

跨境电商电子刊物

2022 年第 10 期（总第 34 期）

2022 年 10 月 25 日

主要内容：

- 【资讯】商务部宣布将再新增一批跨境电商综合示范区
- 【资讯】上海支持跨境电商和物流企业等共建共享海外仓
- 【资讯】预计今年全球电商销售额将达到 5.4 万亿美元
- 【资讯】东南亚：直播电商市场规模 2023 年将达 190 亿美元
- 【资讯】印尼：TikTok Shop 成最受欢迎购物平台
- 【资讯】阿里国际站：符合欧盟法律要求的商品可直销以色列
- 【资讯】Temu：冲至美区苹果商店购物类前五
- 【资讯】Shein：成法国今年 Q2 访问量增长最快的平台
- 【资讯】速卖通：为跨境卖家提供 30 天免息贷款
- 【资讯】国家公布 24 个骨干冷链物流基地建设名单
- 【活动】跨境电商财税合规专场讲座
- 【活动】2022 国际贸易投资洽谈会
- 【出口】小麦/大麦/亚麻籽等农产品、名片/文件夹/信笺信封
印刷解决方案、时尚滑雪服品牌商标、化妆品/身体护理用品

一、 跨境电商资讯

(一) 国内跨境电商

商务部宣布将再新增一批跨境电商综合示范区

国务院新闻办公室 9 月 27 日举行国务院政策例行吹风会，商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文在会上表示，为了把跨境电商的潜力发挥得更好，商务部在新一轮外贸措施里又采取以下几项措施：

第一，商务部计划扩大跨境电商综合示范区范围，准备再新增一批跨境电商综合示范区。2015 年，我国成立第一家跨境电商综合示范区，之后国务院批准了 6 批跨境电商综合示范区。数据显示，第一个跨境电商综试区所在地——浙江杭州，七年来培育电商卖家 4.9 万家，海外注册商标超过 2000 个，领军企业价值超过 1 亿美元以上的有 23 家，跨境电商进出口额超过 1000 亿人民币。

第二，商务部将出台支持跨境电商政策。商务部已经会同相关部门提出了 8 条支持海外仓发展的政策措施，包括利用外经贸发展专项资金和服务贸易创新发展引导基金等支持海外仓建设，优化跨境电商出口海外仓监管模式备案。

(来源：每经网)

上海支持跨境电商和物流企业等共建共享海外仓

10 月 9 日，上海党委专题系列第七场新闻发布会上，上海市商务委党组成员、副主任张国华表示，上海将持续深化跨境电商示范园区建设，支持跨境电商、物流企业等共建共享海外仓。

同时，上海将支持扩大国际贸易分拨中心示范企业集群，鼓励综保区内企业扩大保税维修业务规模；加快推进浦东新区部分再制造产品按照新品实施管理试点；推动服务贸易创新发展试点各项任务落地落实。

在功能提升上，上海将培育一批离岸贸易标杆企业，加快形成具有国际竞争力的跨境电商产业集群，扩大国际航行船舶保税油加注业务规模，着力发展数字贸易，加快建设数字贸易国际枢纽港。

(来源：上海证券报)

四川省首个跨境电商零售进口退货中心仓正式投用

9月29日消息，在四川成都国际铁路港综合保税区跨境电商退货中心仓内，相关工作人员日前对10余票跨境电商退货商品进行分拣、整理、质检后，经青白江海关审核查验并完成申报。这标志着四川省首个跨境电商零售进口退货中心仓模式测试成功，并正式投用。

该模式是指在跨境电商零售进口模式下，退货中心仓企业可在海关特殊监管区域内的跨境电商退货商品专用存储地点，将消费者的退货商品进行接收、分拣，对于符合退货监管要求的商品，按现行规定向海关申报退货，申报完成后可进行重新上架销售。

(来源：锦观新闻)

