家依旧承受较大压力。根据雨果跨境对612位跨境卖家的调研显示，2024年近半数卖家的利润低于2023年同期，其中，有13%卖家的利润下滑幅度超过50%。与此同时，2024年在广告营销投入方面，超半数卖家表示投入同比增加，其中，有14%卖家在广告营销投入的上涨幅度高于50%。

## 2024年卖家利润下滑主要原因:

- 一 平台不断推出新模式、新站点,卖家培养新团队、培育新渠道,在人力、广告等方面的投入大;
- 二 全托管、半托管等模式极大降低跨境电商开店门槛,随着大批卖家进入,市场红利减少、平台竞争升级,卷价格成趋势,广告变贵、利润走低是卖家普遍面临的问题;
- 三 2024年,红海袭击事件频发,船运公司避险绕行好望角,供应链紊乱导致部分港口出现拥堵情况,运力持续收紧导致海运费居高不下。

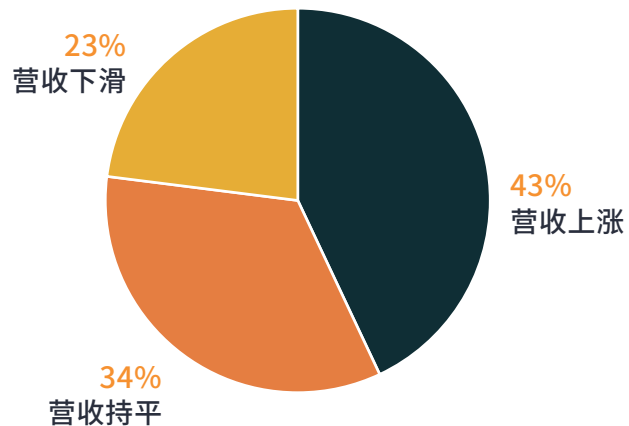
2024年卖家在广告营销方面的投入



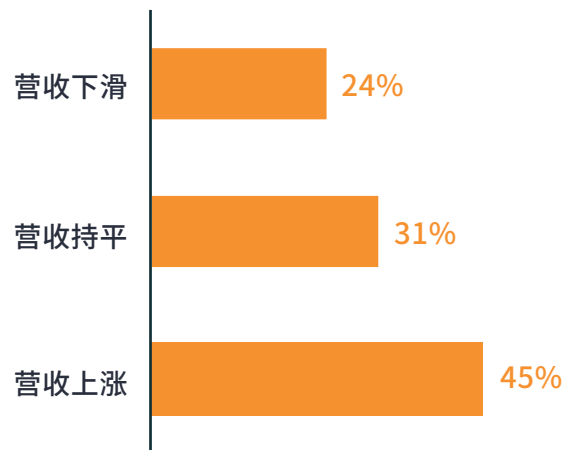
## (2) 新兴渠道成营收新增长点

2024年,TEMU、TikTok Shop、SHEIN等新兴渠道加码发力,在全托管、半托管的模式加持之下,大量卖家投入新兴渠道,通过一段时间的摸索找到新的增长路径。雨果跨境针对612位跨境卖家的调研显示,43%卖家表示2024全年在TikTok Shop渠道上的营收高于2023年,45%卖家表示2024全年在TEMU渠道上的营收高于2023年。

卖家2024全年在TikTok Shop上的营收



卖家2024全年在TEMU上的营收

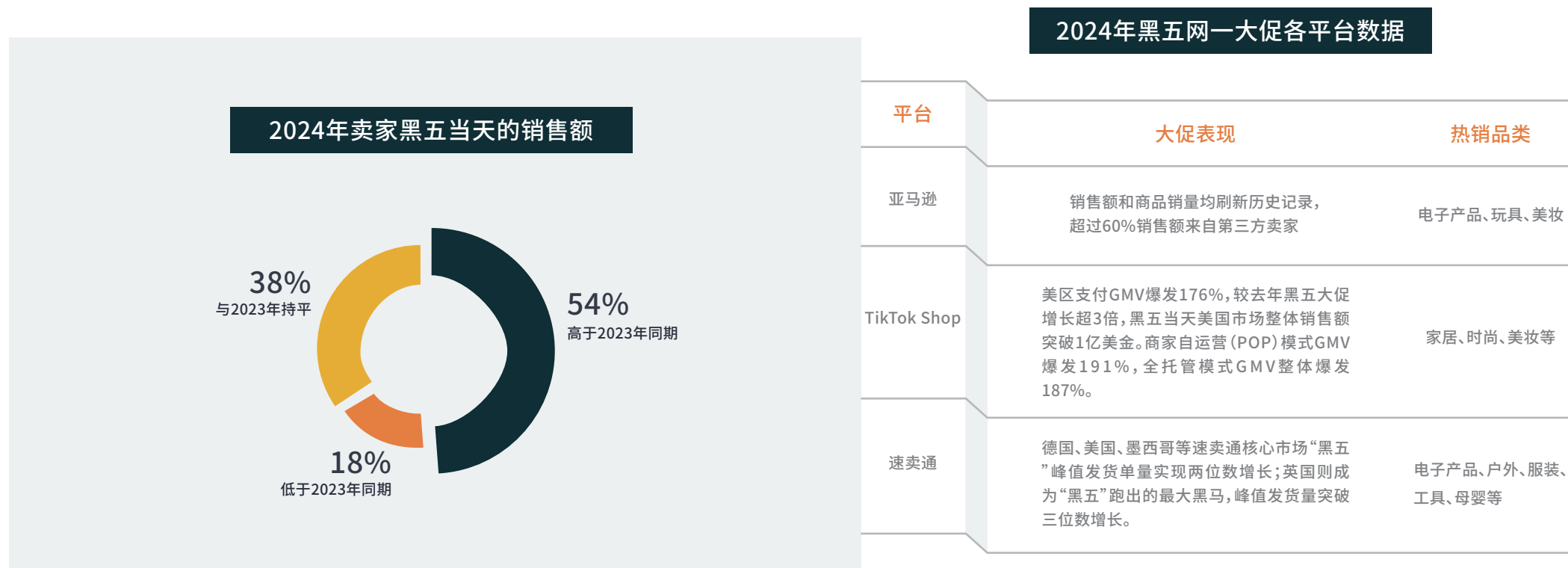


“

例如上市大卖华凯易佰,2024年前三季度,华凯易佰在TEMU平台的营业收入达到9158万元,在TikTok平台以及WalMart平台的营业收入均超过1亿元。华凯易佰在财报中指出,自2024年第三季度,其在新兴平台的销量呈现快速增长态势,预计未来将迎来显著的业绩提升。致欧科技在2024上半年入驻Temu半托管美国站,凭借自营海外货盘、尾程履约能力、产品竞争力影响力抓住了平台初期的流量红利。

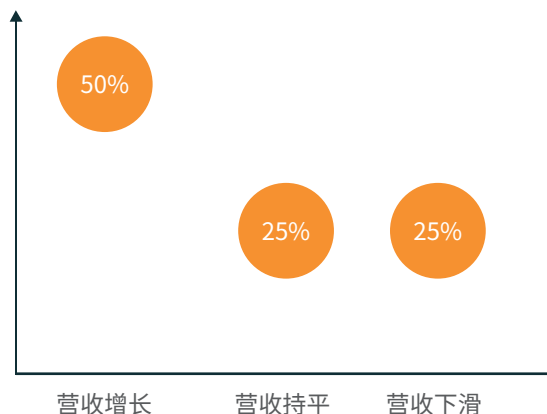
## (3) 超半数卖家黑五网一销售额同比增长

2024年海外在线消费需求仍在持续增长。据美国电商研究Adobe Analytics数据显示，“黑五”当天美国在线销售额达到108亿美元，创下历史新高，也超过同期线下实体店的销售额水平。网一期间电商销售额则达到278亿美元，同比增长5.8%。雨果跨境针对712位跨境卖家的调研显示，54%卖家在2024年黑五当天的销售额高于2023年同期，61%卖家在2024年网一当天的销售额高于2023年同期。

