

2023年全球购物APP下载量前十榜单中，中国电商占一半——

# 这些电商平台为啥能火到海外？

本报记者 徐佩玉

如今,越来越多的海外消费者喜欢在中国跨境电商平台上网购、淘中国货。

第三方市场研究机构日前发布的《2024移动市场报告》显示,2023年全球购物APP下载量前十榜单中,中国电商占据半壁江山,SHEIN希音、拼多多旗下的Temu、阿里巴巴、AliExpress速卖通、拼多多,分别在榜单上位居第一、第二、第七、第九和第十。

这些平台为啥能火到海外?记者进行了采访。



## 中国跨境电商平台海外受欢迎

据韩国媒体报道, AliExpress速卖通成为2023年韩国市场新增用户最多的手机APP。

在速卖通上,来自中国的雨伞品牌TENTAGON受到了韩国消费者青睐。青岛宽仕达供应链管理有限公司的负责人张海颖说,为了改变过去薄利多销的线下批发模式,她带领团队创建了自有品牌TENTAGON并入驻速卖通。由于地处山东青岛,离威海仓较近,他们选择韩国作为首站市场,这样不仅在运费上有优惠,3至5日达的物流时效还可以更好提升消费者的购买转化率。“入驻速卖通时正逢韩国雨季,首次到仓的300件产品在2天内就售罄了。开店第一个月的销售额就突破了3万美元。”她说。

拼多多旗下的Temu则在美国打开了市场。Temu有关负责人告诉记者, Temu在美国市场上线SKU(库存计量单位)数已增至近400万个品类,受到了美国消费者的广泛欢迎。在苹果、谷歌等主要应用市场中, Temu下载量长期排名第一。美国也是去年Temu增长最快、贡献营收最多的主要市场。目前, Temu每天出口包裹量超过40万个,日均货重达600吨左右,其中一半以上发往美国。

目前中国跨境电商主体已超10万家。跨境电商平台的快速发展,背后是中国制造整体实力的提升,越来越多的中国工厂能够生产出质量、价格都具有高度竞争力的产品。

珠三角、长三角两大中国制造业高地成为跨境电商的重要货源地。《数字长三角发展报告(2023)》显示,长三角拥有32个跨境电商综试区,占全国总数约1/5,跨境电商规模更是占全国近一半。上海浦东国际机场海关统计,拼多多、TikTok、SHEIN希音3家电商平台2023年通过上海空港口岸出口申报量同比增长超10倍。

“这些中国跨境电商平台之所以能够广受全球消费者青睐,主要是在全球通胀的大背景下,消费者对于物美价廉的商品需求较大,而中国平台上的商品相对于亚马逊等电商平台有很大的价格优势。”中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛对记者分析,价格优势的形成一方面由于这些平台在选品时普遍对接源头厂家,减少了中间环节,同时在物流方面大多采用邮包方式,在税收、仓储成本及配送等方面更具优势和灵活性。另一方面,这些平台目前仍处于扩张期,通过加大对用户的补贴和奖励扩大市场份额,这些都给终端消费者带来了巨大的价格实惠。”

▲山东省荣成市石岛管理区通过推广“海运直航+跨境电商+海外仓”等发展模式,稳步开拓多元化国内国际市场。目前,石岛新港口岸已成为中外客商认可的跨境电商重要中转站。图为石岛管理区石岛新港口岸一处场站,工人在分拣、装运货物。

李君信摄(人民视觉)



## 让商家乐做“甩手掌柜”

中国跨境电商平台在海外的兴起,带动了



▲河北省邢台市平乡县年产自行车、童车1.45亿辆,拥有自营进出口外贸企业129家,是国家级外贸转型基地之一。该县近年来通过完善企业帮扶制度、支持跨境电商扩大出口规模等措施,推动外贸企业做大做强。图为平乡县恒驰车业员工在赶制一批出口日本的童车。

柴更利摄(人民视觉)

