

跨境 出口 消费

2020跨境出口市场消费趋势报告

CBNDATA × 天猫淘宝海外

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS
目录

- 第一部分：跨境出口行业概览
- 第二部分：跨境出口市场消费趋势
- 第三部分：升级服务助力出海
- 第四部分：展望

CBNData ID:14053



01

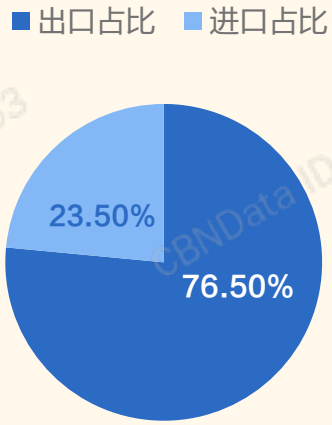
跨境出口行业概览

CBNData ID:14053

跨境电商蓬勃发展，出口占据主导，疫情中逆势增长

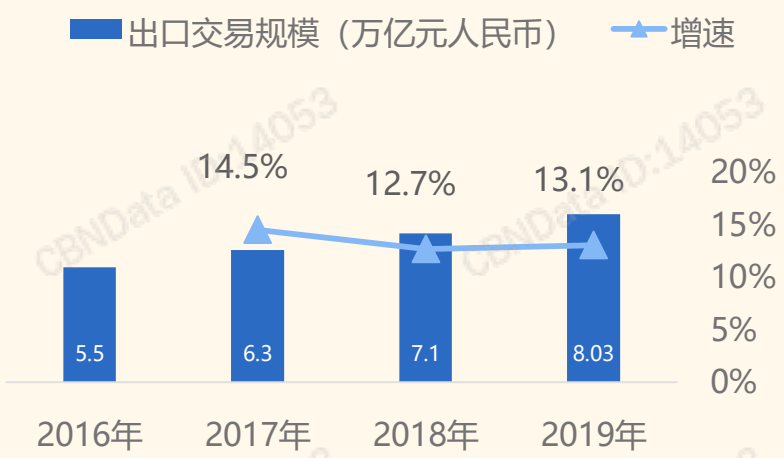
随着线上购物、社交媒体及物流技术的发展，跨境消费的需求不断释放；跨境出口占据主导，并且保持了两位数的高速增长。在疫情之下，2020年H1中国一般货物贸易虽呈现同比负增长，但跨境电商进出口总额却增长了26.2%，其中出口保持在28.7%的增速，中小企业通过跨境电商平台获得了大量境外订单。

2019年中国跨境电商进出口结构分布



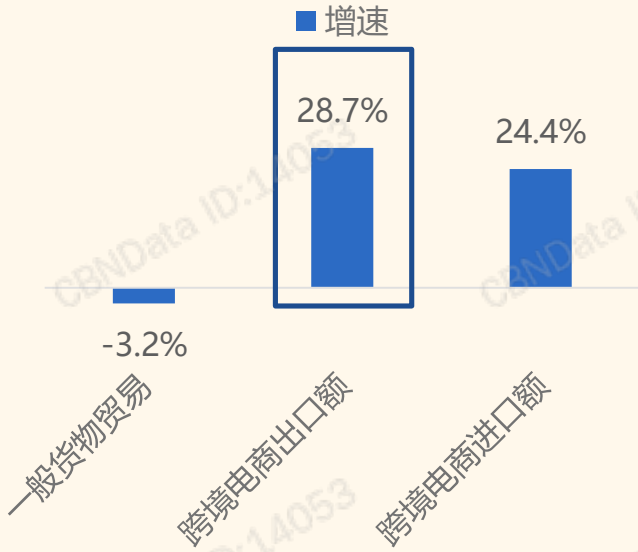
数据来源：网经社

2016-2019中国出口跨境电商交易规模&增速



数据来源：网经社

2020H1 vs.2019H1各类贸易规模增长趋势



数据来源：海关跨境电商监管平台

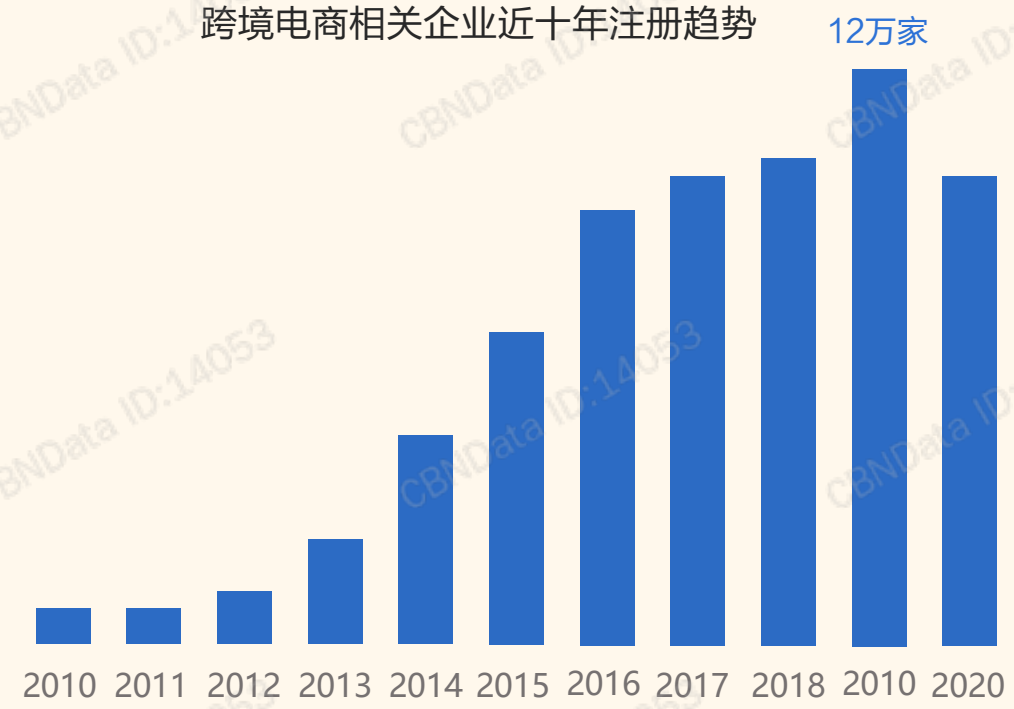
政府鼓励出口跨境电商发展，提供一系列优惠政策，不断激发出口电商成长

2019年至今中国出口跨境电商主要政策

发布时间	法律法规/政策会议	主题内容
2019年3月	《关于促进跨境电子商务寄递服务》	提出提升跨境寄递服务网络能力、提升跨境寄递服务全程通关便利、提升参与国际治理能力建设3条政策措施。
2019年4月	《支付机构外汇业务管理办法》	明确支付机构开展外汇业务时的多项管理要求；
2019年10月	《关于进一步促进跨境贸易投资便利化的通知》	扩大贸易外汇收支便利化试点；简化小微跨境电商企业货物贸易收支手续；扩大资本项目收入支付便利化试点等
2020年4月	国务院常务会议	新设46个跨境电商综合试验区，实行对综试区内跨境电商零售出口货物按规定免征增值税和消费税、企业所得税核定征收等支持政策。
2020年6月	海关总署公告2020年第75号（关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告）	海关总署实施新跨境电商出口监管模式，在北京海关、天津海关、南京海关、杭州海关、宁波海关、厦门海关、郑州海关、广州海关、深圳海关、黄埔海关开展跨境电商B2B出口监管试点。根据试点情况及时在全国海关复制推广。

资料整理自网络

优惠政策加持之下，2019年跨境电商相关企业新增数量达到近年来最多12万家



数据来源：天眼查数据新闻实验室

乘风破浪，出海之路百家争鸣

B2B平台

也称作在线批发平台，外贸企业间通过互联网进行产品、服务及信息交换

B2C平台/第三方自营

面对个人消费者，开展网上跨境零售活动的企业

服务商类

提供跨境资金结算、跨境物流、进出口报关、出口退税、供应链等外贸交易中所需的进出口环节服务

资料整理自网络

天猫淘宝海外以其本地化核心优势，紧密链接商家与海外消费者

天猫淘宝海外致力于服务全球近1亿海外华人市场，目前已经覆盖超过200个国家和地区的消费者，菜鸟物流为10个国家和地区提供了官方物流转运，为中国香港、中国澳门、中国台湾、新加坡和马来西亚提供了官方直送。