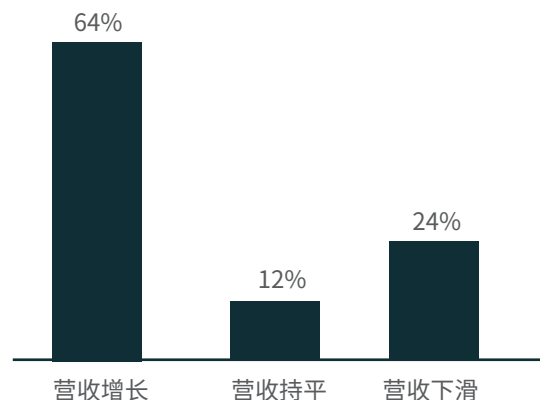


## (4) 五成卖家独立站渠道稳步增长

### 2024年卖家在独立站渠道上的营收



### 2024年卖家在独立站渠道上的利润



作为品牌本土化的重要载体，在品牌出海浪潮的助推下，品牌卖家、平台卖家均在加大独立站投入。雨果跨境针对588位有做独立站渠道的卖家调研显示，五成卖家表示2024年在独立站渠道的营收有所增长，25%卖家表示2024年在独立站渠道的营收与去年持平，另有25%卖家表示独立站渠道营收有所下滑。由此可见，整体而言，独立站卖家的营收增长趋势较好。

与此同时，2024年，独立站卖家的利润也有明显改观。雨果跨境调研显示，64%卖家表示2024年在独立站渠道的利润高于2023年，仅24%卖家表示2024年在独立站渠道的利润同比下滑。

### 2024上半年跨境电商大卖的独立站营收



9.25亿元  
营收  
102.85%  
同比变化



3.69亿元  
营收  
20.87%  
同比变化



1.42亿元  
营收  
57.73%  
同比变化



1.1亿元  
营收  
91.29%  
同比变化

# 一站式行业数字化支付解决方案

支持包括信用卡、借记卡、银行转账、电子钱包、先买后付等数百种全球主流支付方式和100多个交易币种，助力出海品牌连接全球消费者。

## 一站式接入全球支付方式

40+ 本地收单市场 | 数百种 支付方式 | 100+ 交易币种



- 英国
- 荷兰
- 波兰
- 比利时
- 法国
- 意大利
- 墨西哥
- 秘鲁
- 巴西
- 智利
- 韩国
- 日本
- 香港 (中国)
- 台湾 (中国)
- 泰国
- 马来西亚
- 新加坡
- 菲律宾
- 印度尼西亚
- 澳大利亚

## 连接您和全球市场



扫一扫 | 添加微信

**安心**  
蚂蚁国际  
旗下品牌

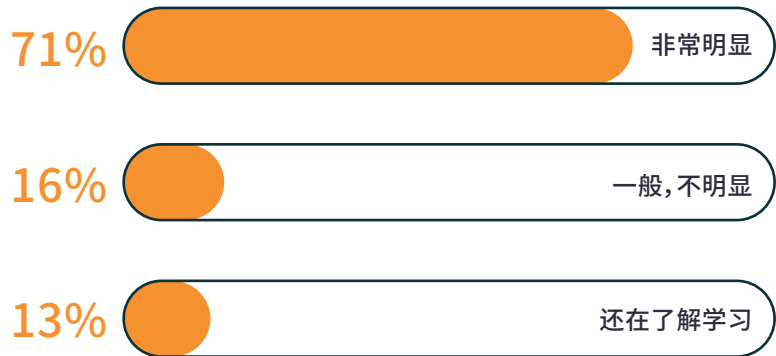
**快**  
支持日结  
结算T+3/T+4

**省**  
0开户费, 0年费  
0提现费

**全**  
支持250+支付方式  
亚太电子钱包覆盖  
行业第一

## (5) 七成卖家认为AI工具提效作用明显

2024年, AI工具对卖家实际运营的作用?



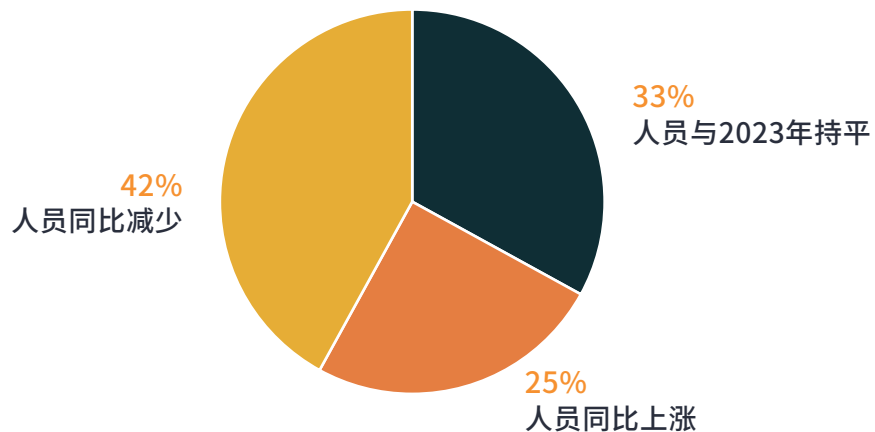
AI工具在跨境电商领域的使用已经非常普遍, 成为卖家日常运营的标配。雨果跨境针对547位跨境卖家的调研显示, 71%受访卖家认为在实际运营中, AI工具的提效作用非常明显, 16%卖家认为效果一般, 另有13%卖家表示还在了解与学习AI工具。

实际上, 不只是卖家, 包括平台、零售商等都在加大AI工具的研究和使用。根据Salesforce的数据, 2024年“黑五”期间, AI驱动的在线聊天服务使用量同比增长31%。比起没有使用生成式AI和AI Agent技术的数字零售商, 使用了这些技术的数字零售商的转化率高出9%。据Adobe Analytics统计, 与前一年相比, AI聊天机器人为零售网站带来的流量增加了1800%。

2024上半年华凯易佰AIGC引擎运用数据

177万条 采购价格优化和找货信息分析	1407万次 各平台文案生成	9962万条 类目匹配度评估
	1713万次 类目推荐	59万条 邮件分类优化
		14549万次 智能决策

## (6) 近六成卖家未缩减人员规模



相比2023年,2024年跨境电商行业并未出现大规模裁员的情况。据雨果跨境针对716位跨境卖家的调研显示,33%受访卖家表示人员数量与2023年持平,25%受访卖家表示人员规模同比上涨,仅42%卖家表示人员数量有所减少。一方面是后疫情时期,经营环境相对稳定;另一方面,TEMU、TikTok Shop等新兴平台的兴起,卖家对多平台策略的推行,产生更多跨境电商岗位的需求。





### (1) 2024年亚马逊重要变化



#### 1 下调服装佣金

下调美国站、日本和加拿大站低价服装类产品的销售佣金,降低至5%-10%,物流费率也相应下调。

#### 2 新增入库配置 服务费

美国站FBA新增入库配置服务费,卖家有3种库存入库配置选项:1是最低货件拆分:通常将库存发送到1个地点,收费制;2是部分货件拆分:通常为2或3个地点,收费制;3是亚马逊优化货件拆分:通常为4个或更多地点,不收费。

