

跨境电商电子刊物

2023 年第 1 期（总第 37 期）

2023 年 4 月 28 日

主要看点：

- 【资讯】政府工作报告：新设 152 个跨境电商综试区
- 【资讯】2022 年跨境电商进出口 2.11 万亿元
- 【资讯】2022 年中国卖家在亚马逊 GMV 占比达 26%
- 【资讯】东南亚：预计 2023 年电商增速将远超全球
- 【资讯】西班牙：中国电商霸榜购物 App 前三
- 【资讯】带你了解跨境电商海外仓
- 【资讯】京东：在加州增设新仓，推进在美两日达服务
- 【资讯】TikTok：公布美国月活用户超 1.5 亿
- 【资讯】亚马逊中东站第二季度潜力选品清单
- 【活动】“跨境电商合规运营政策与实务”线上培训会
- 【活动】中国国际贸易创新发展论坛
- 【活动】第四届国际食品和农产品展
- 【求购】白砂糖、婴儿睡袋
- 【出口】大麦、咖啡、运输车辆设计和制造内饰

一、 跨境电商资讯

(一) 国内跨境电商

政府工作报告：推动进出口稳中提质，新设 152 个跨境电商综试区

2023 政府工作报告指出，五年来，坚定扩大对外开放，深化互利共赢的国际经贸合作，推动进出口稳中提质，发展外贸新业态，新设 152 个跨境电商综试区，支持建设一批海外仓。

(来源：中国政府网)

海关总署：2022 年跨境电商进出口 2.11 万亿元

3 月 20 日，海关总署副署长孙玉宁表示，跨境电商从无到有，已经成为我国外贸发展的新动能，过去五年，跨境电商从 2018 年进出口 1 万亿元人民币增长到 2022 年的 2.11 万亿元人民币。

孙玉宁介绍，目前，在全国已经设立了 165 个跨境电商综合试验区。这些综合试验区已经成为跨境电商发展的重要载体和平台，目前已经覆盖 31 个省市。

(来源：观点网)

2022 年中国卖家在亚马逊 GMV 占比达 26%

eCommerceDB 近日发布了中国卖家在全球电商平台份额占比的报告。报告显示，中国卖家在亚马逊上商品交易总额 (GMV) 占比逐年攀升。

在 2017 年，中国卖家在亚马逊上的 GMV 为 480 亿美元，这相当于亚马逊总 GMV 的 18%。到了 2022 年，中国卖家 GMV 达到了 2010 亿美元，占比为 26%。预计到 2023 年，中国卖家 GMV 将达到 2380 亿美元，占亚马逊总 GMV 的 28%。

(来源：电商报)

厦门-圣保罗跨境电商空运专线出口突破 100 万件

3月28日消息，受益于中巴两国不断增长的跨境电子商务需求，国内首条金砖城市跨境电商空运专线“厦门-圣保罗”跨境电商空运专线，出口突破100万件。

据了解，2月10日，厦门开通了国内首条金砖城市跨境电商空运专线后，受益于中巴两国旺盛的贸易需求，该航线一直处于一票难求的状态。据厦门海关统计，截至目前，该航线共计搭载进出口货物1859吨，其中出口跨境电商包裹达到108.54万件，出口载货率高达100%。

（来源：央广网）

广州将打造全球跨境电商“三中心”

在近日举行的2023全球跨境电商卖家服务大会上，广州宣布打造全球跨境电商“三中心”：全球跨境电商卖家服务中心、全球跨境电商超级供应链中心和全球跨境电商生态创新中心。

（来源：21世纪经济报道）

湖南出台首个省级跨境电商专项政策

近日，湖南省出台《关于促进跨境电商高质量发展的若干措施》，这是湖南出台的首个省级跨境电商专项政策。《若干措施》提出了明确的发展目标：到2025年，要力争全省年交易规模1亿元、10亿元的跨境电商企业分别达到20家、5家，培育年交易额5000万元以上的跨境电商自主品牌20个，年进出口额过10亿元的跨境电商特色产业带达3个以上，年交易额过20亿元的跨境电商集聚园区达到10个以上。