天猫淘宝海外-出海核心优势



资料来源：天猫淘宝海外官网

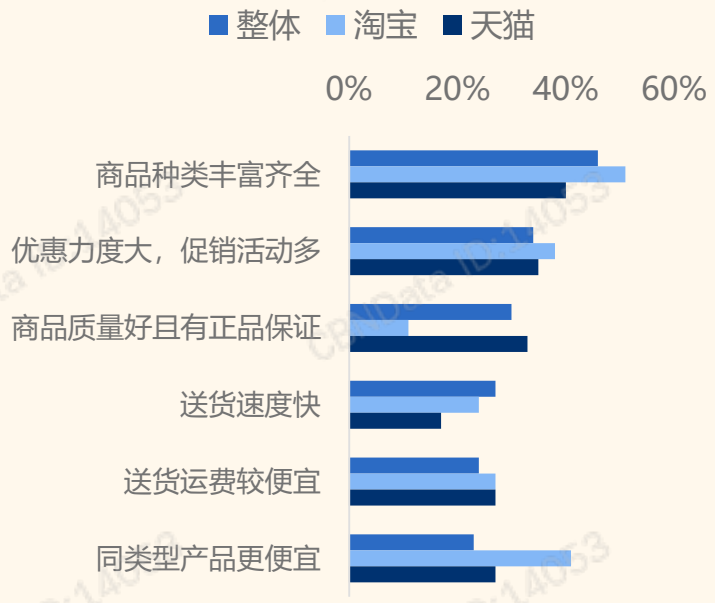
天猫淘宝海外已帮助商家链接



数据来源：天猫淘宝海外官网

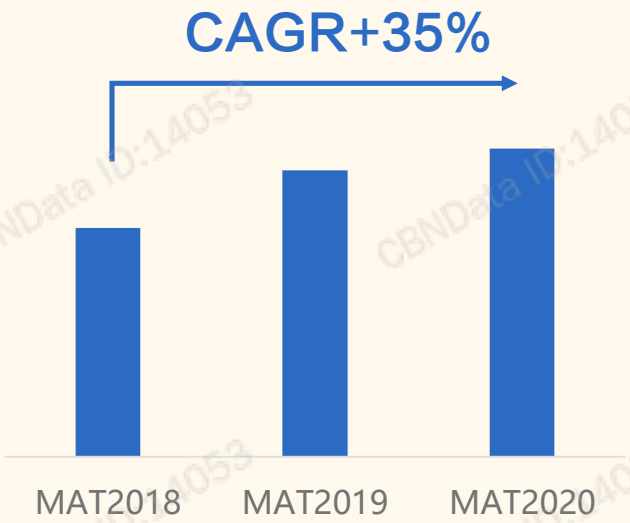
天猫淘宝海外以丰富的种类、优惠的商品及高效的物流占据海外消费者的心智，维持可观增长

海外华人青睐某电商平台的原因TOP5



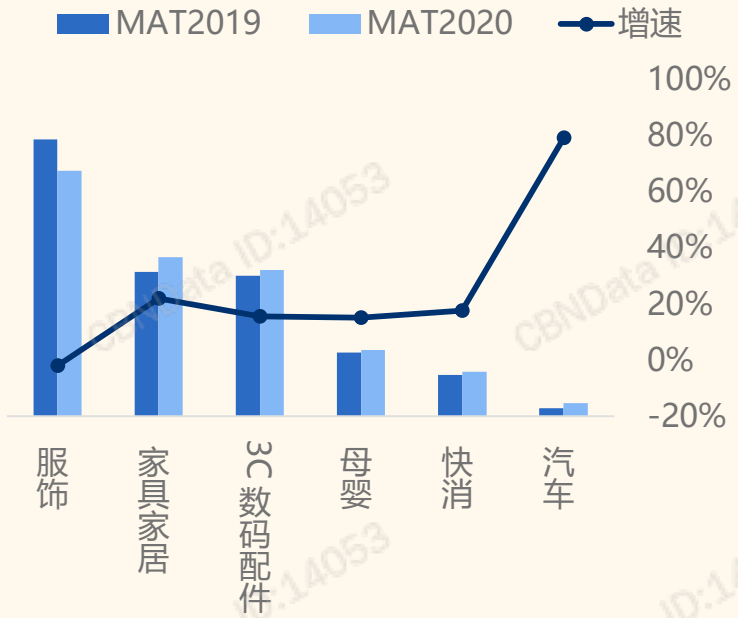
数据来源：天猫淘宝海外

MAT2018-MAT2020天猫淘宝海外市场消费规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020天猫淘宝海外市场重点行业分布&增速



数据来源：CBNData消费大数据

02

跨境出口市场消费趋势



CBNData ID:14053

跨境出口消费趋势

疫情虽笼罩，仪式感不缺席

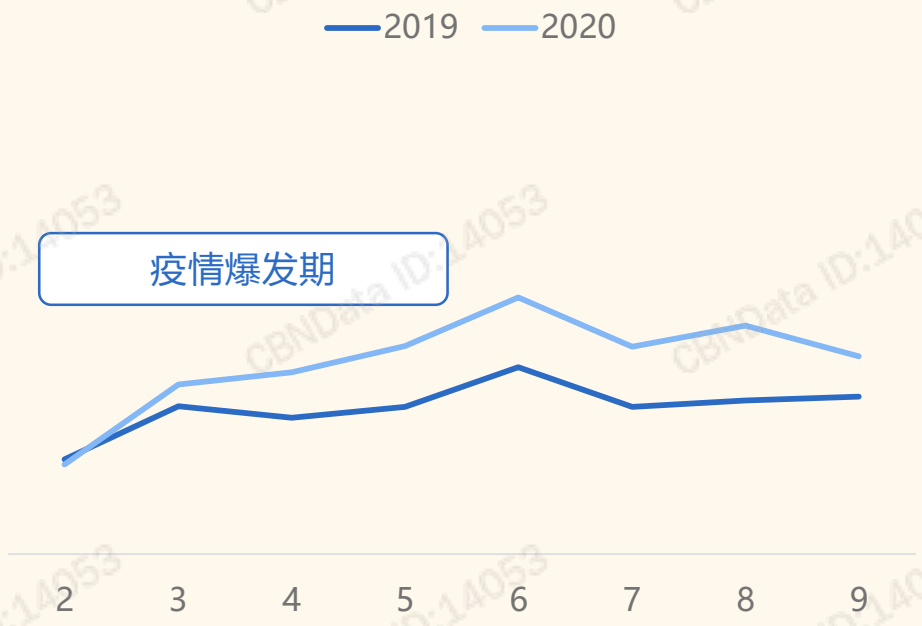
国内潮流趋势“出海”

国货美妆护肤“乘风破浪”

疫情笼罩之下，也要认真生活，家用电器与居家用品相关消费见涨

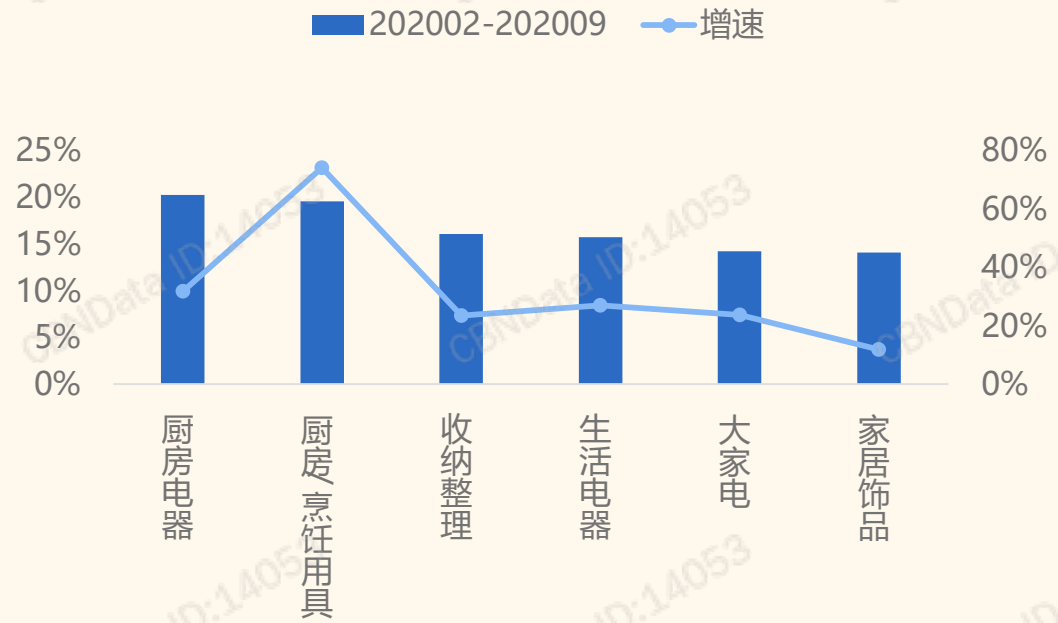
疫情的爆发，将大众困在家中。漫长的宅家时光里，悉心烹饪，耐心收纳，升级家电，装点房间等成了日常。家居相关的消费快速提升，厨房用具、收纳工具、以及生活电器等呈现高速增长。

2020疫情期vs2019同期
天猫淘宝海外家居大类消费规模按月走势



数据说明：2020疫情期特指202002-202009，下同，不做赘述
数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期vs2019同期
天猫淘宝海外家居各细分品类消费占比&增速

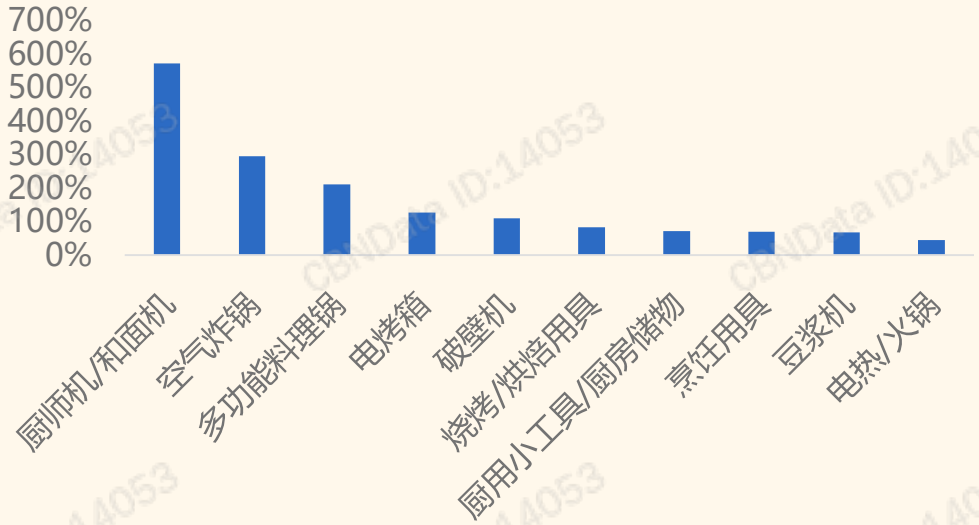


数据来源：CBNData消费大数据

民以食为天，居家“厨艺PK大赛”火热进行，煎炸炒炖蒸煮全Hold住

疫情也激发了大众的做饭热情，添置了各类厨房电器。和面机、空气炸锅、多功能料理机等最受青睐，消费增速显著。

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外
厨房电器&用具细分品类消费增速TOP10



MAT2020天猫淘宝海外 头部高潜力厨房电器&用具 增速TOP国家		
高潜力电器	电器功能	消费增速TOP国家
厨师机/和面机	和面/搅拌/打发	美国
空气炸锅	煎炸烘烤炒	新加坡
多功能料理锅	炒搅煮炖蒸焖焗	马来西亚
电烤箱	蒸烤	马来西亚
破壁机	磨粉/绞肉/碎冰/汤羹	新加坡