#### 3 收取活动费用

美国站引入Prime专享折扣费用。在活动期间开展的且获得特殊活动标记的每个Prime专享折扣促销都需支付50美金的活动费用。

#### 4 详情页图片新规

硬百货商品、软百货和消费类商品,商品详情页可显示来自多个卖家的图片。如果详情页的图片缺失或质量过低,系统会自动替换成其他卖家的图片。

#### 5 推行“延迟交易”

美国站、欧洲站实行“送达日期政策”,在买家确认收到商品之前,订单的销售收入会被预留。预留资金的交易在付款控制面板中显示为“延迟交易”。

# 2025 雨果跨境 城市活动



扫码查看2025雨果跨境城市活动  
更多活动持续更新中~

- 运营增长私享会
- 产业带拓展
- 平台招商大会
- 卖家孵化

## 2月

TEMU1V1问诊  
深圳

亚马逊1V1问诊  
深圳 amazon

SHEIN走进成都鞋类产业带  
成都 SHEIN

24日  
CCEE-TikTok Shop论坛  
深圳 TikTok Shop

24日  
DTC出海全国巡回沙龙  
深圳 Meta

24日  
eMAG平台官方见面会  
深圳 EMAG

2025CCEE雨果跨境展暨全球平台资源大会  
深圳 YUGUO 雨果跨境

TEMU日本/欧洲市场半托管私享会  
深圳 TEMU 24日

24日  
运营增长私享会  
深圳 amazon

24日  
情趣品类研讨会  
深圳 品类出海指南

TikTok Shop跨境电商产业带沙龙-家居生活  
深圳 TikTok Shop 25日

TEMU1V1问诊  
深圳

亚马逊1V1问诊  
深圳 amazon

TikTok Shop 2025年度春季招商峰会暨TikTok Shop鞋服潮流大会  
厦门 TikTok Shop

TikTok Shop美区大卖1V1见面会  
厦门 TikTok Shop

亚马逊产业带品类沙龙  
佛山 amazon

2.19

2.20

2.24-2.26

2.26

2.27

2.28

2月

## 3月

3.06

3.12-3.13

3.20

3.28

3月

TikTok Shop美区大卖1V1见面会  
杭州 TikTok Shop

TikTok Shop 2025年度春季招商峰会暨TikTok Shop服饰潮流大会  
杭州 TikTok Shop

DTC出海全国巡回沙龙  
杭州/金华 Meta

2025雨果跨境全球平台资源大会-厦门站  
厦门 YUGUO 雨果跨境

平台资源大会-TikTok Shop专场  
厦门 TikTok Shop 12日

DTC出海全国巡回沙龙  
厦门 Meta 13日

TikTok Shop 2025年度春季招商峰会暨TikTok Shop3C电子潮流大会  
深圳 TikTok Shop

TikTok Shop美区大卖1V1见面会  
深圳 TikTok Shop

亚马逊产业带品类沙龙  
义乌、深圳、中山、珠海 amazon

亚马逊春耕招商启动大会  
佛山、杭州、厦门、武汉、宜昌 amazon

亚马逊新卖家孵化季活动  
香港 amazon

亚马逊卖家出海峰会  
深圳、厦门 amazon

亚马逊运营增长私享会  
广州、长沙 amazon

### (2) 2024TikTok Shop重要变化



#### 1 保证金政策

面向经营全托管模式的商家推出“全托管商家保证金政策”，包含所有已入驻商家，由TikTok Shop平台统一收取1000元人民币整。

#### 2 美区门槛调整

对跨境美国自运营模式（也称POP模式、小店）招商入驻政策进行重要调整，针对中国内地及中国香港主体的商家，开放亚马逊（Amazon）、eBay、沃尔玛（Walmart）以及独立站等平台运营经验的卖家入驻。

#### 3 提高佣金费率

美国站卖家佣金费率从原本的2%提高到6%。自7月1日起，佣金费率还进一步提高到8%。除了电子3C这类高客单价产品的卖家，其余大部分卖家的佣金都将上涨到8%。

#### 4 东南亚门槛调整

东南亚跨境商家入驻门槛调整。其中，企业营业执照开放无电商经验商家入驻，个体户营业执照开放跨境和国内电商平台经验入驻。

#### 5 JIT模式

在全托管上线JIT（Just-In-Time）模式，即“先有订单，再供货”。符合条件的商家无需提前在TikTok Shop的仓库进行备货，仅需依据销售订单，在规定时间内完成发货到仓即可。

### (3) 2024TEMU重要变化



“

#### 1 半托管模式上线

半托管模式于2024年3月份上线,商家可以选择第三方仓或者海外仓完成物流配送,商品上架、营销推广、客户服务等环节由TEMU平台统一处理。

#### 2 AI核价

半托管新发布商品的申报价格审核和商品信息编辑等操作,优先由AI来进行,所有商品秒处理,不再需要排队等待。一旦AI审核通过,商品将立刻直接上架开售。

#### 3 调整履约体系

调整半托管履约体系,新增五大关键场景下的虚假发货判定标准,包括揽收时间严格把控、同一地点停留时间异常监测、跨境履约地要求、揽收节点异常识别以及重复单号使用的严格限制。