▲第四届中国跨境电商交易会日前在福州举行,共吸引全球30多个跨境电商平台、全国80多个出口型产业带和110多个城市的1500多家参展商。图为客商在现场交流。

新华社记者 林善传摄

中国中小企业更好“走出去”——

全托管服务让商家成为“甩手掌柜”。多个中国跨境电商平台都推出了全托管服务,可帮助不懂跨境运营、缺乏跨境人手的商家,承包网站引流、物流履约、售后服务等环节,商家只需把货品上架,就可做个“甩手

掌柜”。“这样做的好处是,跨境电商的门槛大大降低。过去可能需要英文很好,需要懂店铺运营、物流计算,需要处理售后问题和反向退货,现在只需要懂产品、能供货就可以了。”速卖通有关负责人说。从事婴童装的商家“猫爸爸”,全托管后的首个“双11”首日

销量比平日增长了10倍,每月业绩还在稳步提升中。

升级柔性供应链,为商家减少库存。Temu去年推出了新预售模式,商家无需提前备货到仓,可在看到订单后再发货。在这种模式下,对于市场欢迎的爆款、潜力款,商家可大胆返单;对于没有热度的滞销款,商家在测款时也没有备货的库存压力。SHEIN希音创新了按需生产的柔性供应链模式,通过对产业链上下游进行高度的信息化、数字化改造,实现按需生产、减少库存压力。

帮助商家打造品牌,增强可持续发展能力。在“中国眼镜之乡”浙江台州临海杜桥镇,当地不少外贸工厂没有自己的品牌,只做贴牌。Temu帮助当地一个生产太阳镜的工厂型商家注册了自己的商标,改善了品质和包装,商品售价和利润提升了将近50%。“中国大批中小制造企业基于多年为海外品牌商生产代工的经验,积累了较强的设计、研发和制造优势,但因缺少自有品牌,最终沦为国外品牌和大零售商的代工厂,这才导致商品售价低、溢价空间有限。”Temu有关负责人表示,未来, Temu还将在产品核价和流量资源等方面给予更多扶持,鼓励中国制造孵化自己的全球品牌。

“对中国中小企业而言,中国跨境电商平台的火爆,一方面丰富了应用跨境电商开拓国际市场的业务渠道,中小企业可根据自身情况选择更加适合自己的平台及业务模式。”李鸣涛表示,另一方面,中国跨境平台进一步降低了跨境电商的应用门槛。例如,对于很多之前未接触跨境电商的中小企业可采用平台推出的“全托管”“半托管”等模式解决自身缺乏跨境电商专业人才的短板,让跨境电商“出海”更加容易。

## 多元化运营策略保持增长态势

质量好、价格合适,是海外消费者对这些平台上中国商品的评价。但也有海外消费者反馈,在平台下单后,送货周期较长。

“送货慢是当前中国跨境电商平台普遍采用的小邮包空运物流方式造成的。”李鸣涛表示,如全托管模式下国内供货商只需发货到平台在国内的集货仓,平台负责把货物通过小邮包空运+境外配送方式交给下单的海外消费者,周期普遍在1—2周。未来伴随海外消费者对消费体验的要求提升以及各国对于包裹入境的限制措施出台,中国跨境电商平台在处理物流问题时应综合权衡各方面的需求与成本,采用小邮包、海外仓等多种物流方式满足不同消费者的物流需求。

在跨境贸易中,合规也是一个重要问题。李鸣涛表示,保护知识产权是各大平台的关注重点,各大平台均制定了严格的措施来杜绝假货问题。平台企业对选品环节严格把控,除价格审核外,是否侵权也是审核重点,对于已上架商品也有技术手段进行筛查,消费者或被侵权方一旦投诉也会采取相应的处置措施以保障消费者及被侵权方权益。例如, Temu平台提供《知识产权风险防范指引》《临时限制令常见问题解答》等相关卖家培训课程,在商家上新、供货等环节会对产品进行严格审核与抽检,买手在日常对接业务中也会经常提醒卖家警惕合规问题。“如发现知产侵权、低价倾销等问题或收到相关投诉,平台会在第一时间下架产品,并根据实际情况进行处理。”Temu有关负责人介绍。

中国跨境电商平台如何保持增长态势?