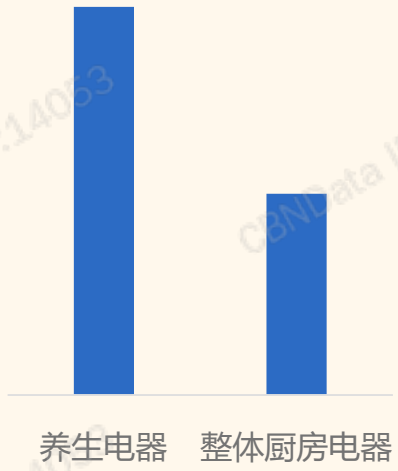
数据说明：此处选取消费规模占比大于等于1%的细分品类进行消费增速的降序排列；为更便于对比，此处将“厨师机/和面机”增速缩小50倍，“空气炸锅”增速缩小10倍，各品类相对增速保持不变
数据来源：CBNData消费大数据

数据来源：CBNData消费大数据

食补意识深入人心，养生电器受到青睐

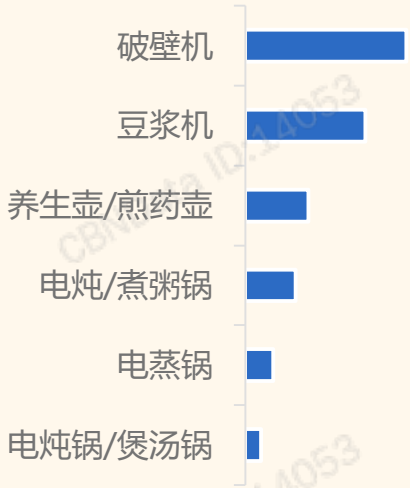
疫情之下，通过食补提高免疫力的重要性显而易见。海外华人添置养生电器的热情高涨，破壁机、豆浆机、养生壶等成为他们的首选。

2020疫情期vs2019同期
天猫淘宝海外
养生电器VS整体厨房电器消费增速



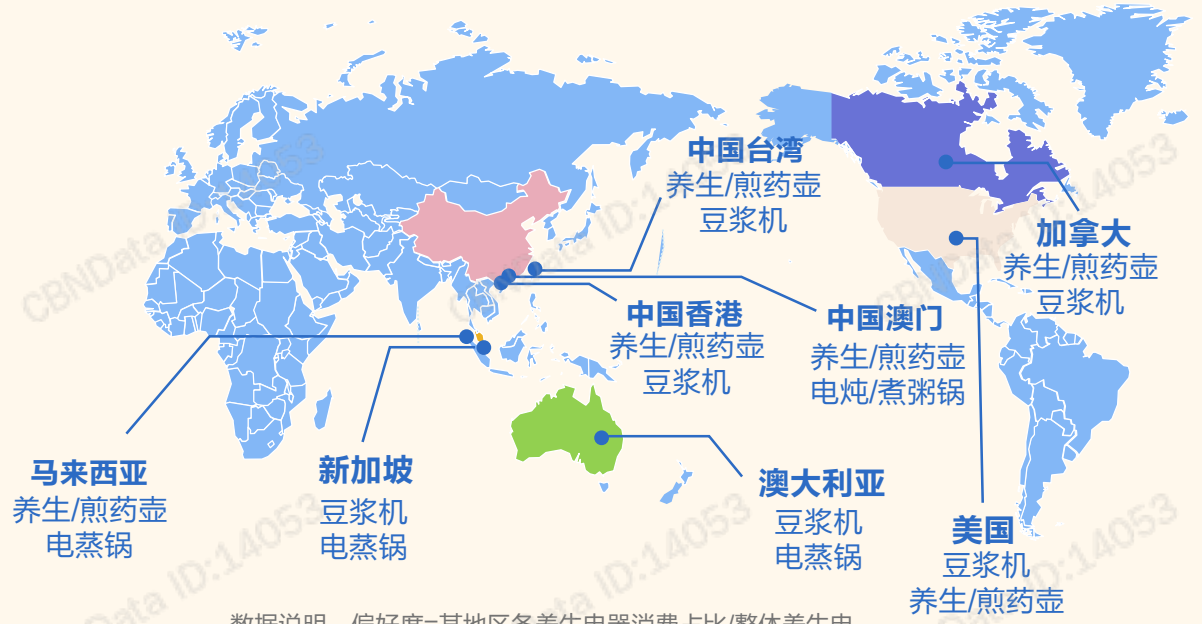
数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期
天猫淘宝海外
各类养生电器消费规模占比



数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期天猫淘宝海外
各国家/地区
最偏爱的养生电器

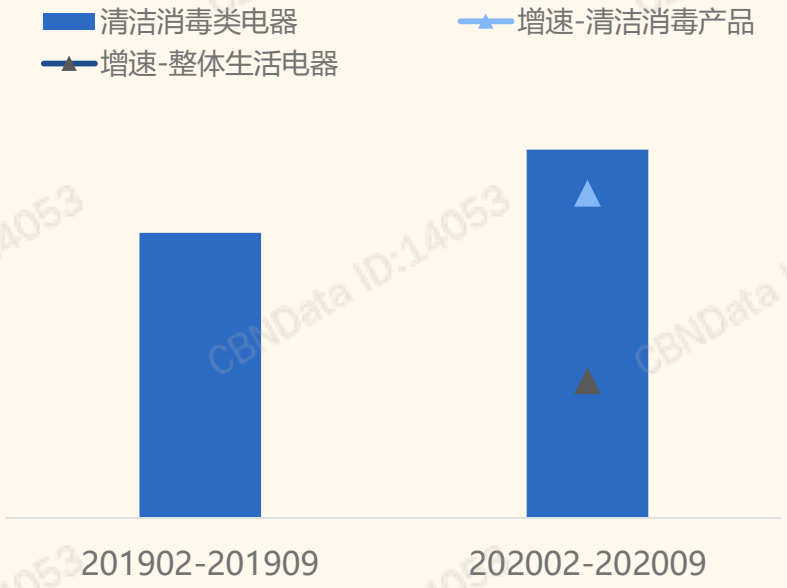


数据说明：偏好度=某地区各养生电器消费占比/整体养生电器消费占比-1
数据来源：CBNData消费大数据

居家清洁提上日程，空气净化重视度提升显著

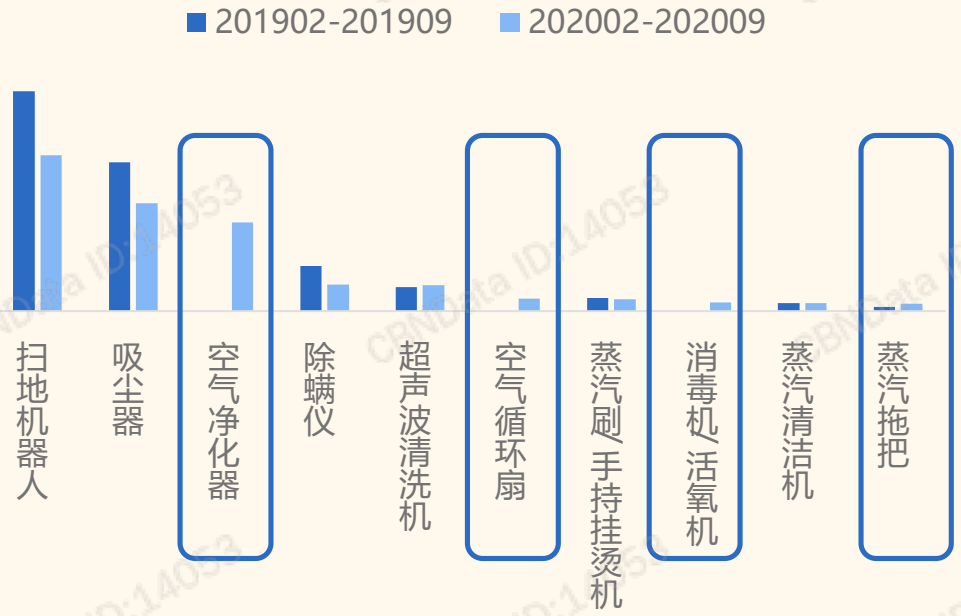
疫情之下，保持居家环境的清洁尤为重要，勤消毒的概念深入人心。清洁消毒类电器消费增速远高于整体生活电器，空气净化类电器重要性极速提升，消费占比大幅扩大。