#### 4 检测报告新规

自2024年10月初起,平台只接收已入驻跨境服务市场的检测机构出具的检测报告,检测机构服务商需及时提交入驻服务市场申请。

#### 5 流量分析功能

店铺商品新上线流量分析功能,访问、浏览、加购、收藏、支付、转化等都可查。卖家可了解在售商品的流量和转化情况,更好地调整经营策略。

# 2025 CCEE 雨果跨境展 暨全球平台资源大会

30000+m<sup>2</sup>

展会面积

1000+

品牌展商

50000+

跨境从业者

2.24-26 深圳

扫码报名 ▶



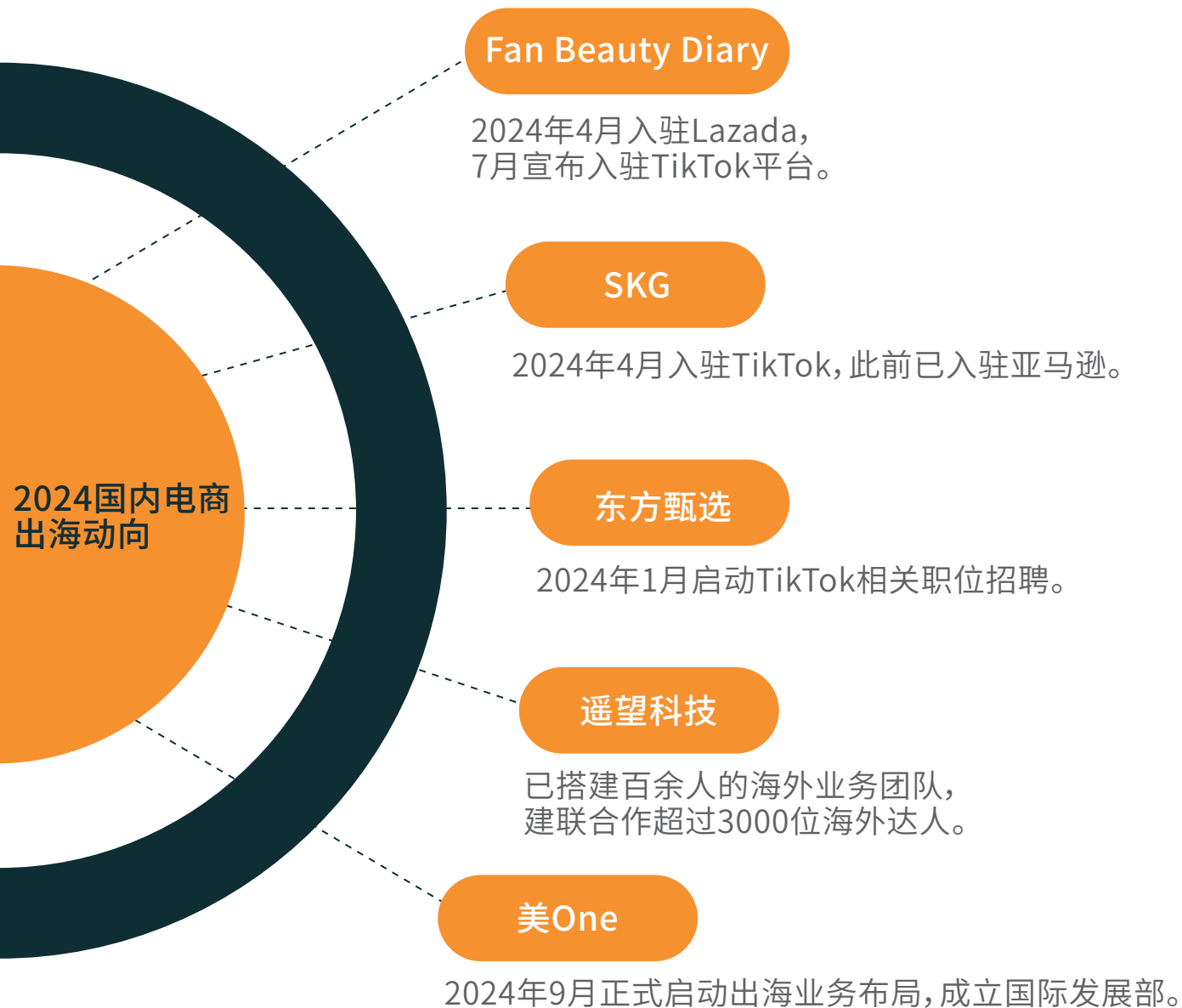
开年  
首展



# PART 2

## 跨境电商行业趋势





### (1) 品牌型卖家数量将大幅增长

拥有更高效供应链、更强研发能力和更高产品品质的品牌型卖家将成为跨境电商行业的核心力量。根据亚马逊公布的《2024亚马逊全球开店中国出口跨境电商发展趋势白皮书》，亚马逊上中国品牌型卖家数量在过去两年增长超100%。

一方面,受全球线上消费习惯的改变、市场规则的逐渐完善和国内品牌力提升等因素的影响,我国出口货物由低端代加工向高附加值、自主品牌过渡。

另一方面,包括Temu、TikTok Shop、SHEIN、AliExpress等在内的跨境电商平台快速铺向全球电商市场,大幅降低出海门槛,为国货品牌、国内电商企业转型出海提供全新的发展机遇。



### (2) 产业带全球化布局提速

我国拥有全球领先的供应链和制造业资源，不同地区形成了特色鲜明的优势产业带。近几年，国家及各地有关部门大力推进“跨境电商+产业带”模式的落地与完善。2025年，全国各地优势产业带将继续以“跨境电商+产业带”模式推动特色产品出口，实现产业转型升级，培育海外品牌。跨境电商平台、服务商、卖家将借助产业带资源，升级运营模式，找到新的增长路径。

#### TEMU

2024年在绍兴、湖州、诸暨、金华、中山、佛山、天门等地举办产业带招商活动，赋能产业带发展，为更多产业带卖家提供进入国际市场的机会。

#### 速卖通

2024年12月在全国产业带连续举办了近百场招商会，策划了包括专属流量扶持、运费补贴、处罚宽免，以及增加商品发布配额等一系列优惠政策。

#### 跨境电商平台的 产业带计划



#### 亚马逊全球开店

全面推进“产业带加速器”项目，预计到2027年，覆盖150个以上中国优质产业带，扶持上万家工厂或品牌商上线亚马逊。

#### TikTok Shop

2024年启动“产业带100计划”，计划走入超过100个产业带，助力商家打造超10000个全球爆品。

#### 阿里巴巴国际站

2024年在湖南长沙、广西梧州等地召开“跨境电商+产业带”启动会，专项开展服务本地企业的系列活动，推动产业带企业抱团出海。

山东省		品类产业带
青岛	假睫毛、轮胎、纺织产业带	
德州	体育器材产业带	
威海	轴承产业带	
菏泽曹县	木制品产业带	
平度	美瞳产业带	
安徽省		产品产业带
合肥	光伏新能源产业带、家电产业带、纺织服装产业带	
安庆	望江童装产业带、医工医药产业带、清洁用品产业带	
芜湖	智能家电产业带	
重庆		产品产业带
主城	川渝汽车配件产业带	
荣昌	眼镜产业带	
大足	五金产业带	

浙江省		品类产业带
杭州	家用纺织品产业带	
义乌	小饰品产业带、宠物用品产业带	
诸暨	袜业产业带、珍珠产业带	
安吉	椅业产业带、竹纤维毛巾产业带	
平湖	旅行箱包产业带	
台州	灯饰产业带、眼镜产业带、塑料日用品产业带	
上虞	伞具产业带	
绍兴	纺织服装产业带、窗帘产业带	
浦江	绗缝制品产业带	
宁波	消费电子产业带、男装产业带	
温州	工艺美术产业带、皮具皮鞋产业带、纽扣产业带	
富阳	体育器材产业带	
湖州	童装产业带	
永康	五金、餐厨用品产业带	
宁海	文具产业带	

河北省	品类产业带
白沟	箱包产业带
平乡	童车产业带
南和	宠物食品产业带
高阳	毛巾产业带
固安	鱼漂产业带
衡水	汽车零部件产业带
河南省	品类产业带
许昌	假发产业带
郑州	游乐设施产业带、电线电缆产业带、机械设备产业带
开封	流量计产业带
偃师	鞋靴产业带
洛阳	钢制家具产业带、铝制品产业带
新乡	锂电池产业带
鹿邑	化妆刷产业带

福建省	品类产业带
福州	家居日用品产业带、拖鞋产业带
厦门	野营户外用品产业带、运动品类产业带、自行车/电动自行车/自行车零部件产业带
莆田	红木家具产业带、运动鞋服产业带
泉州	鞋服、纺织面料、内衣产业带
晋江	运动鞋服/泳装瑜伽服产业带
安溪	家居园艺产业带、藤铁工艺产业带
温岭	汽摩配件产业带
仙游	木制工艺品产业带
宁德	机电按摩设备产业带
福鼎	汽摩配件产业带
闽侯	家居装饰产业带、汽车配件产业带
漳州	钟表乐器产业带
三明	竹木家居用品产业带
德化	陶瓷产业带
石狮	休闲男装产业带
南平	竹制工艺品产业带

辽宁省		品类产业带
葫芦岛		泳装产业带
广西省		品类产业带
梧州		珠宝产业带
桂林(荔浦)		衣架产业带
贵港		休闲运动服产业带
江西省		品类产业带
上饶(德兴)		窗帘产业带
景德镇		陶瓷产业带
赣州		家居产业带
四川省		品类产业带
成都		女鞋产业带
天津		品类产业带
武清		地毯产业带
吉林省		品类产业带
辽源		棉袜产业带

湖南省		品类产业带
浏阳		烟花爆竹产业带
醴陵		陶瓷产业带
湘潭		电子元器件产业带
邵阳		发制品产业带
蓝山县		皮具箱包产业带
江苏省		品类产业带
南通		家纺产业带
无锡		电动车产业带、汽车零部件产业带、纺织服装产业带、紫砂陶瓷产业带
常州		汽配产业带、轻工纺织产业带、电摩产业带
泰兴		小提琴产业带
丹阳		眼镜镜片产业带

## 雨果跨境产业带观察

广东省	品类产业带
深圳	3C 电子产业带、新能源产业带、珠宝钻石产业带、医疗器械产业带
佛山	家具产业带
惠阳	吉他产业带
揭阳	普宁纺织服装产业带、不锈钢餐厨产业带、居家家电产业带、五金配件产业带、塑胶鞋产业带
汕头	内衣家居服产业带、澄海益智玩具产业带
中山	灯饰照明产业带
顺德	小家电产业带
东莞	虎门服装产业带、大朗毛织产业带、长安五金饰品产业带、松山湖高科技产品产业带
广州	化妆品产业带、狮岭皮具产业带、运动设备产业带
潮州	礼服产业带
惠州	照明产业带

广州白云

全产业链条于一体、全国最庞大的化妆品产业集群。“烧钱养品牌”的模式越来越吃力。国货美妆不再单纯依靠流量和营销，开始主动探索更加健康的成长方式，笔匠、阿道夫、Focallure菲鹿儿等越来越多新国货品牌正在研发方面大步追赶，并借助海外社交媒体来展开产品和品牌的营销推广。