（来源：中工网）

跨交会意向成交金额超40亿美元

3月20日，2023中国跨境电商交易会在福州落幕，达成意向成交金额超40亿美元，到访展馆主会场及参加各分会场配套活动的专业客商共计8.3万名。

本次展会吸引了全国 28 个省市和地区，以及美国、法国、德国、印尼、阿根廷等国家超过 2000 家参展企业。其中，福建省外参展企业占 65%，国家级展会的属性日益凸显，国际级展会的标签正在形成。

(来源：福州日报)

(二) 全球跨境电商

东南亚：预计 2023 年电商增速将远超全球

eMarketer 发布了关于 2023 年全球电子零售市场的最新报告，预测 2023 年全球电子零售销售额能达到 60000 亿美元，并在 2025 年突破 70000 亿美元。据 eMarketer 的预测，2023 年东南亚地区零售电商销售额的增速将远超全球电商 8.9% 的平均增速。

报告显示，菲律宾将以 24.1% 的增幅位居第一，之后分别是印度、印度尼西亚、马来西亚、泰国、墨西哥、阿根廷、越南、韩国和美国等国家。

(来源：TiChoo 数据)

韩国：2022 年跨境电商出口额 9.1 亿美元

《2022 年韩国电商出口动向》报告显示，2022 年韩国跨境电商出口额同比增加 6.1%，为 9.1 亿美元，连续五年刷新最高纪录。在电商出口市场，化妆品仍然占比最大，影像唱片等文化商品出口额涨势十分明显。

去年韩国面向中国的存储介质和印刷品电商出口比重排名第一。但从整体品目来看，对中国电商出口额减少 11.2%。对美国电商出口额增加 23.9%，为 3.23 亿美元，在所有国家中排名第一。

(来源：电子商务研究中心)

西班牙：中国电商霸榜购物 App 前三

近日，知名第三方数据机构 data.ai 公开了西班牙电商 App 下载量排行榜，来自中国的 App (应用程序) 霸榜前三。其中，阿里的两

大海外业务 Miravia（阿里旗下跨境平台）和速卖通，分别占据了第一和第三名，第二名为 SHEIN（希音）。

（来源：新京报）

越南：2月受欢迎电商平台排行榜 Shopee、Lazada 占前两名

近日 Reputa 发布了 2023 年 2 月越南各大电商平台在网络上的受欢迎程度排行榜，Shopee 和 Lazada 依旧位列前两名。值得注意的是，曾经的巨头之一 Sendo 在该月排名第三，较 1 月份上涨 2 名，紧随其后的是 TikTok Shop 和 Tiki。作为越南新晋电商巨头，TikTok Shop 的业绩不可谓不亮眼。

（来源：亿恩网）

意大利：亚马逊再登顶电商网站榜首

根据市场研究公司 Casaleggio Associati 发布的意大利电商网站排名，3 月份，亚马逊（访问量超过 6179 万）是意大利访问量最高的电商网站。紧随其后的是 eBay，访问量约为 1854 万。排在第三的是 Subito，拥有 1851 万的访问量。其他排名前十的电商网站有 Booking.com、Samsung、Leroy Merlin、TicketOne、Ikea、Trenitalia 和 UniEuro。

（来源：亿邦动力网）

美国：直播电商市场规模今年有望达 317 亿美元

根据 oresight Research 和 Bambuser 的一份报告，到今年年底，美国直播电商市场规模有望达到 317 亿美元。报告估计，到 2026 年，这一市场规模将达到 678 亿美元，在电商市场占 5% 以上的份额。报告显示，最多零售商参与的直播购物平台包括 FacebookLive（55%）、YouTubeLive（52%）、InstagramLive（46%）、AmazonLive（30%）和品牌及零售商自己的应用程序或网站（28%）。

（来源：21 世纪经济报道）

(三) 跨境电商知识贴

带你了解跨境电商海外仓

海外仓是由物流企业、跨境电商平台或大型跨境电商卖家等专业化主体在境外通过自建或租用，运营的数字化智能化仓储设施。海外仓是跨境电商的重要境外节点，是新型外贸基础设施，是外贸新业态新模式的重要组成部分。



(来源：12360 海关热线)