(二) 全球跨境电商

全球：预计2022年电商销售额将达到5.4万亿美元

9月28日消息，根据GroupM发布的最新报告，今年全球零售市场收入将达到1010亿美元，同比增长15%。今年全球电商销售额预计将达到5.4万亿美元，占全球零售额的19%，未来五年可能增长到25%。其中，美国、中国、日本、德国、英国、加拿大和澳大利亚七个市场占了61%。

(来源：AMZ123)

亚太地区：电商销售收入将达2.09万亿美元

10月14日消息，联邦快递发布《电子商务未来趋势》。调查显示，亚太地区覆盖了中国大陆、印度、日本、韩国等全球最大的电子商务市场，网络购物用户规模已达到该地区总人口的57%，预计2022年该地区电子商务销售收入将高达2.09万亿美元。特别是在中国市场，电子商务的增长更是领先于亚洲其它地区，2021年网上零售额达到13.09万亿元人民币，预计到2025年将达到17万亿元人民币。

(来源：FedExPlus)

欧洲：跨境电商市场去年营业额超1400亿欧元

10月18日消息，据欧洲跨境商务最新报告显示，欧洲跨境电商市场的营业额在2021年同比增长18%，达到1410亿欧元，高于2020年的1150亿欧元和2019年的840亿欧元。

在欧洲销售的全球电商平台中，亚马逊和eBay分别以510亿欧元和250亿欧元在2021年占据了最大份额。此外，欧洲跨境电商平台10%的市场在英国，34%在欧洲以外的国家和地区，主要是美国。

(来源：国家邮政局)

东南亚：直播电商市场规模2023年将达190亿美元

10月10日消息，根据泰国在线支付网关Omise的最新调研数据，东南亚直播电商行业的商品交易总额(GMV)年增长率达306%，订单量一年增长了115%。

Omise预测，到2023年，东南亚直播电商的市场规模将达到190亿美元。

(来源：中新社华舆)

美国：2022年订阅电商销售额将提升15%

10月12日消息，全球市场研究机构eMarketer发布了2022年美国订阅电商报告：预计2022年美国订阅电商销售额将增长15%，相比于2020年、2021年增速有所放缓。

食品、美容个护等生活必需品类将是2022年美国订阅电商增长的最强驱动力，且订单履约能力是商家保持订阅服务稳定增长的关键。

(来源：eMarketer)

全球：8月最受欢迎电商平台排行榜出炉

9月30日消息，Similarweb公布了2022年8月全球最受欢迎的电商平台排名：亚马逊美国站排名第一，紧随其后分别是eBay、速卖通、沃尔玛。

(来源：EU电商)

法国：衣服、鞋类和配饰等品类最火

在法国线上平台中，亚马逊尤其受线上消费者欢迎。53%的受访者表示他们非常依赖亚马逊平台。能与之匹敌的是法国本土全渠道零售商Fnac Darty，获

得 23% 的法国消费者青睐，其次是线上平台 E. Leclerc (20%) 和文化创意商品网站 Cultura (18%)。

法国消费者最有可能从海外购买衣服、鞋类和配饰等品类。大多数法国消费者在网上购物所选的国家中，中国市场占比份额为 44%，紧随其后的是德国和英国，市场份额各占 13%。

(来源：雨果网)

印尼：TikTok Shop 成最受欢迎购物平台

9 月 29 日消息，市场研究机构 Populix 发布了关于在印尼使用社交媒体进行在线购物的最新报告。报告显示，86% 的受访者表示曾使用社交媒体平台进行购物。45% 的受访者表示 TikTok Shop 是最受欢迎的社交媒体购物平台；其次是 WhatsApp (21%)、Facebook Shop (10%) 和 Instagram Shopping (10%)。

印尼消费者通过社交媒体在线购物的平均花费约为 275000 印尼盾/月(约合 18 美元/月)。他们还表示会继续使用 TikTok Shop 和 Facebook Shop，并考虑在未来更多地使用 Instagram Shopping 进行购物。

(来源：电商资讯)