安徽宣城

四年时间内做出了一条完整的“工贸一体”出海产业链：拥有数百家跨境出海企业、15家专做跨境服饰的工厂。借力周边的产业带发展电商，比如绍兴柯桥有全球最大的服装城，有制衣所需的面料、纽扣、拉链、内衬等资源。宣城跨境电商规模年均增长数倍，有区域短板但更有机遇。

汕头澄海

中外闻名的“玩具礼品之都”，拥有全球配套最完善、规模最大、市场占有率最高的玩具产业集群。由于近几年海外市场对于玩具的需求有所疲软，加之对单一市场过度依赖，企业的抗风险能力被削弱。高德斯、群宇互动、森宝积木等企业正在通过对技术的提升，对传统文化的传承与创新，打造有内涵、高性价比的产品，打开澄海玩具转型升级的新路子。

浙江诸暨

诸暨市大唐街道拥有完整的袜业产业链，是全球最大的袜子生产基地。完备的产业链为跨境卖家提供了丰厚的土壤，大唐袜业自营出口额在2023年突破100亿元大关，每年都在持续逐步上升。如何进一步了解消费者的需求，打出差异化的模式，正在成为新一代出海人寻找的答案。

福建泉州

民营经济强大而活跃，已经形成纺织服装、鞋业、食品、建材等9大千亿产业集群，也是泉州跨境电商崛起的基础。东海是泉州跨境电商的中心舞台，部分跨境电商企业也开始向旁边的中央商务区迁移，寻找更大的发展空间。一些内陆县市如安溪、永春、德化等地区也涌现越来越多的跨境电商从业者。

辽宁兴城

人口不到50万的东北小城，却是中国最大的泳装生产基地。兴城泳装已发展成为百亿元级产业集群，拥有成熟稳定的销售渠道，产品远销俄、美、非、东南亚等140多个国家和地区，占国际市场份额25%以上。兴城泳装在世界泳装产业中占据着举足轻重的地位。

注：内容来自《雨果跨境全国100+产业带探厂计划》，雨果跨境探厂队实地探访产业带龙头工厂，链接产业带核心资源，已经与澄海玩具产业带、中山家电&灯饰产业带、温州眼镜&宠物产业带等多个地区特色产业带达成战略合作。

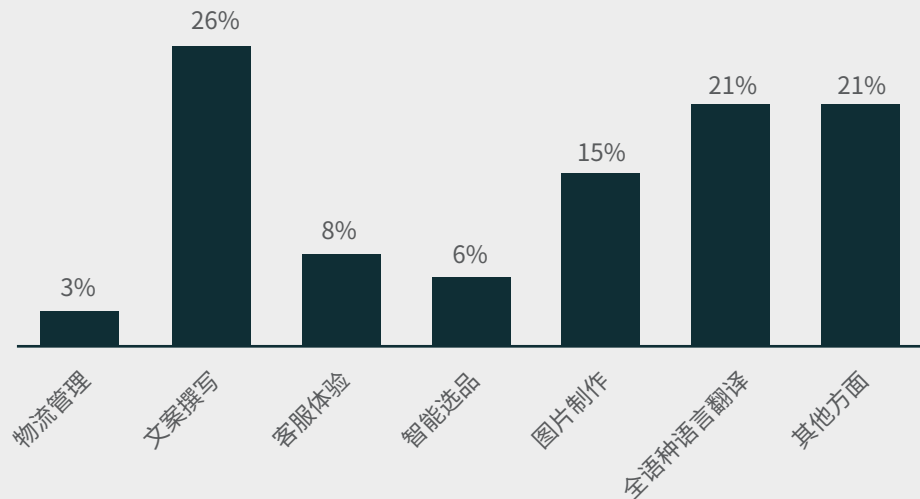
\*当前我国部分“跨境电商+产业带”

### (3) AI继续赋能跨境卖家降本增效

跨境电商常用AI工具盘点	
Jasper AI	面向企业的生成式AI平台，帮助生成广告、营销内容和创意故事等高质量文案，提升产品描述的质量和吸引力。
ChatGPT	能提炼亚马逊产品详情页信息，生成清晰产品特点与多个不重复商品标题，还可用于文本翻译、关键词提炼、选品爆款分析及爆款短视频脚本生成等。
Kimi	类似ChatGPT的文案生成工具，可结合Midjourney以及Runway实现从文字到精美动态视频的快速转换。
Midjourney	图像生成工具，其高度逼真的图片生成能力可用于优化产品图片等视觉内容。
Pic Copilot	上传商品图可秒变场景图、营销图，光影效果自然，还有强大的图片翻译功能，可将图片翻译成9国语言。
Writesonic	提供80多种智能工具，特别适合跨境电商场景下的文案创作，支持30多种语言。
Copy.ai	支持多种语言，提供90多个文案工具，适合广告文案创作。
Grammarly	帮助你在亚马逊页面上避免低级语法错误，提高文案的专业性。它不仅能纠正拼写和语法错误，还能优化句子的流畅度和语气，让你呈现更高质量的产品描述。
Notion AI	能帮助你管理工作进程、跟踪广告效果、整理市场调研资料。作为亚马逊卖家，你可以通过Notion规划每个季度的销售目标、广告预算，并且通过AI自动生成工作报告，保持工作条理清晰。
Zapier	通过连接不同的应用程序和工具，帮助亚马逊卖家自动化一些重复性工作。例如，当有新订单时，自动将订单信息传输到Google Sheets；当产品库存变动时，自动更新库存信息到邮件系统。
炫变AI	专为跨境电商商家设计的AI视频工具，集成了形象转换与视频翻译两大核心功能，可合成外模形象视频。
HeyGen	仅需输入文本，选择模板，即可自动生成数字人视频，提升产品宣传效果。
阿里云客服	提供智能机器人和人工客服相结合的服务模式，能够快速响应客户咨询，提高客户满意度。
HelpLook	AI智能客服机器人，可以7*24小时不间断地服务客户，通过自然语言处理技术，实现与客户的智能交互，还具备多语言支持、情感计算、定制化开发、数据分析等不同功能。

图：跨境电商常用AI工具盘点

#### 未来跨境卖家会在哪些方面加大AI技术的运用？



2025年，AI技术将继续在跨境电商行业掀起降本增效的风暴，卖家利用AI技术赋能实际业务，从物流管理、产品调研、流量推广等方面入手，深度触达海外消费者，提升运营效率，降低运营成本。雨果跨境针对632位跨境卖家的调研显示，2025年，26%卖家表示在文案撰写方面将增加AI技术的运用，其次是全语种语言翻译、图片与视频制作，分别有21%、15%卖家表示将这两方面增加AI技术的运用。

### (4) 海外消费过渡到性价比导向的新时代

欧美国家的通胀压力尚未完全消除，在全球通胀、经济放缓背景下，消费降级趋势显现，消费者表现出比以往更明显的价格敏感性，在线上购物时更加注重性价比，这一趋势在2025年将更为明显。亚马逊、TEMU、TikTok Shop等平台将持续强化丰富高性价比产品，调整价格策略，以获取更多消费群体。

亚马逊在2024年11月上线低价商店“Amazon Haul”，专注于提供20美元以下的商品。2024年黑五网一期间，亚马逊对Amazon Haul上的所有商品提供临时50%折扣。Marketplace Pulse数据显示，2024年黑色星期五的第二天，Amazon Haul的畅销商品数量达到2700种，大多数产品都售罄。