(四) 跨境电商平台

京东：在加州增设新仓，推进在美两日达服务

3月22日消息，京东发布企业博客称，其正在美国加州建立第三个自营仓库和配送中心，并表示希望通过复制其在中国的物流模式和经验，应对北美供应链挑战。据悉，新仓库将京东在全州的仓库面积扩大到130万平方英尺。京东在博客中表示，将继续投资建设全球物流基础设施，希望将两日达服务覆盖到整个美国。

(来源：AMZ123)

阿里国际站：1-3月海外需求增长30%

阿里国际站平台公布的最新数据显示，今年以来，阿里国际站上的海外需求同比增长达到30%，且增速还在进一步上升。阿里国际站总裁张阔3月21日表示，数字化外贸已经率先回暖，新能源、建材、机械、新能源车及其配件等外贸新热点行业保持了高速增长。

(来源：每日经济新闻)

阿里国际站：将下架便携式暖风机等商品

阿里国际站日前发布多条商品召回公告，包括便携式暖风机商品、型号为 SH-668 的多功能研磨机商品、多色摇蛋器商品、TIEXIONG TX-N02 防颗粒物过滤口罩商品。

(来源：阿里国际站)

TikTok：公布美国月活用户超 1.5 亿

据报道，美国时间 3 月 20 日，TikTok 首席执行官周受资在出席美国众议院能源与商务委员会听证会前表示，这款应用在美国的月活跃用户达到 1.5 亿，高于 2020 年公布的 1 亿。TikTok 在 2021 年 9 月表示，它在全球范围内的月活跃用户超过 10 亿。

(来源：界面新闻)

Temu：3 月 25 日上线英国站

拼多多旗下跨境电商平台 Temu 于 3 月 25 日在英国市场上线，目前已处于招商阶段，并且据悉商家无需缴纳任何费用即可入驻，未来还将会拓展至更多区域。这是继美国、加拿大、新西兰、澳大利亚之后，Temu 进入的又一个市场，也是其进军欧洲市场的“起始站”。

(来源：界面新闻)

Temu：增长速度超过 SHEIN 和 Wish

根据 Comscore 的数据，中国跨境电商平台 Temu 在上线的 4 个月内斩获了大量用户。截至 2022 年 12 月，Temu 的独立访客量增长至 4450 万。去年 9 月，Temu 的访问量仅小幅增长了 5.1%，增幅远低于 Shein 和 Wish。11 月，Temu 成功超越 Wish，并与 Wish 不相上下。到 12 月，Temu 的访问量增长了 44.5%，增幅位居第一。

(来源：21 世纪经济报道)

Lazada、Shopee：泰国站将上调佣金费用和平台服务费

Lazada、Shopee 泰国站相继宣布将上调佣金费用和平台服务费。自 4 月起，两平台的佣金从之前的 2.12% 调整至 3.21-4.28% (含税)，

部分类目增幅达 100%。具体来看，Shopee 宣布，所有非商城商家在以下三个产品类目的佣金费率用从 2.14%提高到 4.28%，分别为：除首饰外的所有时尚品类；非珠宝首饰；非黄金、铂品类贵重首饰；其他电子产品、黄金首饰、铂金和黄金首饰、以及生活消费品的佣金费率从 2.14%提高至 3.21%。Lazada 宣布，平台所有产品的服务手续费从原来的 2.14%(含 7%的增值税)提高到 3.21-4.28%，具体费率取决于商家销售的产品类别。

(来源：泰国澜象网)

亚马逊：给部分商品贴“退货率高”标签

据报道，免费便捷的退货政策是亚马逊的一大优势，但该平台最近开始在一些商品页面展示 Frequently Returned Items (退货率高) 标签，凸显该公司正设法减少消费者退货。被贴上“退货率高”的商品包括一些录放机和服装，均由第三方卖家售卖，由亚马逊负责订单配送。另外在消费者评价方面，这些商品获得了四星评级（最高是五星）。亚马逊发言人 Betsy Harden 表示，此举是帮助消费者在掌握更多信息的背景下做出是否购买的决定。

(来源：新浪财经)