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外
清洁消毒电器消费占比&增速



数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外
清洁消毒电器细分品类消费占比

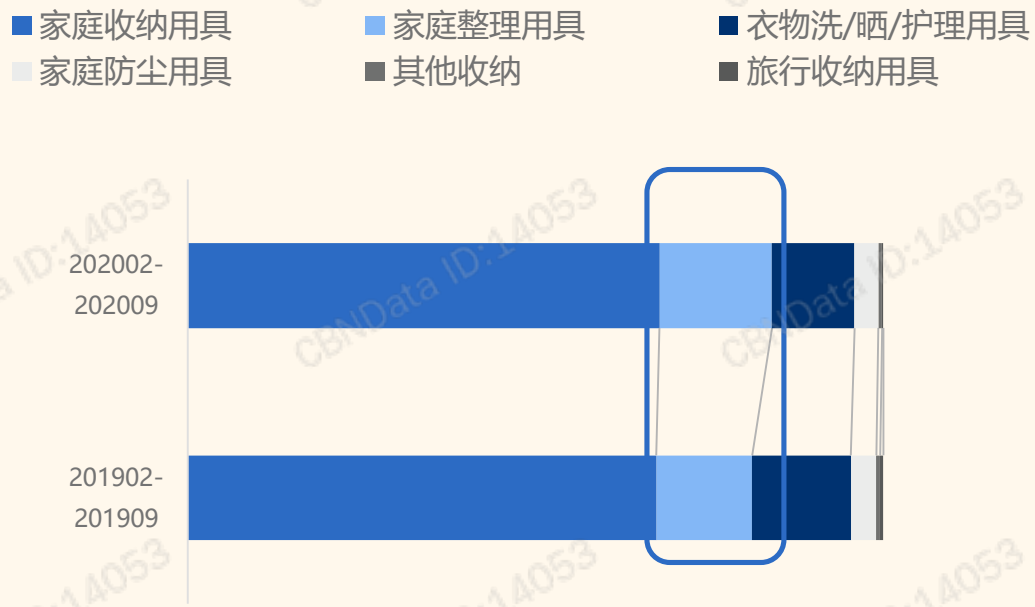


数据来源：CBNData消费大数据

点滴之处见精细，收纳小物件提升居家整洁度

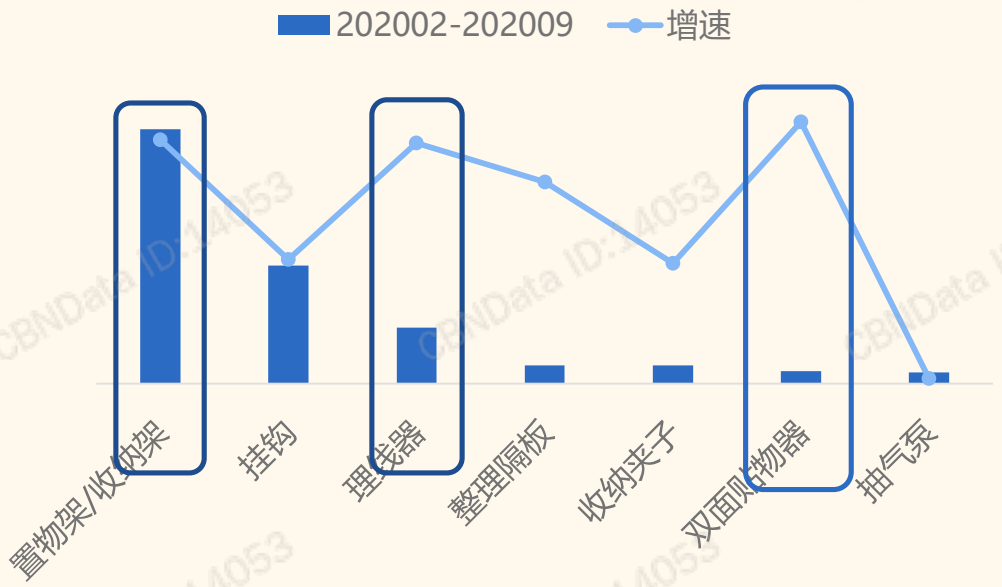
疫情大大拉长了人们窝在家中的时间，对空间整洁度的需求也随之增长。家庭整理用具的重要性凸显，置物架、理线器等小物件成为了宅家时提升整洁度的好帮手。

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外
收纳整理品类二级类目分布



数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期天猫淘宝海外
家庭整理用具头部细分类目消费占比&增速

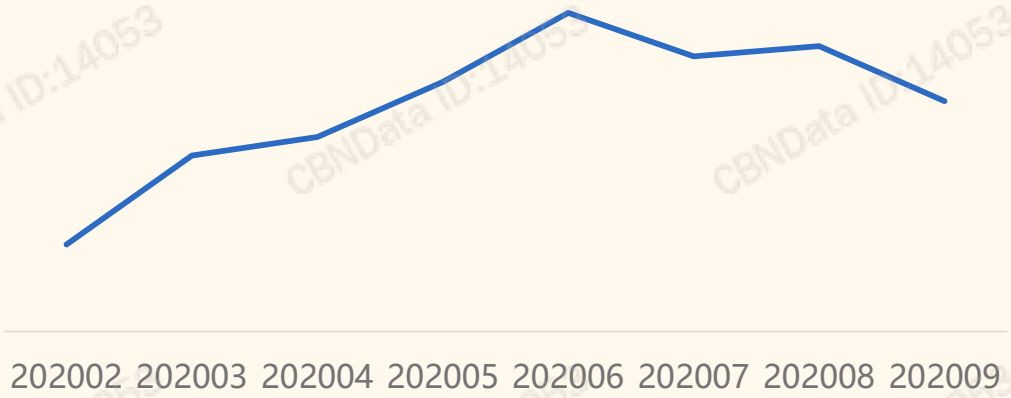


数据来源：CBNData消费大数据

大家电漂洋过海，娱乐屯粮两不误

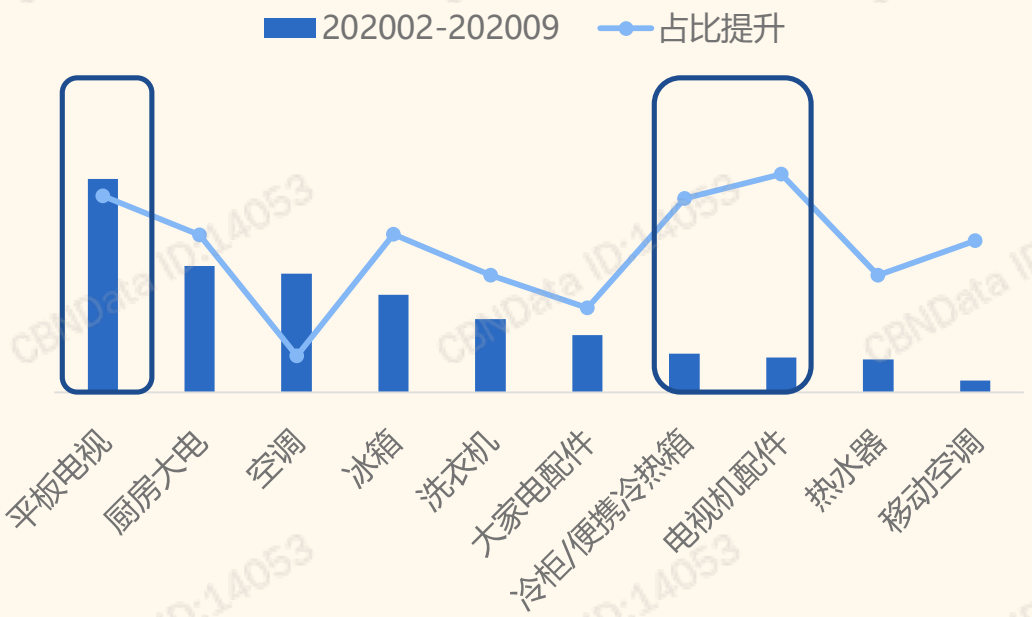
在疫情期间，海外华人也忙着给家中的大家电更新换代，整体大家电订单量持续走高。提升娱乐体验的平板电视，用来屯粮的冷柜等受到青睐。