#### 亚马逊低价商店“Amazon Haul”

##### 店铺资格

仅向内邀卖家开放；有运营经验、ASIN数量和销售额较高，产品价格低、销量大。

##### 上线时间

2024年11月

##### 开放商品

时尚、家居、电子产品和其他产品

##### 价格要求

20美金以下

##### 退货政策

定价高于3美金的所有低价商城商品默认有资格获得退款不退货解决方案。

### (5) 中大件产品将迎来新一轮增长

在跨境电商行业发展初期,由于小件商品在运费、仓储等方面的要求较小,试错成本低,卖家大多选择以小件商品切入海外市场。反之,中大件商品因体积和重量大,配送要求高,无法实现低成本高时效的空运直邮。但随着近几年海外仓建设体系的成熟,仓储成本不断降低,跨境电商有了基础设施做支撑。此外,跨境电商平台推出的半托管模式主要吸纳具备海外仓储与履约能力的卖家,也大幅拓宽了商品种类至大件范畴。因此,海外仓备货模式开始受到欢迎,大家电、家具、汽配等中大件商品有望迎来新一轮增长。

我国海外仓建设基础情况(截至2024年一季度)

全国跨境电商主体	12万+
海外仓数量	2500+
面积(平方米)	3000万+
专注于服务跨境电商的海外仓	1800+

\*数据来自/商务部

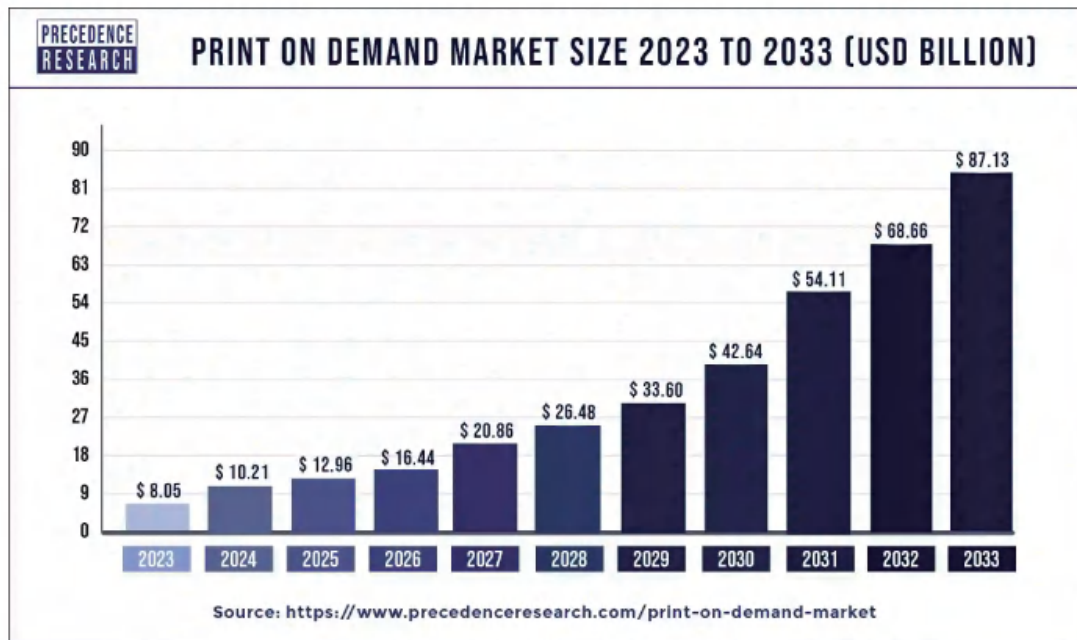
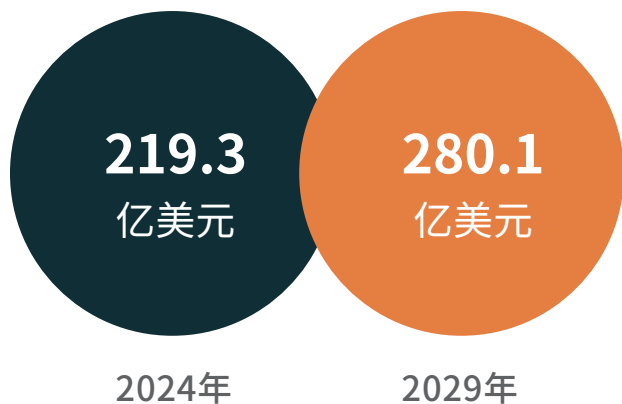
2024年前10个月我国部分商品出口数据

商品名称	累计出口金额(亿元)	累计比去年同期±%
家具及其零件	3904.5	8.8%
家用电器	5953.5	16.1%
汽车零配件	5471.7	7.3%

\*数据来自/海关总署

### (6) 有情绪价值的品类更受欢迎

2024-2029年全球女士情趣内衣市场规模

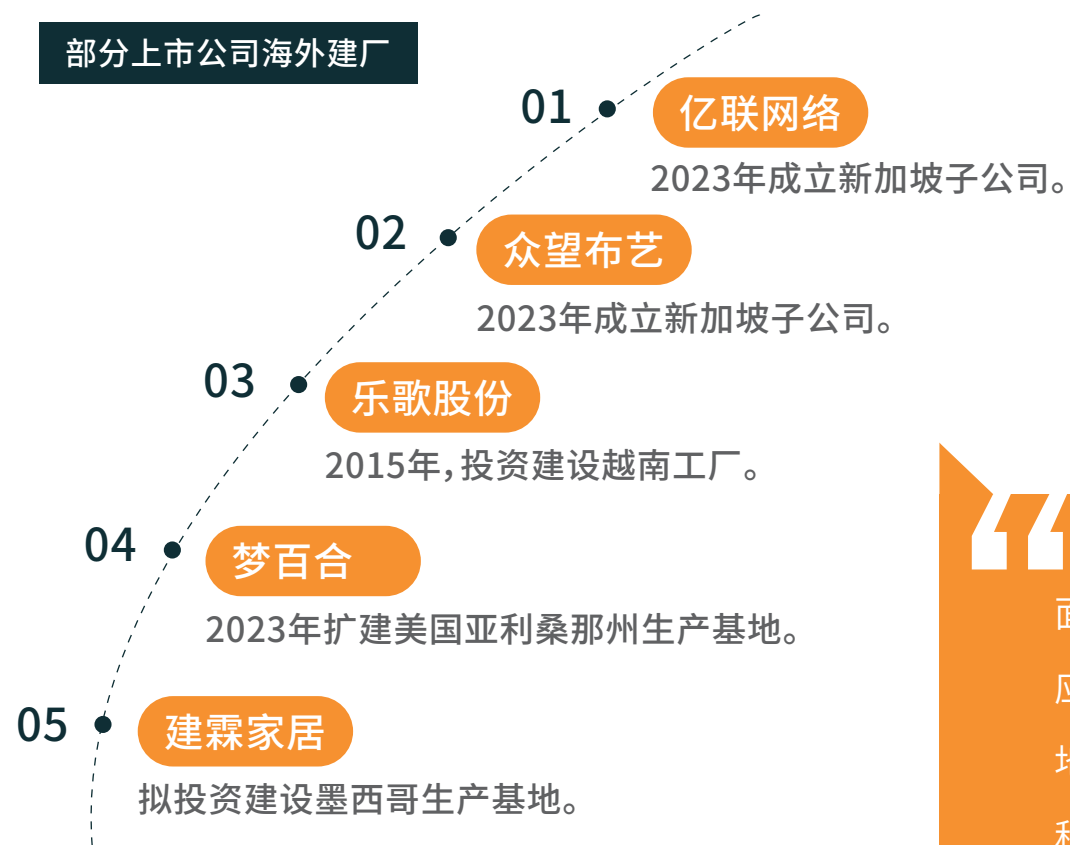


\*全球按需印刷市场规模（2023年-2033年）

\*<https://www.precedenceresearch.com/print-on-demand-market>

在全球经济不景气、消费者追求高性价比的时代，情绪的分析和利用在商业领域具有巨大的潜力和价值。能够提供情绪价值的品类将受到消费者青睐，例如情趣用品、POD定制、二手和翻新商品、汽车配件、收藏品、毛绒玩具、宠物用品等。这些品类在经济下行、消费疲软的大环境下更容易迎来增长，能够让消费者通过体验产品或服务来释放和舒缓情感。2025年，“多巴胺经济盛行”仍是一个值得关注的消费趋势。