Shopee：巴西本土卖家突破 300 万

3 月 22 日消息，Shopee 平台上注册的巴西卖家已超过 300 万，其中包括中小微企业，以及妮维雅、欧莱雅、喜力、PlayStation、联合利华等大品牌。据悉，Shopee 巴西站本土卖家数于 2021 年 10 月达到 100 万，于 2022 年 4 月达到 200 万。

(来源：亿邦动力)

Shopee：将推出“全托管型”服务模式

3 月 24 日消息，Shopee 正在研究全托管型服务模式，卖家可以将运营/物流/售后等环节交给平台，自身专注于产品的供应。在 Shopee

全托管模式下，第二批筛选了报价成功卖家/新增工厂卖家的热销 SKU，希望以此确认该模式下的供应价格，目标卖家需填写目标 SKU 能否做到目标价，且卖家仅需供货（平台单次备货 30-50 件）。据悉，“全托管型”模式即：掌握选品、定价、上架销售等核心权力，卖家只是产品的供货商。

（来源：网经社）

Shopee：菲律宾站退货包裹领取期限缩短至 7 天

Shopee 菲律宾发布通知称，包裹退货时，骑手会尝试投递 2 次，如 2 次均无法将包裹送到卖家手上，骑手会将包裹移交至 Shopee 仓库并通过卖家中心公告通知卖家自行领取。目前领取期限已由 14 天改为 7 天。卖家需在收到公告后 7 天内联系 Shopee，否则包裹将被处置。

（来源：Shopee 菲律宾电商平台）

Shopify：简化物流模式

Shopify 首席财务官表示，Shopify 将继续整合 Deliverr，以建立一个比亚马逊更灵活、成本更低的物流网络。据了解，在整合 Deliverr 的服务后，Shopify 可以通过 Deliverr 软件和仓库合作伙伴、承运商以及最后一英里配送商等进行线上合作，这能使 Shopify 在提供配送服务的同时具备更高的成本效益。

（来源：亿恩网）

（五）电商选品

亚马逊中东站第二季度潜力选品清单

亚马逊中东站（阿联酋站、沙特站）2023 年 Q2 潜力品类：1）个人护理仪器，2）服饰，3）电子及配件。

对比第一季度，在工业和制造业稀缺的亚马逊中东站，“电子及配件”继续稳定发挥，创新科技产品在中东站大有可为。此外，“个人护理仪器”在亚马逊中东站持续迅猛增长，筋膜枪、按摩椅等都成

为了五星推荐选品。“服饰”品类也涵盖了多个高潜力品类，中东消费者对于穿着的关注由此可见。

(来源：亚马逊全球开店)

亚马逊澳洲站第二季度潜力选品清单

亚马逊澳洲站 2023 年 Q2 潜力品类：1) 电子及配件，2) 家居，3) 美容美妆。

在 2023 年的第二季度，澳洲站除了“电子”与“家居”类产品持续表现良好以外，“美容美妆”品类也增长迅猛，包括指甲油、穿戴甲、发夹等。看来，澳洲消费者在重视休闲生活的同时，也在时刻关注如何让自己变美变精致。

(来源：亚马逊全球开店)

亚马逊新加坡站第二季度潜力选品清单

亚马逊新加坡站 2023 年 Q2 潜力品类：1) 电子及配件，2) 家居，3) 健康个护，4) 婴儿用品。

在新加坡站，“电子”和“家居”品类保持稳定发挥，“健康个护”继续表现良好，“婴儿用品”成为二季度的黑马选手。新加坡消费者在关注个人健康及生活质量的同时，也关注如何提高婴儿护理的质量。

(来源：亚马逊全球开店)

亚马逊印度站第二季度潜力选品清单

亚马逊印度站 2023 年 Q2 潜力品类：1) 厨房，2) 个人护理仪器，3) 配饰。

相较于 2023 年第一季度的选品趋势，“厨房”和“个人护理仪器”依然受到印度用户的喜爱。进入夏季，炎热的天气也让印度消费者对时尚装扮、防晒避暑等选品的需求大增，让包括太阳眼镜、腕表在内的“配饰”品类热度飙升。

(来源: 亚马逊全球开店)

二、跨境电商活动

“跨境电商合规运营政策与实务”线上培训会

时间: 2023年5月11日, 14:30-17:00

形式: 线上直播(腾讯会议)