巴西：Shopee 成为上半年搜索次数最多的平台

9 月 27 日消息，根据 NielsenIQ 编制的 Webshoppers 46 报告，巴西电子商务在 2022 年上半年的销售额达到 1186 亿雷亚尔(约合人民币 1608 亿元)，与 2021 年同期相比增长了 6%。

2022 年上半年，54% 的巴西消费者选择在外国公司的平台上网购，在被搜索次数最多的外国平台中，排名前 5 名分别是：Shopee 占 42%，速卖通占 34%、亚马逊占 31%、Shein 占 16% 和 Wish 占 7%。

目前巴西共有约 4980 万线上消费用户，与 2022 年初的 4200 万相比增长了 18%。虽然消费总量得到了增长，但根据调查，人均消费水平降低了 7-8%。

(来源：巴西商业资讯网)

越南：Shopee 用户数接近 4450 万

9 月 30 日消息，全球移动通信系统协会 (GSMA) 在今年 8 月发布的数字社

会指数报告显示，Shopee 的用户接近 4450 万，比去年增加了 25.69%。

目前越南的主要数字平台是每月用户超过 7500 万的 Zalo，其次是每月用户约 6570 万的 Facebook。

(来源：MS mobile)

(三) 跨境电商平台

阿里国际站：符合欧盟法律要求的商品可直销以色列

9 月 28 日消息，阿里国际站发布关于符合欧盟标准电器产品出口以色列的公告，提示商家从 9 月起，如商品已经符合欧盟法律要求，可直接销往以色列，无需再获得以色列标准协会 (SII) 的认证。但相关进口商须向以色列能源部提供产品符合欧盟进口要求的证明文件。这种情况下，商家无需支付以色列标准协会的测试费用。同时，关于商品，商店的突击检查系统将会代替港口检查。

(来源：阿里国际站)

Temu：冲至美区苹果商店购物类前五

10 月 18 日消息，拼多多跨境电商平台 Temu 于 9 月初正式在海外上线，如今，Temu 在美国的下载量持续攀升。截至 10 月 15 号，Temu 在美国的苹果商店购物类 APP 中排名已冲至第 5 位，前四名分别是 Amazon Shopping、SHEIN、Walmart 以及 Shop。此外，目前已经有 Temu 卖家店铺日销过千单。

Temu 的商品运输时间一般在 7-10 天，订单页会有承诺的到货时间，如果运输超时，平台还会全额退款，超时送到的商品用户可免费保留。

(来源：界面新闻)

SHEIN：宣布推出二手转售平台

SHEIN 宣布推出 SHEIN Exchange，这是一个综合的在线个人对个人的转售购物平台，用于买卖 SHEIN 的二手产品。客户可以在平台买卖以前拥有的 SHEIN 产品，而无需支付通常需要承担的高额平台费用。SHEIN Exchange 的目标是通过为客户提供一站式平台来满足社区需求，使他们成为循环时尚的积极参与者，并推广购买二手服装的好处。

(来源：SHEIN)

Shein：成法国今年 Q2 访问量增长最快的平台

10月14日消息，Médiamétrie 和 Fevad 公布了 2022 年第二季度法国电商平台访问量排名。在访问量最大的前 20 个电商平台中，Shein 成为访问量增长最快的网站，排名比去年跃升了 5 位，排在第 12 位。目前，Shein 在法国每月吸引超过 1040 万名独立访客（UV），相当于法国 16% 的人口。

（来源：亿恩网）

TikTok Shop：店铺数量突破 13 万

截至 2022 年第三季度，TikTok Shop 的店铺数量已经突破 13 万，其中，印尼市场占比最高，为 54%，之后分别是越南（12%）、泰国（10%）、马来西亚（9%）、菲律宾（8%）和英国（7%）。

TikTok Shop 店铺营业额在 1 万美金以下的占比最高，为 86.72%；营业额超过 10 万美金的占比为 2.45%。最热销的类目，依旧集中在美妆个护、服装、儿童时尚和居家日用品类，销量占整体 56%，销售额占整体 66%。