李鸣涛表示,低价是现阶段中国跨境电商平台的重要标签,但伴随平台的快速成长,面对越来越多的不同消费人群的差异化需求,平台企业应进一步在总体保持价格竞争力的基础上实现多元化运营策略,注重更加丰富的产品供应和更加有针对性的产品创新,建立起连接海外消费需求与国内生产供给创新之间的快捷通道,真正体现出平台的服务价值。

从代工厂到自有品牌,中国制造的产品竞争力不断提升。随着供应链升级、平台模式创新以及品牌意识提升,海外消费者的购物车里将出现更多中国商品。

# 中国跨境电商平台将保持快速增长趋势

洪勇

跨境电商是中国对外贸易的重要组成部分,呈现出蓬勃发展趋势。目前,中国跨境电商主体超过10万家,其中拼多多旗下的Temu、阿里巴巴旗下的速卖通、SHEIN希音等平台,在海外市场拥有大量的消费者基础,成为推动中国跨境电商发展的重要力量。

随着全球消费者对于中国产品的接受度提高、中国品牌的国际影响力不断扩大以及中国制造业深度融合全球供应链,中国跨境电商平台有望持续在全球市场扩大影响力。尤其是在一些新兴市场和发展中国家,中国平台凭借价格优势和商品多样性,预计将赢得更大市场份额。

中国跨境电商平台潜力巨大,面对全球化的机遇与挑战,中国跨境电商平台需要不断探索和创新,以实现高质量和可持续发展。

技术创新是推动跨境电商平台发展的重要动力。未来,中国跨境电商平台应继续加强人工智能、大数据、云计算和区块链等先进技术的研发与应用,提高运营效率、优化用户体验。例如,通过大数据分

析消费者行为,平台可提供更精准的个性化推荐,提升交易成功率。利用人工智能技术优化物流配送算法,可缩短配送时间、减少物流成本。技术创新还将帮助跨境电商平台更好管理跨境支付、税务、关务等跨境贸易环节,降低交易风险、增强用户信任。此外,随着5G技术的普及,跨境电商平台将能提供更加流畅的在线购物体验,支持更加丰富的互动式购物功能。

政府政策是影响跨境电商发展的重要因素。中国政府一直积极推动跨境电商发展,通过出台一系列政策措施,如设立跨境电商综合试验区、优化跨境电商监管政策、推进“一带一路”电子商务合作等,为跨境电商提供了良好的政策环境。

未来应继续出台更多支持跨境电商的政策,比如进一步简化跨境电商企业的注册和运营流程、优化税

收政策、增强跨境支付便利性等,以降低企业运营成本和促进跨境贸易的便利化。同时,加大对跨境电商平台的技术创新和品牌建设的支持,帮助企业提升国际竞争力。此外,政府还可通过建立更完善的法律法规体系来保障跨境电商的健康发展,比如加强知识产权保护、规范电子商务市场秩序、保护消费者权益等,以营造公平竞争的市场环境。

国际合作是促进跨境电商平台发展的关键。中国跨境电商平台未来的发展应更重视与国际市场的合作,通过参与多边或双边贸易协议,获取更多国际市场准入机会。例如,加强与共建“一带一路”国家的电子商务合作,推动数字贸易协议的签署和实施,有助于打开新的市场,并促进跨境电商的贸易便利化。

中国跨境电商平台还应积极与国际知名电商平台合作,通过技术交流、市场资源共享等方式,共同开

拓国际市场。这不仅能够帮助中国平台学习国际先进的电商运营经验,也有利于促进中国品牌国际化发展。

品牌建设和升级也是中国跨境电商平台未来发展的重点。通过提升产品质量、强化品牌形象和文化传播,中国平台可以在国际市场上树立更加积极和正面的形象,从而吸引更多海外消费者。同时,加强对外传播,积极参与国际展会和活动,提高品牌知名度和影响力,也是实现国际市场扩张的重要途径。

(作者为商务部研究院电子商务研究所副研究员)