2020年疫情期天猫淘宝海外
大家电订单量走势



数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外
TOP大家电消费规模占比&提升度

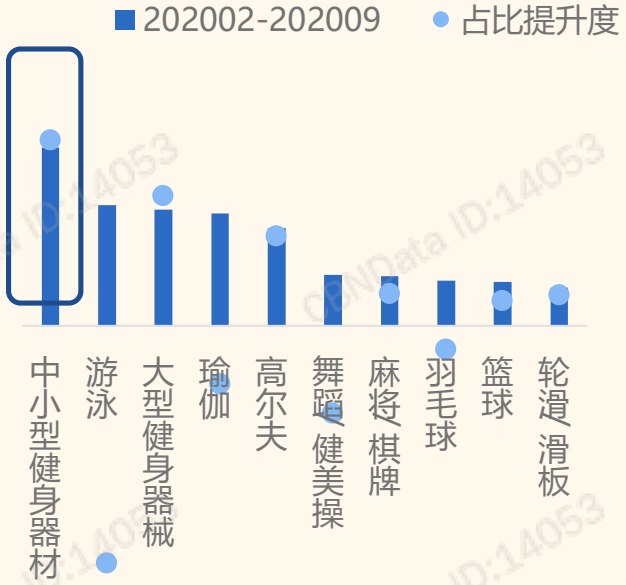


数据来源：CBNData消费大数据

创造居家训练场，举铁之余也不忘科学放松

居家训练，强健体魄，适合家中训练的中小型健身器材占比提升显著。除了力量训练外，放松肌肉也是训练中必不可少的一步，筋膜枪在海外华人中受到追捧。

2020疫情期vs2019同期天猫淘宝海外运动健身品类消费规模占比&提升度



数据来源：CBNData消费大数据

2020疫情期天猫淘宝海外中小型健身器材细分品类TOP10

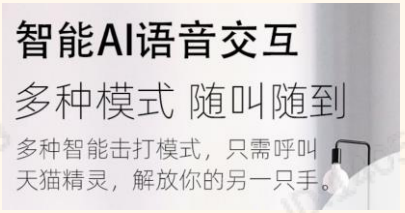


数据来源：CBNData消费大数据

筋膜枪不断进阶，提供更专业的支持

2020疫情期最受欢迎筋膜枪品牌TOP5	
TOP1	菠萝君
TOP2	施耐德
TOP3	云麦
TOP4	KUS
TOP5	Vangona/梵歌纳

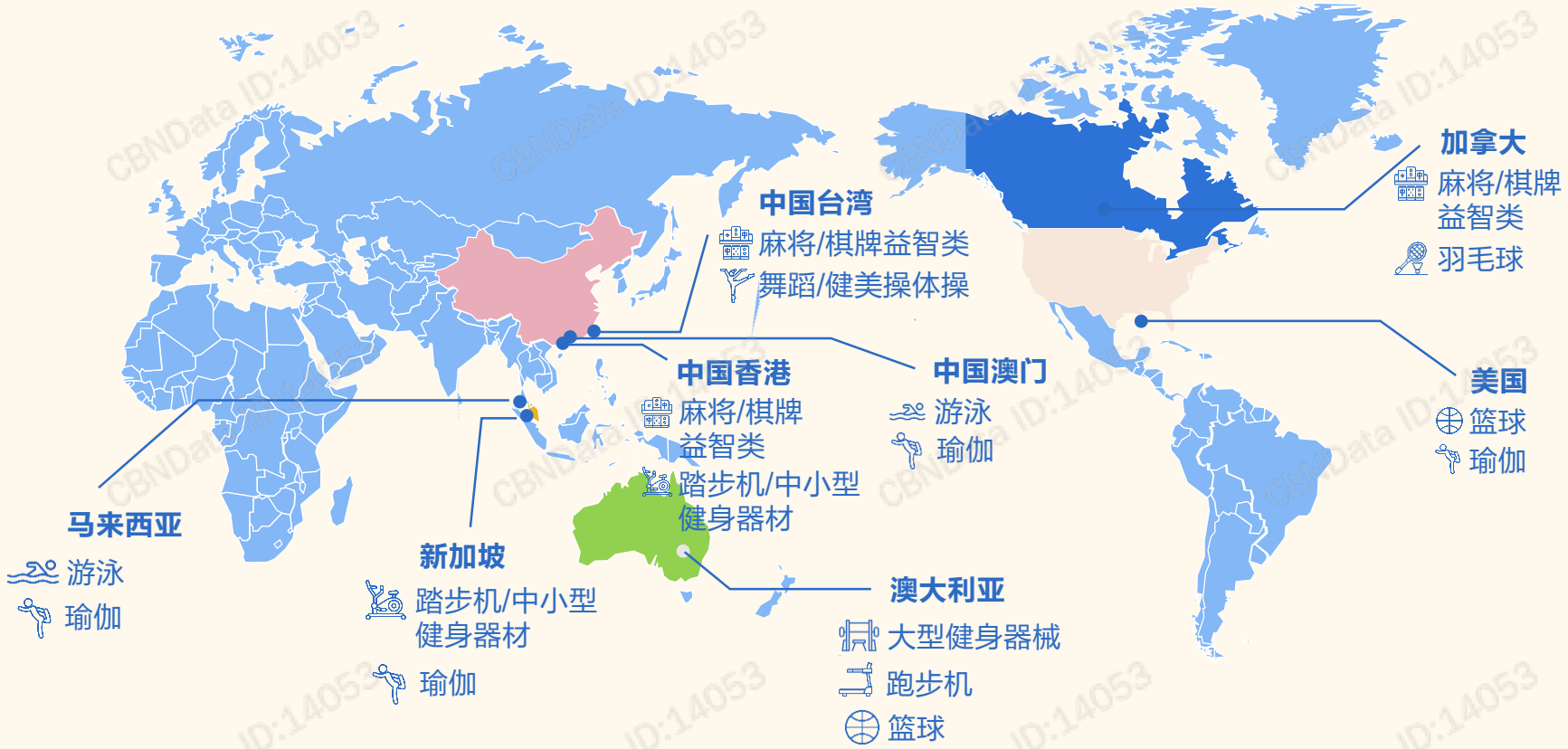




数据说明：最受欢迎品牌按照消费规模占比降序排列
数据来源：CBNData消费大数据

北美热爱球类运动，东南亚偏爱通过瑜伽与踏步机塑形

2020疫情期天猫淘宝海外各地区最偏好的运动型



数据说明：偏好度=某地区各运动器械消费占比/整体人群运动器械消费占比-1
数据来源：CBNData消费大数据

跨境出口消费趋势

疫情虽笼罩，
仪式感不缺席

国内潮流趋势
“出海”

国货美妆护肤
“乘风破浪”

CBNData ID:14053

各类圈层服饰出海，JK制服海外“上位”势头猛烈

汉服、JK制服与洛丽塔洋装被统称为“破产三姐妹”，在国内已具备大量粉丝，抖音播放量均达到百亿级别。JK制服出海势头强劲，订单量同比达到近翻倍增长。

汉服、JK制服与洛丽塔等
在国内迎来热潮

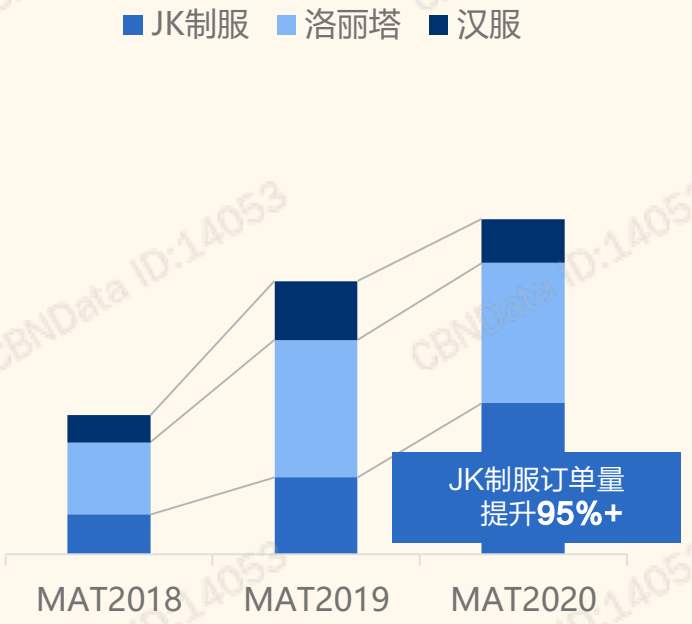
#汉服 抖音播放量 **431.9亿**

#洛丽塔 抖音播放量 **126.6亿**

#JK制服 抖音播放量 **120.6亿**

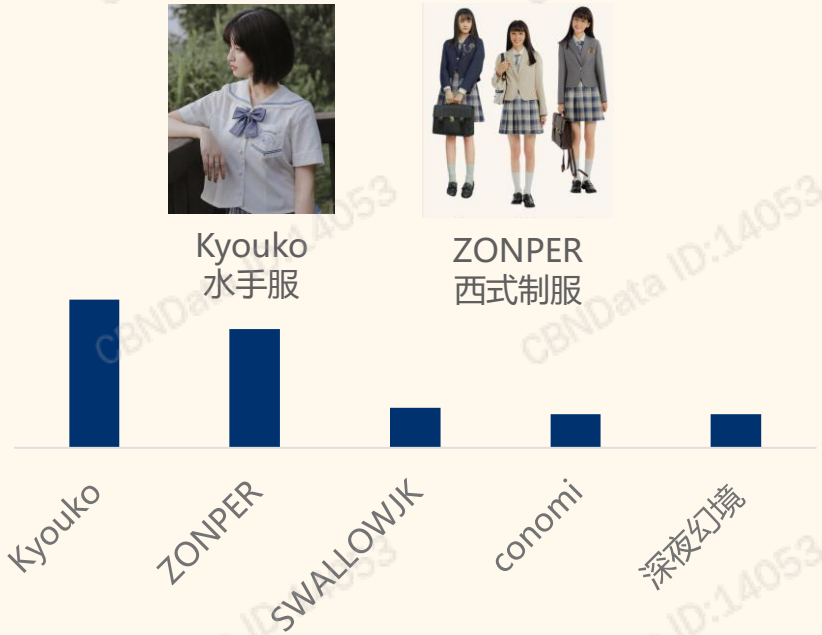
数据来源：抖音

MAT2018-MAT2020天猫淘宝海外
圈层服饰各类型订单量趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020
天猫淘宝海外JK制服品牌热度TOP5