### (7) “特朗普2.0”的影响与挑战



在2017-2021年特朗普任期内,特朗普政府对价值数千亿美元的中国进口商品加征高额关税,意图削减贸易逆差。2024年竞选期间,特朗普表示,将对所有外国产品征收10-20%的进口关税,对中国进口商品加征60%关税。拟议中的关税政策涉及服装、玩具、家具、电器、鞋类和旅游用品等消费品类。一旦实施新的关税政策,这些产品的出口成本可能大幅上升,导致产品价格上涨,竞争力下降。

面对美国关税政策的不确定,目前外贸企业和跨境卖家主要采取两方面的应对措施,一是加快对海外产能以及供应链的布局,比如在新加坡、越南等地建立生产基地;二是提前做好财税、知识产权等方面的合规,因为除了关税,后续特朗普政府是否会对税务、隐私、知识产权、贸易壁垒等方面出台新规或进行限制,同样是跨境电商发展的潜在风险。

# PART 3

## 跨境电商企业观察





## 2025年仍在延续的三个趋势

2024年, 整个行业有三个变化。第一个是继续变得更卷。国内经济形势不太好, 越来越多的人觉得出海是一个不错的势头与出路, 不管是从渠道的角度, 还是从卖家的角度, 参与的人越来越多, 必然越来越卷。第二个是品牌。对卖家或者说对企业来说, 品牌是让卖家脱离内卷趋势的最好途径。第三个是AI, 人工智能。作为电商的卖家, 背后离不开大量的数据, 也离不开大量的用户需求的挖掘, 因此, 技术尤其是人工智能是与其他卖家拉开差距的关键因素, 这是大家要高度关注的一个趋势。

2025年, 这三个趋势还是会继续的往前走。此外, 能预见到的一个事件就是美国的总统更替。对于大多数的跨境电商的卖家, 美国是一个单一的最大市场, 特朗普的上台可能会带来很多的不确定性, 大家是要做一些预案或者准备。

————— 千岸科技创始人何定



### 先求生存再谋发展

新的一年竞争加剧,企业应该更关注现金流,企业增长质量永远比数量重要。当然,每个企业情况不同,如果已经构建了良好组织架构与健康运营模式,市场有机会时可以适度激进;如果企业在之前借助行业红利获得了大量增长,但根基不稳,如供应链、人才配备、信息化建设不足,要慢下来,向内求,先把根基打稳,然后再稳步扩张,而不是依靠投放、铺货等运营手段盲目做大,在竞争格局下根基不稳极为危险。

总之,企业应先保障现金流、夯实自己的核心能力,再来求发展,先求生存再谋发展会是更好的一个方式。

——坚果资本合伙人孙鸿达



### 跨境电商已经朝着数智化贴近

2025年,我认为几个方面会有一些新的变化:

第一、合规。跨境电商合规是一个大趋势,早在2018年我就提出来过,但是去年、今年尤为明显。合规一方面体现在法律法规上;另一方面平台在不断调整政策,各国海关政策也在不断调整,跨境电商企业需要合法合规经营。

第二、数智化。智是AI人工智能,我觉得整个2024年跨境电商已经朝着数智化贴近,并带来很大的变化。我们的运营可以实现数智化运营,比如用人工智能打广告,数智化选品,数智化做图,数字化客服等等。未来我们的产品效果图可以通过AI生成,降低人力成本,我们也完全可以做到客服24小时在线,这都是2025年往后一个非常明显的趋势。

第三、精细化运营。当大家觉得发展慢的时候,成本高的时候,应该怎么做?首先练好内功,其次降低成本,再次提高效率。

——环金科技CEO蒋凌辉



## 面对消费降级要提前布局

利润普遍下滑是所有卖家共同面临的难题,作为企业主,我在决策时遵循一个原则:可做可不做的项目,坚决不做。在项目立项阶段,仔细评估其与公司战略的契合度,避免不必要的0-1启动,让团队聚焦高产出项目,老板不折腾,团队效率自然提升。

行业变化主要有两方面,一是客户需求,二是技术创新。就欧美市场而言,消费降级现象明显且持续,不过这也催生了新机遇,像一些新兴平台顺势崛起,发展迅猛。同时,科技领域的AI应用愈发成熟,AI制图、视频、翻译等工具在提升效率、保障效果方面成效显著,为行业发展注入强大动力。

就美国市场来看,我认为2025年的整体发展会比较稳定,毕竟他们的穿衣习惯相对固定。但当下消费降级是个重要背景,消费者更追求性价比,在这种情况下,品牌要找准定位,思考能平替哪些品牌,关键是满足消费者需求,提供高性价比、品质可靠的产品。谁能在这波消费趋势中抓住消费者的心,谁就能站稳脚跟,获得更大的市场份额,这就需要企业提前布局,精准发力。

—— 新时颖董事长林时乐



## 抓住供应链前置和本地化的红利

2025年会有什么新的趋势?第一:跨境电商比国内电商复杂,环节多,链条长,不确定性因素多。所以,其中的流量、平台、渠道、产品、资金各要素可以解耦的更彻底,然后彼此间高效协作。有的要素,还会有中介角色,比如流量代理MCN机构,平台入驻的招商代理等。在熊彼特的理论里叫"旧要素、新组合",这是创新的一种常见的方式。

第二:供应链前置。之前,跨境电商的供应商能国内能做到柔性供应链,已经很先进了。但现在,已经远远不够了,需要在海外,也就是当地国做柔性供应链才行。传统术语叫"供应链下沉",下沉到离消费者最近的地方。这个是趋势,谁最先应变,谁就能抓到这一波红利。

第三:从结果层面看,那就是朝本地化,合规化方向发展。本地化才能让消费者有更好的体验,平台有更好的竞争力,也让本地国对这样的电商卖家不抵触,毕竟盘活了本地经济,带动了就业。而且品质保障、售后服务、财税合规等问题,也都得到了解决。

——跨境电商20年资深卖家廖新辉



## 要善于分析平台上的评价

亚马逊的评价体系能够真实反馈用户的诉求,卖家要善于分析平台上的各种评价,尤其是负面评价。纵览亚马逊平台的产品差评,基本分为三类:第一类属于功能性方面;第二类属于适配性方面;第三类属于体验感方面。

卖家在平台数据的基础上,要从海量用户反馈中挖掘分类,并根据具体问题选择有针对性的处理方式,快速改进产品。在提升产品力的过程中,一定要听取用户的心声。而产品本身的可塑性和可能性较多,在成本可控、风险可控的前提下,均可做出一定的尝试。

——拉米酷总经理邓志强



### 装备赛道仍有机会

随着经济发展和物质需要的满足,人类对于更接近大自然的户外运动的追求是越来越强烈的。跑步、爬山、滑雪、骑行其实都是户外运动,在温饱问题解决后,户外运动可能在全世界的任何地方快速发展,发达国家每年的户外市场比较稳定,且消费潜力巨大。

中国天然具备供应链优势,具备生产优质产品的能力,再加上跨境人对国际市场的了解,以及勤奋努力的“卷”文化加持,我们在出海方面仍然有巨大空间。

——洛克兄弟创始人张新刚



### 保基本盘, 找新增量

生意无大小之分, 关键在于经营者的眼光和策略。欧美是基本盘, 在做好的同时, 面对未来不确定的关税政策调整公司布局, 提前布局海外的物流和供应链, 在这个基础上寻找新的增量, 比如拉美市场一直在高速发展中, 虽然门槛和投入都不小, 但可以给未来带来更多的想象力。