（来源：跨境东南亚）

速卖通：为跨境卖家提供 30 天免息贷款

9月29日消息，为助力跨境卖家今年海外双十一的促销活动，速卖通宣布，将联合网商银行为卖家提供为期 30 天的免息贷款。速卖通卖家可以一键领取，只要打开支付宝，搜索“网商贷”点击“福利”，即可看到对应权益。

该权益卖家既可以用速卖通店铺的名义申请额度，也可以以个人的名义去申请，而且两种额度可以叠加使用。

（来源：阿里巴巴全球速卖通）

亚马逊：首届 Prime 会员早享日销量破亿

10月17日消息，首届亚马逊 Prime 会员早享日收官战报出炉。活动期间，亚马逊 Prime 会员购买商品超 1 亿件，其中大部分来自中小企业。服装、居家用品、玩具成为最受欢迎品类。

Numerator 数据显示，首届亚马逊 Prime 会员早享日的平均订单规模为 46.68

美元，低于 2022 年 Prime 会员日的 60.29 美元。商品平均单价为 30.06 美元。

(来源：亚马逊全球)

Lazada : 新入驻商家创收增长 75%

10 月 17 日消息，Lazada 泰国 CEO 维拉蓬透露，Lazada 消费者统计数据显
示，近来平台电商销量增加了 50%，新入驻商家创收增长 75%，且今年上半年平
台 Z 世代消费者数量增加了 3 倍。

数据还显示泰国人智能手机使用时间排全球第 2 名，平均每人每天使用手机
5 小时 28 分钟。泰国人最喜欢的 3 类网络活动主要是观看娱乐动态、社交以及
购物。

(来源：泰国中华日报)

Shopee : 新加坡站点将于明年起征收低价值商品税

Shopee 发布新加坡站点发布将从明年起开始征收低价值商品税及海外仓激
励计划的通知，根据新加坡政府的规定，自 2023 年 1 月 1 日开始，将向新加坡
个人买家购买的进口低价值商品（指所有从海外通过空运/邮寄的方式到达新加
坡，且售价在 400 新币或以下的商品）征收 8% 的消费税（GST）。

同时，2023 年低价值商品消费税将由买家承担，届时平台将会在卖家中心
商品价格界面，统一增加 8% 消费税，卖家无需自行改价或支付任何费用。卖家
可以酌情调整店铺相关营销工具，如优惠券、加购优惠、套装优惠等。

(来源：Shopee)

Shopee : 将上调多个站点佣金汇率

Shopee 发布墨西哥、智利及哥伦比亚站点佣金费率调整通知，详情如下：
自 2022 年 11 月 1 日起，Shopee 墨西哥/智利/哥伦比亚站点生成的订单平台佣
金费率将调整为 10%，其交易手续费率不变。

(来源：Shopee)

Shopee : 中国跨境卖家可直接本地仓库发货

9 月 29 日消息，Shopee 已在马来西亚、泰国、菲律宾、越南等市场设立海

外仓，并在中国南宁加设境内仓。同时，中国卖家可开设第三方仓库（3PF）店铺，前台显示本地发货。

卖家满足报名要求和考核目标并通过 Shopee 审核，即可选择使用当地自有仓库或与本地其他第三方仓库合作，对接 Shopee 的尾程。Shopee 将提供仓储、出货、售后等一站式管理，卖家只需负责将商品运货到当地市场海外仓或南宁仓。店铺产生订单后，打包出货、跟进售后等环节由 Shopee 负责。

（来源：亿邦动力）

Shopify：明年将停用 eBay 应用程序

eBay 澳大利亚发布公告称，2023 年 1 月 1 日起，Shopify 上的 eBay 应用程序计划停用。2022 年 12 月 31 日之后，该应用程序将不再可用。卖家如需在该日期之后通过 Shopify 继续管理其 eBay 店铺商品，卖家需要迁移到第三方应用程序，或者直接在 eBay 网站上管理商品。