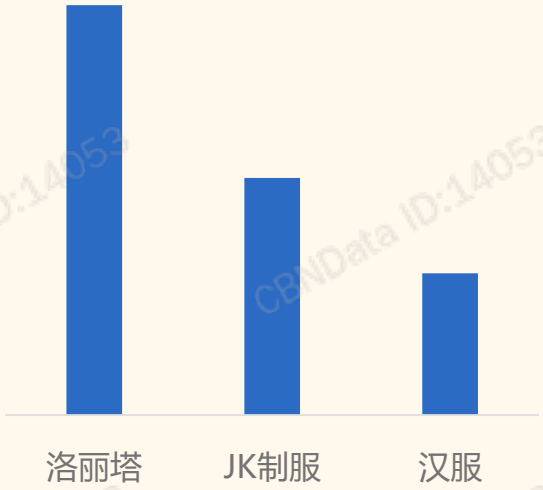


数据来源：CBNData消费大数据
图片来源于网络

日系与国风邂逅洋装洛丽塔，受海外华人追捧

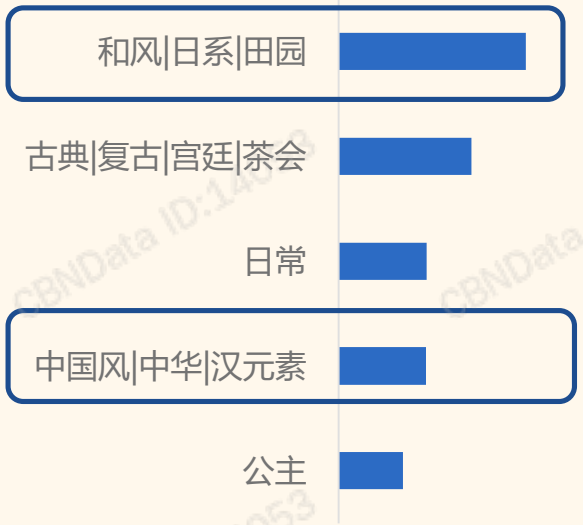
在各类圈层服饰中，洛丽塔洋装最能吸引海外华人为之“剁手”，人均消费远高于其他圈层服饰。洛丽塔虽为洋装，但日系和风、中国风等与之产生的中西碰撞也别具一格，鲜明的风格赢得了仙女们的心，消费占比居于高位。

MAT2020天猫淘宝海外
各类圈层服饰人均消费对比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020
天猫淘宝海外不同风格
洛丽塔服饰消费占比TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

洛丽塔热门风格&代表品牌

和风Lolita
热门品牌--时之砂

- 改良振袖衬衫
- 金鱼樱花水纹刺绣
- 日式缎面蝴蝶结



中华风 Lolita
热门品牌--巢

- 旗袍立领设计
- 琵琶六轮盘扣
- 梅花流苏胸针

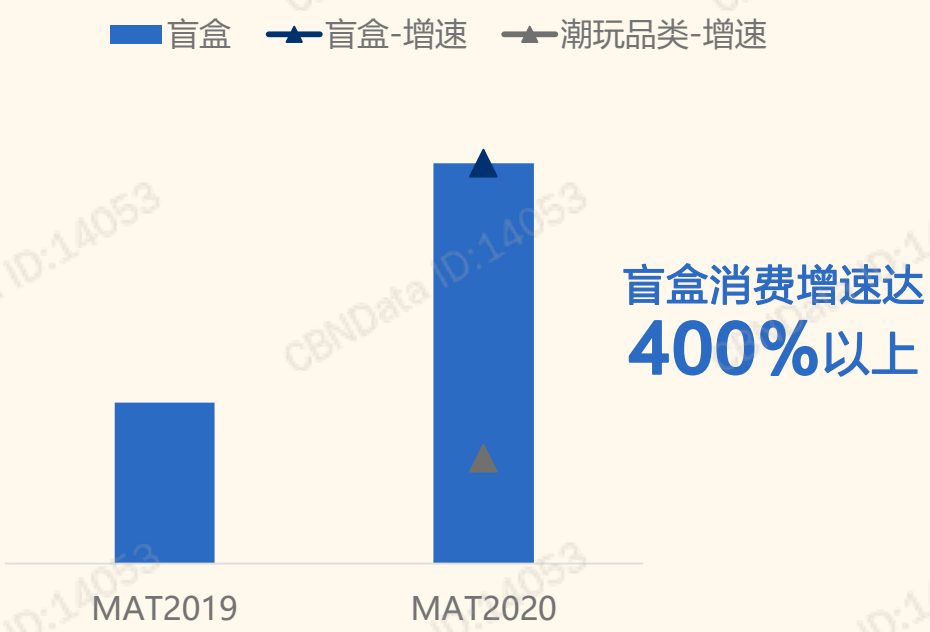


数据来源：CBNData消费大数据
图片来源于网络

盲盒风潮急速出海，IP类型不断丰富

风靡国内的盲盒也俘获了海外华人的心，线上海外盲盒消费爆发式增长，消费增速达到400%以上。盲盒在线抽盒机跃居各盲盒类别的首位，可见消费者对于“打开惊喜”的迫切之心。

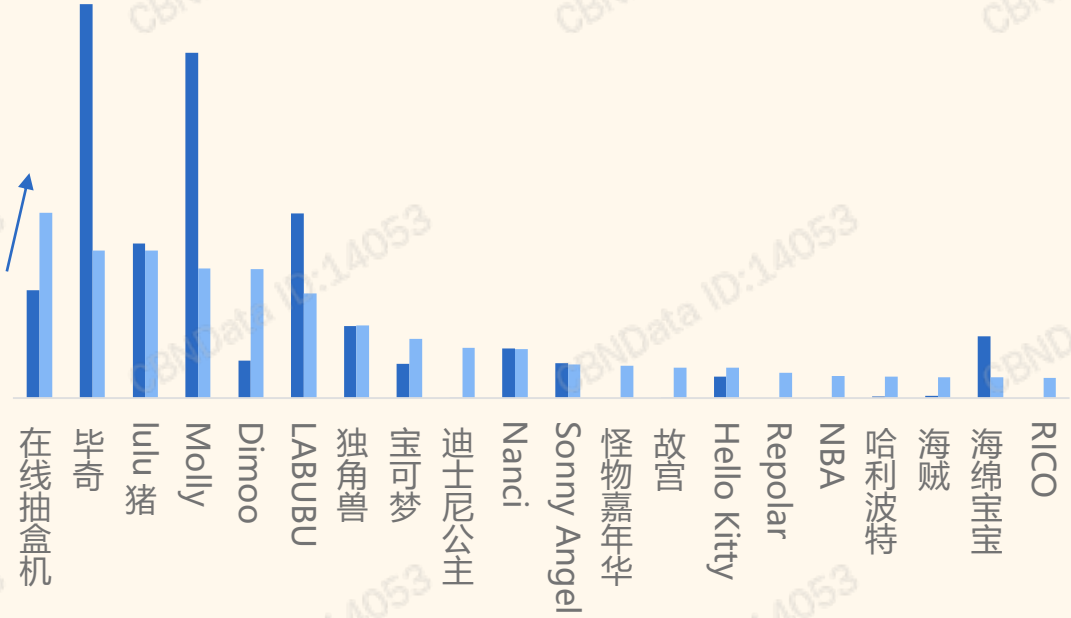
MAT2019-MAT2020天猫淘宝海外盲盒消费占比&增速



盲盒消费增速达400%以上

数据说明：盲盒消费占比=盲盒消费规模/盲盒所在二级类目整体消费规模
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020天猫淘宝海外各盲盒类型消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

盲盒新品牌迸发，逐渐开辟一席之地



数据说明：为更方便进行对比，此处将panini增速缩小50倍，游奇增速缩小5倍，各品牌间相对增速保持一致

数据来源：CBNData消费大数据

跨境出口消费趋势

疫情虽笼罩，
仪式感不缺席

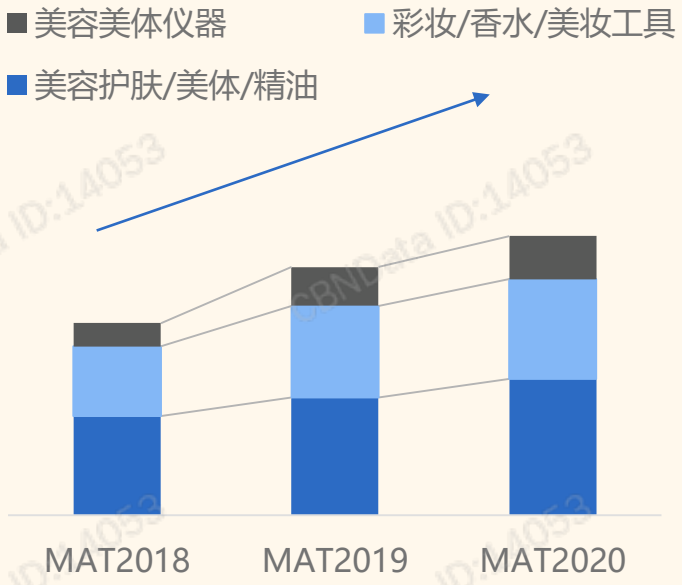
国内潮流趋势
“出海”

国货美妆护肤
“乘风破浪”

乘风破浪，彩妆护肤国货步入出海爆发期

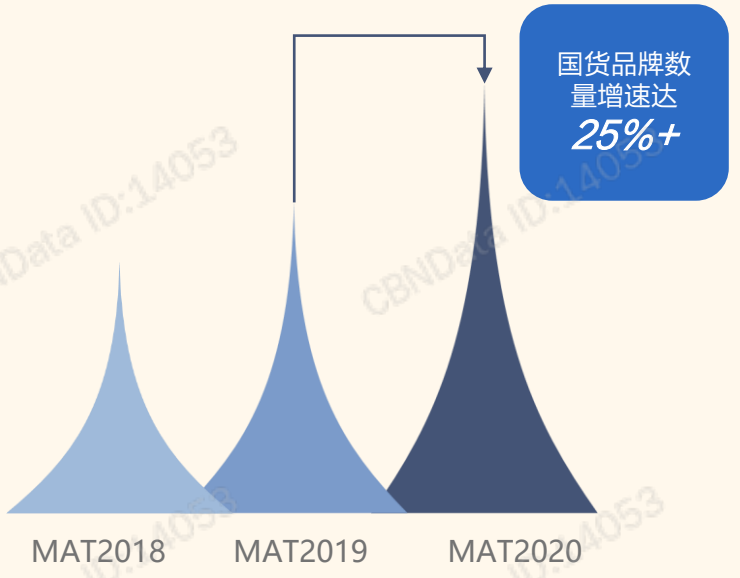
近年来，国货彩妆护肤品牌持续发力并俘获了众多拥趸，并顺利踏上了远征之路，出海品牌数连年增长，订单量占比过半，在出海彩妆护肤品中占据不可忽视的重要地位。