——网道科技创始人&CEO徐毅



### 探索边界、挑战未知是创业者需要具备的精神

接下来短期计划是先将产品线精简到三个系列,以满足大部分用户的需求,持续扩大出货量。同时,继续降低产品的故障率,提升用户体验。

于创业者而言,寻找有价值的项目关键在于深入探索和理解市场需求。当市场上存在大公司尚未充分满足的需求时,就为创业者提供了机会。通过深入研究和理解目标市场的需求,结合中国的制造和供应链优势,能够开发出具有竞争力的产品。如早前热销的割草机、泳池机器人、遥控飞机等等。

创业者需要具备开阔的视野和广泛的知识储备,以便能够发现那些潜在的市场机会。同时,探索边界、挑战未知也是创业者需要具备的精神。

———— MEEPO创始人毛力



## 中国品牌走向全球是不可逆的大趋势

在全球市场上E-bike将逐步代替自行车,成为兼具短途通勤、运动、休闲、社交的复合产品。E-bike的用户从专业骑行者逐渐转向普通用户和爱好者,是市场最大的变化。

基于整个经济周期的角度来看,世界经济的低谷即将过去,要厉兵秣马迎接即将到来的增长周期。从个人角度来说,我认为中国品牌走向全球,是不可逆的大趋势。

—— ADO品牌创始人谢森初



## 寻找结构化、区域化的机会

2025年跨境电商总体向好,但需要寻找结构化、区域化的机会。特别是特朗普上台,整体的贸易环境可能面临很大的不确定性,也许面向欧美市场的生意会遇到更大的挑战,但面向“一带一路”方向的生意可能会有更多机会。白猫目前正在寻找海外建厂,或是海外分装厂的可能性。一方面是尽可能实现属地化供应,降低综合成本;另一方面是为后续可能出现的特朗普关税做准备。

建议是坚持产业升级,坚持“向上走”。以往我们中国跨境出海的竞争优势往往是有竞争力的成本。但随着现在世界贸易环境的变化,及各种不确定性,只有不断地提升自己产品和服务的专业性、创新性,打造技术护城河,才有可能走的长久。

——白猫外贸负责人郁骢



### 平台头部效应越发明显

未来跨境电商一定是越来越卷,想要持续做好跨境电商,首先,我认为一定是要垂直细分类目耕耘,做类目的专家,把细分类目吃透,争取做类目头部卖家,因为亚马逊平台头部效应越发明显。

其次多渠道发展,为了稳定和抗风险能力,往后也要多平台多渠道发展。不要把鸡蛋都放一个篮子,这更是一个业绩增长的方式。

最后谈一谈品牌梦想。细分领域的产品线+品牌效应就是一道护城河,也是一个溢价的方式。所以要规划好自己的品牌梦,品牌定位、产品、社媒、内容、红人等等,一点一滴的积累起来,万一实现了呢!

——亿级大卖、五爷跨境圈创始人“Amazon五爷”



### 存量空间仍然存在

全球家用健身乃至整个消费品市场的存量空间仍然存在。跨境卖家从国内卷到海外、以高性价比的价格将中国制造卖给海外用户的过程中,最重要的就是从经营的视角进行思考,以产品力为核心赢得市场。

—— 麦瑞克联合创始人薛有为



### 新质生产力赋能跨境电商

2025年跨境电商行业几个趋势值得关注。1、全球经济复苏存在可能性,2025年各国会进一步放松政策,欧洲和美国消费可能出现反弹;2、人工智能、大数据、区块链等新质生产力赋能跨境电商;3、新兴市场崛起,俄罗斯、东南亚、非洲等;4、绿色贸易兴起,注重环保和可持续性,绿色贸易;5、社交电商,内容电商成为行业主流;6、目的国本地化战略深化,走出去成为企业最大热点;7、跨境金融支付创新,数字货币和区块链的发展,跨境支付在2025年迎来巨大变革;8、跨境政策持续优化,部分国家对于跨境电商会加大政策支持;9、大数据驱动决策,大数据影响跨境电商信息收集、分析和利用;10、更关注跨境电商继续发展的增量。

—— 财经作家、新东方工贸总经理朱秋城



## 未来能做好亚马逊的是财税合规那批人

未来真正能把亚马逊做的好的是现在已经财务合规的那一批卖家，因为他们的管理能力、品线利润率都不是那些违规卖家能比的，总结：没有合规的都是在靠运气赚钱。2025年，欧美市场通货膨胀、收入减少，全托管平台会加大力度抢流量，平均客单价下降，存量市场拼杀的更严重。

——资深卖家、自媒体博主“Amazon美刀”



### 用AI高效率的做好全球化内容

内容电商在2025年全球整体会保持一个高速增长,形成和货架电商,线下零售整体的联合之势,在这个大的增长赛道里,从发达国家到发展中国家,如何利用好近两年日新月异的AI技术能力,低成本高效率的做好全球化内容对于大家都是一个挑战和机会。特看将持续在数智化决策,AIGC视频内容生产,数字人直播等能力项上助力我们的合作伙伴在全球内容赛道取得更好的成绩。

——特看CEO吴春松



## 2025年全球市场充满了不确定

2024年中国跨境电商发展进入了新阶段。服务生态体系不断完善,海外仓的全球布局,让中国跨境电商增长迅速,与产业带的结合引领了中国外贸高质量发展。

但与此同时,跨境电商领域竞争异常激烈,平台也在不断调整服务模式和管理规则。从全托管到半托管服务模式转变,从全球主流平台到区域性平台的崛起,跨境电商已经成为各国企业关注的领域。

2025年,尽管全球市场充满了不确定,贸易保护主义抬头,各国的政策和规则也在不断的调整,我们深信,跨境电商仍然是带动全球贸易发展的重要驱动力。中国跨境电商的发展也会逐步走向规范。展望未来,平台生态治理体系的形成,将决定中国跨境电商能否在全球顺利发展。

——中国对外经贸大学教授王健



## 海外仓的需求将进一步增加

第一,美国电商整体需求势必会继续增加,同时带动海外仓的需求。因为美国现在的电商渗透率大概在15%,而中国电商的渗透率在45%,1比3,空间还很大。第二,第三方公共海外仓的需求也会进一步增加,最关键原因是平台多元化。亚马逊占了美国电商销售的半壁江山,它在美国用于电商仓库的面积是3000万平米。亚马逊的仓库有一个规则:太大的东西不能轻易进来,大件、中大件主要还是流入三方仓。

接下来那些没有仓库的企业对第三方仓储的需求会越来越大。未来的企业如果做中大件生意,也只能更加依托于第三方仓库做半托管,因为他们本身不具备托管的能力和资源。

——乐歌股份董事长项乐宏



### 低价商城可能会有爆发式增长

10年前的亚马逊跟今天完全不一样,在不断迭代当中。很多老卖家现在生存艰难,是因为没有适应变化,没有敏锐的洞察到新的趋势。

第一,亚马逊还在开拓新的站点,新站点增长的速度都较快;第二,深入研究平台推出的新工具,比如AI,我们应该成为掌握先进工具的人;第三,低价商城在未来一两年可能会有一个爆发式增长的机会。如果是做低价商品的,必须要抢占这个桥头堡;第四,品牌化和DTC模式的深化,现在跨境电商确实从早期的粗放式的一种销售迈向精细化、品牌化的运营,长期来看,做跨境电商真正的壁垒可能还是在于品牌护城河的深度与广度;第五,B2B,我觉得企业购是亚马逊大赛道里面细分的增量比较大的赛道。第六,通过社媒做大量优质的内容种草,对于品牌的曝光和拉新是非常有帮助的。

——零亿出海创始人、亿级大卖 大师兄Peter



# 关于雨果报告

《雨果报告》是雨果跨境推出的涵盖目标市场、平台、卖家、物流等相关服务板块的跨境电商行业调研报告，通过数据调研、深度访谈、实地考察等方法多维度呈现行业现状，洞察前沿趋势，为跨境电商从业者提供决策依据并提升运营效率。关注公众号“雨果网”，回复“雨果报告”下载2020年-2025年《雨果报告》，回复“报告合作”可咨询商务合作。



扫码回复“雨果报告”  
领取报告全集