（来源：eBay）

eBay：全球 Top100 卖家榜单出炉

10 月 11 日消息，Marketplace Pulse 公布了 eBay 全球 Top100 卖家榜单，来自英国和美国的卖家占据榜单多数席位。位居榜首的是来自英国的 musicmagpie，自 2011 年以来，共售出了 3600 万件商品。排名第二、第三的分别是 worldofbooks08（英国）和 mediops（德国），分别售出了 2800 万和 1900 万件商品。同时，榜单中有 11 位卖家来自中国，其中包括 jewelryfindingshop、mhestore2009 等中国卖家。

Marketplace Pulse 指出，eBay 拥有数千万卖家，但对 GMV 贡献最大的是少数顶级卖家。

（来源：Market Pulse）

eBay：美国站上线店面视频功能

9 月 30 日消息，eBay 美国站发布公告称，支持卖家在店铺和 listing 上添加视频，以展示品牌和商品。同时，卖家现在可以使用自定义模板创建新闻通讯、发送促销优惠、添加品牌，以此来提高知名度。这些工具将帮助卖家建立自己的

品牌，轻松地讲述品牌故事，并吸引回头客。

(来源: eBay 官网)

Yippy : 将其跨境电商平台扩张至中东国家

10月18日消息,亚洲电商营销平台Yippy本月将跨境电商平台首次扩展到中东国家,将约旦作为第一个市场。据悉,Yippy成立于2020年,是一套集成了对称信息聚合技术的智能云订单技术平台,该平台不直接附属任何在线购物平台,而选择直接与在线购物平台内的电子商务商家合作,以提供与来自各种电子商务平台的合作伙伴商家一致的大量广告和营销服务。

目前,亚马逊、沃尔玛、eBay、Poshmark印度的Flipkart、印尼的Tokopedia、日本的乐天、东南亚的Lazada、Shopee、中国的阿里巴巴、京东、淘宝等全球前30大网购平台均已加入Yippy的商家,并使用该公司的智能订单匹配服务。

(来源: MARKET WATCH)

(四) 跨境电商实务

电商平台内经营者遭遇恶意投诉该如何应对?

近年来,随着电商产业蓬勃发展,平台交易规模逐年快速攀升,恶意利用通知删除机制发送侵权通知的现象泛滥,导致平台内经营者遭受严重损失。为了维护合法权益,在平台内积极申诉举证不侵权的同时,一些经营者和电商平台采取主动出击的方式,向法院提起确认不侵权或者不正当竞争等侵权之诉,达到了比较好的效果。本文将具体分析平台内经营者可采取的应对措施。



(来源: 中国贸促会专利商标事务所)

家用取暖电器产品美国市场准入以及合格评定要求

电子电器产品投放美国市场前,会受到不同部门的监管:职业安全与健康管理局(OSHA)监管产品的电气安全,终端设备管理委员会(ACTA)监管电信,联

邦通信委员会（FCC）监管无线及 EMC，美国能源部（DOE）负责监管能源效率及环境。因此投放产品前，需要分别进行不同的认证。



（来源：中国质量认证中心 CQC）

（五）跨境电商选品

电热毯、电暖器等取暖设备出口大增

在天然气供给受限、价格大涨的情况下，为了能安然过冬，如今，越来越多的欧洲人向中国制造寻求“解决方案”。在此背景下，电热毯、电暖器等取暖设备出口呈现爆发式增长。

海关数据显示，1-8月，义乌市出口保暖用品，包括空调、热泵、热水器、电热毯等共计 1.9 亿元，同比增长 41.6%；1-8月，浙江省出口电热毯 646.8 万条，同比增长 32.1%；其中，对欧盟出口 64.8 万条，增长 114.6%。

（来源：央视新闻）

万圣节爆品准备

11月1日的万圣节作为美国最受欢迎的第四大购物节日，也是亚马逊卖家进入年终销售旺季的首个假日促销节点。活动周边产品将迎来销量增长，包括南瓜系列产品、各种面具、庭院灯饰、骷髅头饰品、魔法手杖、女士万圣节服装等等。