MAT2018-MAT2020天猫淘宝海外彩妆护肤品类消费规模走势



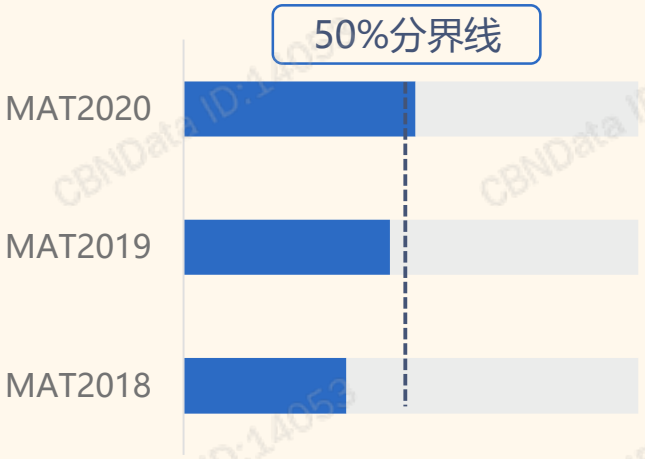
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020天猫淘宝海外彩妆护肤品类**国货品牌**数量趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020天猫淘宝海外彩妆护肤品类中**国货订单量**占比趋势

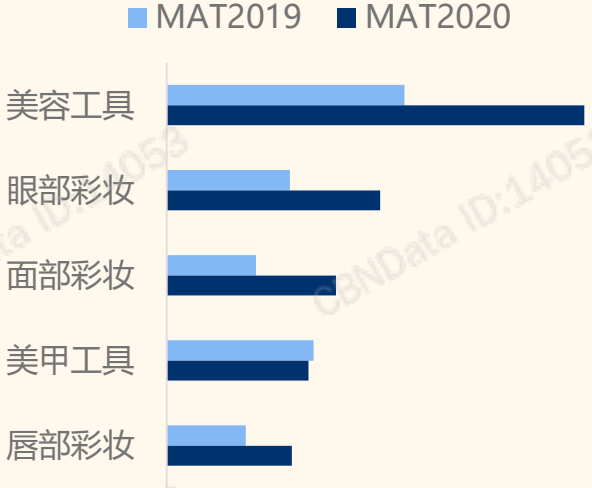


数据来源：CBNData消费大数据

装点明眸，“睫”然不同，眼部彩妆消费潜力快速释放

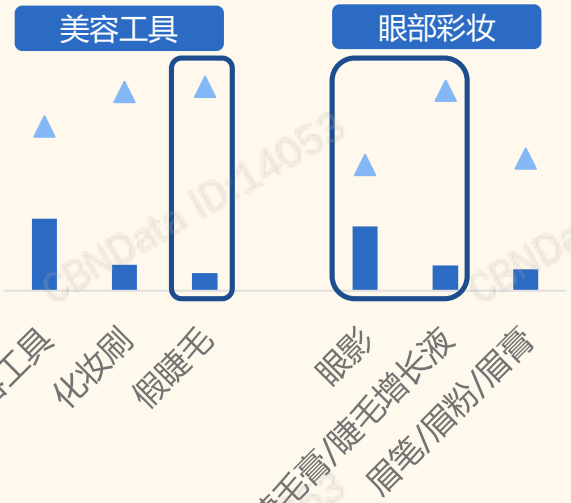
各类出海国货彩妆中，睫毛相关产品，如假睫毛、睫毛增长液等潜力快速释放；除此之外，眼影占据彩妆中的重要地位。完美日记是海外华人最青睐的眼影品牌，双十一大促期间迎来爆发增长。

MAT2019-MAT2020天猫淘宝
海外**国货彩妆**二级品类
消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020天猫淘宝
海外**国货彩妆**
头部细分品类消费占比&增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫淘宝海外国货彩妆重点细分类目最受欢迎品牌TOP3

	化妆/美容工具	眼影
TOP1	LONG WAY	完美日记
TOP2	健美创研	橘朵
TO3	棉森	ZEESEA

完美日记

双十一大促期间
日均成交金额
增幅达

40倍以上

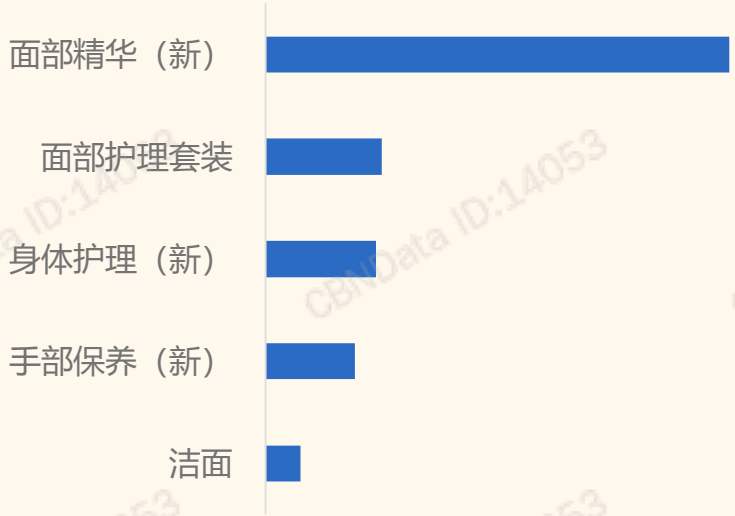


数据说明：双十一大促指的是11.1-11.3&11.11期间；日均成交金额增幅：双十一大促日均成交金额/同年十月日均成交金额-1，下同，不做赘述
数据来源：天猫淘宝海外

精细护肤，拥有从脸蛋到指尖的好底子

海外华人在护肤方面也愈发精细，身体护理与手部保养等重要性均快速提升。脸蛋的保养依旧是重中之重，面部精华热度提升最快。其中，“成分党”HomeFacialPro最受海外华人欢迎，双十一期间也引得仙女们争相“剁手”。

MAT2020天猫淘宝海外
国货护肤
细分品类热度提升度TOP5



数据说明：热度提升度：MAT2020订单量占比-MAT2019订单量占比
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫淘宝海外
国货面部精华
最受欢迎品牌TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

双十一全球包邮计划
最受欢迎护肤品牌



HomeFacialPro

双十一大促期间
日均成交金额
增幅达

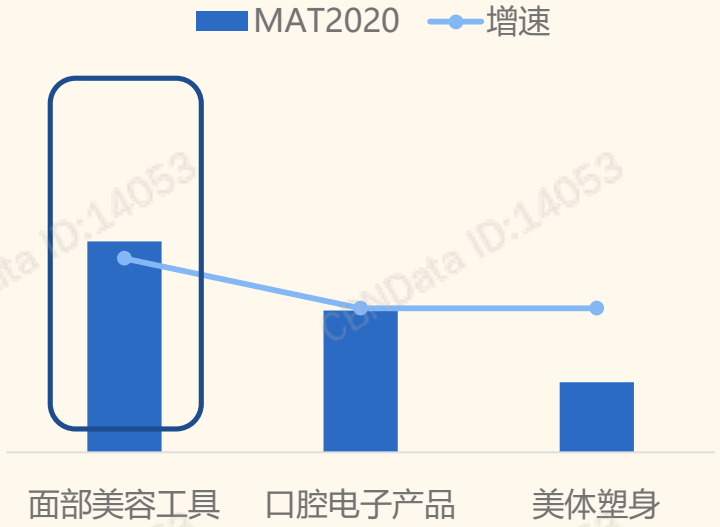
近**25倍**

数据来源：天猫淘宝海外

科技加持，美护需求更极致

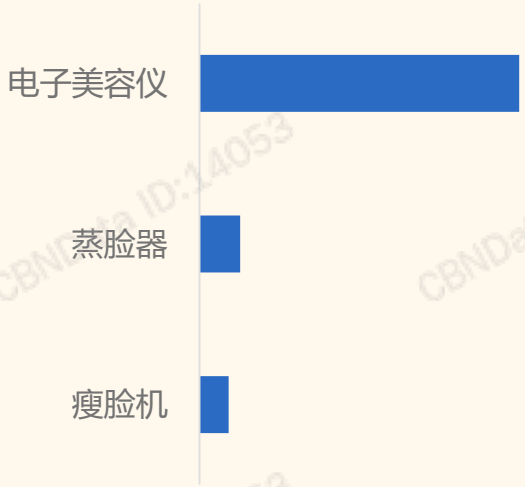
除了各种护肤产品外，海外华人也追求科技的加持。面部美容工具中，电子美容仪、蒸脸器等成为他们的“心头好”。

MAT2019-MAT2020天猫淘宝海外
国货美容美体仪器
重点类目消费规模&增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫淘宝海外
国货面部美容仪器
头部品类消费规模占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020
面部美容仪器
重点品类
最受欢迎品牌