（来源：跨境电商头条）

（六）跨境电商物流与支付

国家公布 24 个骨干冷链物流基地建设名单

10月12日消息，国家发展改革委印发《关于做好2022年国家骨干冷链物流基地建设工作的通知》，正式对外公布了“十四五”期间首批24个国家骨干冷链物流基地建设名单。24个基地中，东部地区8个，中部地区4个，西部地区9个，东北地区3个，健全完善空间布局，有力支撑“四横四纵”国家冷链物

流骨干通道网络建设，带动冷链物流规模化、集约化、组织化、网络化发展。

(来源：国家发改委)

今年 8 月份集装箱海运需求同比下降 4.2%

10 月 11 日消息，集装箱贸易统计公司 (Container Trades Statistics, 简称 CTS) 发布数据显示，今年 8 月全球集装箱海运量为 1490 万标准箱，比 2021 年 8 月下降 4.2%，较 2022 年 7 月下降 3.3%。

在今年前 8 个月的时间内，运量比 2021 年同期下降了 1.6%。根据 CTS 数据，与 2021 年相比，亚欧航线运量今年迄今下降了 4.6%，与 2021 年 8 月相比，亚洲至北美的运量下降了 7.7%。

(来源：中国远洋海运 e 刊)

速卖通接入 5 大海外仓服务商

9 月 27 日消息，谷仓、万邑通、千象盒子、亦邦、启诚在内的五大海外仓服务商正式签约成为速卖通的生态仓合作伙伴，双方系统直接打通，为商家提供自动化的海外仓履约服务，让商家更便利、更低成本地在速卖通平台做生意。

(来源：亿恩网)

元仓海外仓入驻 Shopee 跨境仓发项目

10 月 17 日消息，元仓海外仓成功入驻 Shopee 跨境仓发项目，成为深度合作伙伴。元仓海外仓专注于为东南亚电商提供标准化仓配、物流、定制化订单执行、供应链等相关一体化服务。本次入驻合作，整合双方优势，深化本土服务，助力中国跨境卖家掘金东南亚。

(来源：元仓海外仓)

二、跨境电商活动

跨境电商财税合规专场讲座

时间：2022 年 10 月 26 日

形式：线上会议 (腾讯会议)

主办单位：中国国际贸易促进委员会法律部

支持单位: 国际商事争端预防与解决组织秘书处, 中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

活动效应: 本次活动预计覆盖 1000+企业数量, 将切实为外贸企业解决在跨境电商运营、财税、合规经营等方面的痛点、难点问题, 对症下药, 解读国家最新的进出口财税政策, 排除税务风险, 促进整个跨境贸易链条合规化发展。

主要内容:

1. 跨境电商财税合规及相关股权架构公司治理案例分析

谭劲松, 北京市盈科(深圳)律师事务所高级合伙人、涉外法律事务中心主任、全球总部合伙人

2. 国家最新进出口财税政策、财务规范合规性及规划

牛纳庆, 特许金融分析师(CFA)



2022 国际贸易投资洽谈会

时间: 2022 年 11 月 23 日

形式: 线上

主办单位: 韩国江原道政府

活动简介: 为纪念中韩建交 30 周年, 江原道政府将于 2022 年 11 月 23 日以线上方式举办国际贸易投资洽谈会。希望以此为契机, 向中国消费者展现韩国江原道消费品的优秀品质, 促进中韩两国企业对接交流并扩大务实合作。届时, 主办方将提供中韩翻译协助企业无障碍沟通。

涉及领域: 食品、化妆品、生活用品、医疗器械等

邀请对象: 商超/电商/进口贸易/经销代理等中方买家企业



三、精选商机

了解以下商机联系方式或更多商机，请将以下信息发至邮箱：tradeinvest@ccpit.org，tradeinvest@itc.ccpit.org：

- (1) 公司信息（名称、主要业务、产品目录等）；
- (2) 营业执照扫描件；
- (3) 联系人、联系方式；
- (4) 邮件标题请注明感兴趣的商机项目。

哈萨克斯坦出口小麦、大麦、亚麻籽等农产品

哈萨克斯坦出口小麦、大麦、亚麻籽。现寻求中方采购商，产品出口根据 FCA 条件，交换站为 KURORT BOROVOE Station code69300。交货时间为收到 100% 预付款后第 10 天开始装车。