电子美容仪	notime
蒸脸器	金稻
瘦脸机	2050

金稻

双十一大促期间
日均成交件数
增幅达

20倍以上



数据来源：天猫淘宝海外



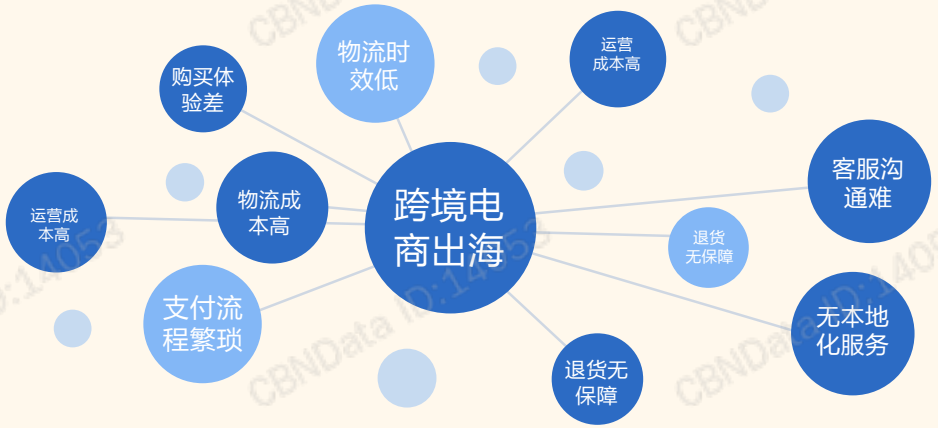
03

升级服务助力出海

CBNData ID:14053

直击出海痛点，全球包邮计划帮助商家货通全球

物流和服务
是困扰跨境电商出海业务的两大核心痛点



资料来源：《2019出海市场研究白皮书》

天猫淘宝海外推出“全球包邮”计划，
简约高效，一键卖至全球



资料来源：天猫淘宝海外

物流服务升级，为货品保驾护航

天猫淘宝海外X菜鸟专线飞机
固定航线包机

- 避免运营不稳定性
- 快递送达时间可控
- 舱位稳定性提升

双十一期间，专线飞机于杭州启动首飞，
5个半小时后即落地新加坡



资料&图片来源：天猫淘宝海外

全渠道组合触达，持续放量引成交

服务创新

全球乐享官IP

双十一独创全球乐享官IP，覆盖温哥华、悉尼、吉隆坡、新加坡、中国澳门及中国香港
新媒体曝光达**1181万**，互动观看达**2235万**



全球直播嘉年华

双十一6大分站直播，50场带货，近百位主播
中国香港**50小时**【淘宝电视台】直播盛世创造新体验



资料&图片来源：天猫淘宝海外

组合全域触达&引流

程序化投放
- 累计引入UV **175W+**，会员 **120W+**

SEO关键词卡位
- 累计引导UV **663W+**，会员 **143W+**

全球包邮计划引爆消费盛宴，成就品牌狂欢

全球好货，引爆海外新趋势

全球包邮计划赋能3C数码、服饰、彩妆护肤、美容仪器、健身器材等各品类商家，助力达成高效转化

双11天猫淘宝海外 一级类目成交TOP3

1. 女装/女士精品
2. 男装
3. 女士内衣/男士内衣/家居服

双11天猫淘宝海外 二级类目成交TOP3

1. 连衣裙
2. 男装
3. 女士内衣/男士内衣/家居服

双11天猫淘宝海外 一级类目增速榜/同比去年双11

1. 饰品/流行首饰/时尚饰品新 超4倍
2. 模玩/动漫/周边/cos/桌游 近4倍
3. 彩妆/香水/美妆工具 超3倍

双11天猫淘宝海外 二级类目增速榜/同比去年双11

1. 摆件 超9倍
2. 手链 近9倍
3. 项坠/吊坠 超5倍

2020双十一参与全球包邮计划成交TOP10商家

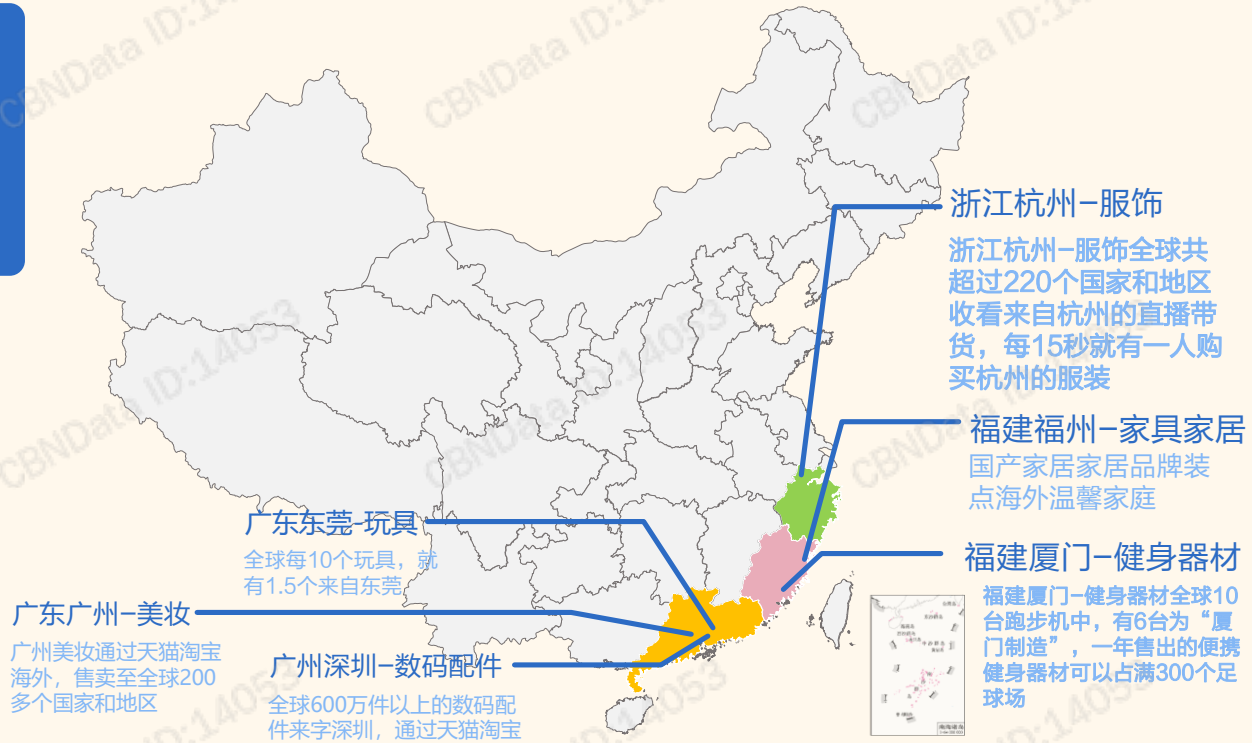
品牌	特征	双11成交环比十月日均增长
精臣	海外分类控，2万台标签机	超7倍
李宁	潮流服饰发力，超20倍爆发	超38倍
Perfectdiary	最受欢迎的彩妆品牌	超43倍
闪魔	TOP数码配件品牌，专业钢化膜	超4倍
Bananain	引领内衣增速，都爱无痕内衣	超26倍
金稻	个护新趋势，直发梳造型利器	超14倍
菠萝君	海外双11，爱囤的健身神器	超17倍
Homefacialpro	最受欢迎的护肤品牌	超24倍
Baseus	数码换新潮，TOP数码配件品牌	超6倍
小佩宠物用品	智能养宠新潮，超20倍爆发	超14倍

数据&资料来源:天猫淘宝海外

持续惠及产业带，数字化升级成为新的增长引擎

惠及产业带

天猫淘宝海外助力各产业带乘风出海



资料来源：天猫淘宝海外

双十一赋能产业带全面回血，数字化驱动增长

2020年天猫双十一，来自全国 **2000** 个产业带的 **120万商家**，**30万个外贸工厂** 全面与

今年天猫双11，数字化程度较高的产业带显示出更强的韧性和爆发力 **浙江、广东、江苏、福建** 的数字化标杆产业带示范效应显著，成交额大幅领跑全国

四川、河北、广西 的产业带成交额同比增速进入全国前三

资料来源：新华网

04

展望



CBNData ID:14053

三大趋势引领出海新章程：品牌化、数字化、全球化



中国产品向全球品牌进化，品牌影响力持续提升

跨境电商出口的同质化竞争加剧，
越来越多跨境电商出口企业意识到品牌化将成为未来企业竞争力的核心。
依托于跨境电商出口平台更加数字化的供应链能力，品牌商的整体海外市场不断扩大，品牌影响力不断提升。



数字化升级引领从中国供应链到全球供应链的蜕变

数字识别，全链路动态数字化
全域互联，标准化规则和共享化机制，实现全球供应链上下游快速响应
前置匹配，预判需求及库存
全球赋能，中国跨境电商供应链资源将进一步开放，成为全球跨境基础设施。



全球电商产业进一步融合与升级

中国跨境电商出口推动从“中国货通全球”升级到“全球货通全球”
在夯实服务全球消费者的基础上，正逐步赋能于全球各国的制造、流通领域，加速全球产业效率提升和成本的降低。

资料整理自网络

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
该报告数据不针对海外非华裔群体，均针对海外华人消费者。

数据时间段:
MAT2017-MAT2018: 2017.10.01-2018.09.30
MAT2018-MAT2019: 2018.10.01-2019.09.30
MAT2019-MAT2020: 2019.10.01-2020.09.30
2020年疫情期：2020.02.01-2020.09.30

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION
版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）及阿里巴巴集团所有。

凡未经我司与阿里巴巴集团书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司与阿里巴巴集团版权的行为，我司及/或阿里巴巴集团将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US
关于我们

联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。

CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

CBNData ID:14053

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData官网

CBNData官方微信号

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

CBNData ID:14053