土耳其印刷厂出口名片、文件夹、信笺信封并提供印刷解决方案

土耳其印刷厂出口名片、文件夹、信笺信封并提供印刷解决方案。

公司于 1993 年成立于土耳其伊兹密尔，从创立之初就在印刷技术领域保持创新，为客户提供最佳的印刷解决方案。公司印刷厂占地 3000 平方米，员工 40 人，主要生产名片，文件夹，信笺，海报以及为企业提供印刷解决方案。

奥地利时尚滑雪服品牌出售商标

奥地利一家时尚滑雪服设计和生产公司成立于 1984 年，位于奥地利的萨尔茨堡，其品牌“EMMEGI Sports Couture”已有近 35 年的历史。

该公司产品包括高端滑雪服、运动时装及配饰。产品主要出口到奥地利、瑞士、德国、法国、意大利、捷克共和国、波兰、瑞典、英国、美国、俄罗斯、加拿大、韩国、中国（EMMEGI 商标已于 2020 年 4 月分别在中国和俄罗斯完成了商标注册）。

合作意向：目前该公司正在寻找对该品牌商标感兴趣的公司（非出售公司本身，只出售品牌商标），可以为中国买家提供创意支持或设计，并授权使用 EMMEGI 品牌。



韩国出售化妆品、身体护理用品

1. 都为康卸妆膏，120ml/罐

产品介绍：2021年推出的产品，难以卸妆的防水彩妆也可以一次性卸除，无需两次洁面的紧绷深层卸妆。目标群体为20-30岁年龄段。

2. 都为康面霜，50ml/罐

产品介绍：拥有代替纯净水并含有67.42%的星草提取物，只使用天然成分的绿色化妆品。精华in面霜配方可迅速被干燥的肌肤吸收，长时间保持水润。已通过无添加人工色素、人工香料，并且温和、低刺激的测试。

3. CLAEL 香水，8ml（50g）/个

产品介绍：可以随时随地使用的小型便携式香水，哑光材质的感性设计和转动香水时喷口会被弹出，方便使用，防止香水泄露。

4. JEHOSHUA LAB 抗皱精华，30ml/个

产品介绍：为敏感肌肤准备的日常保湿护理，代替纯净水使用自然提取成分的核桃提取物。此外，猴面包树籽提取物、金盏花提取物、野樱莓果实提取物、无花果提取物中含有大量对皮肤有益的成分，经过皮肤安全性评价试验无刺激判定，补充肌肤深层水润感的镇静精华。

5. WSH WeSellHope 护肤水

产品介绍：月见草精华油是由天然原料制成的产品。利用扁柏油去除油特有的黏腻和油腻气味，柔和吸收，如按摩般涂抹于脸部的瞬间，树林的香气就会淡淡地散发在整个脸部。

6. Bio-S 百奥丝紧致修复眼霜、面霜、精华面膜

产品介绍：眼霜面霜含有法国植物性专利弹性成分“玻尿酸”，可改善皱纹。面膜含有世界三大补药冬虫夏草+人参+鹿茸提取物，具有改善皱纹的功效，一箱10片入。



为方便企业了解最新外贸资讯，我们建立了**中国贸促会跨境电商企业微信交流群**。欢迎扫码添加工作人员微信入群，**标明申请加入微信群并发送电子名片**。



为帮助企业解决跨境贸易投资中遭遇的纠纷或涉法问题，中国贸促会推出企业跨境贸易投资法律综合支援平台“**贸法通**”，为企业提供全天候的**免费经贸涉法咨询**服务。



官网



微信公众号

免费法律咨询电话：400-8899-460