主办单位: 北京市贸促会

培训内容:

1. 跨境电商监管最新政策

主讲人: 北京海关行邮监管处副科长 龚攀文

2. 跨境电商合规法律实务

主讲人: 北京海润天睿律师事务所律师 郝竞宇

3. 全球头部电商合规运营实践介绍

主讲人: 亚马逊全球开店合规专家

跨境电商合规运营与实务

368 995 862

14:30 — 2小时30分钟 — 17:00

2023年05月11日 (GMT+08:00) 2023年05月11日



请使用手机端「腾讯会议 App」扫码入会

— 腾讯会议 —

中国国际贸易创新发展论坛

时间：2023年5月30日-6月1日

地点：浙江省宁波市泛太平洋大酒店大宴会 2+3 号厅

规模：线下规模预计 300 人

主办单位：中国贸促会、宁波市人民政府

承办单位：中国国际贸易促进委员会产业促进部，中国国际商会，宁波经济技术开发区管委会（中国浙江自由贸易试验区宁波片区委员会），中国国际贸易促进委员会宁波市委员会

论坛简介：

论坛将结合宁波跨境电商创新发展的优势，旨在推动全球贸易新业态新模式快速发展，促进国际贸易便利化和减少交易成本，加快重构全球生产链、供应链、贸易链、价值链，打造国际贸易创新趋势研究和政策发布的重要平台以及中外企业开展跨境贸易创新交流合作的重要桥梁。

论坛以“新业态新模式助力国际贸易创新发展”为主题，将安排开幕式、主论坛、分论坛等环节，邀请来自国内外相关政府部门、国际组织、企业、商协会、科研机构、媒体领域的专业人士等，对当前国际形势下贸易发展新政策、新业态、新模式等进行专业研讨，推动务实合作。



第四届国际食品和农产品展

时间：2023年5月29日-11月29日

形式：线上展示+推介对接

官网：ciffa.fastexpo.cn

主办：中国国际贸易促进委员会信息中心

展品类别：粮食和主食、蔬菜和水果、肉类和海鲜、乳制品、酒水饮料、休闲食品、健康食品、食用油、其它。

展会服务：

1) 云展示：自主打造数字展台，7*24小时、全方位展览展示，多元互动、多语种支持，线上即时通讯，实现社交零距离，保障沟通无障碍。

2) 云推介：邀请国内外展商买家共聚云端，开启两场直播推介，展商可多形式多角度展示产品细节，宣介企业品牌，与专业买家互动交流。

3) 云对接：云推介后，与世界各地的意向买家迅速展开一对一洽谈，我们提供专业的线上会务服务，包括搭建线上私密会议间、预约沟通、翻译服务等，优选优配，高效达成合作。



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。

潍坊市某公司求购：1000吨白砂糖资源

潍坊市某公司求购1000吨白砂糖资源（泰糖、巴西糖、印度糖均可）。

质量要求：

蔗糖分 $\geq 99.6\%$ ；

电导灰分 $\leq 0.1\%$;

水分 $\leq 0.07\%$;

色值 ≤ 200 。

捷克求购：婴儿睡袋

捷克公司急购一批 0-4 岁婴儿睡袋，计划在电商平台销售。



哈萨克斯坦出口：大麦

现有哈萨克斯坦企业寻求出口大麦。

价格：295 美元/吨

结算方式：100%预付

目的车站：阿拉山口

每个月能提供的量为：5000 吨

货物装货地址在哈萨克斯坦共和国，原产地为哈萨克斯坦及俄罗斯。



哥伦比亚出口：咖啡

现有哥伦比亚企业寻求对华出口咖啡。

这家公司每月最多可出口 10 个 20 英尺的集装箱，每个集装箱包括 17500 公斤咖啡，每个集装箱货物价值 173610 美元。

意大利航空和汽车内饰设计公司寻求中国合作伙伴

意大利一家从事航空和露营车室内设计的公司，现寻求中国合作伙伴。

公司主要业务是为航空公司以及 VIP 运输车辆设计和制造内饰，以及陆路卡车和货车定制，在航空内饰领域有长期工作经验。团队由对室内设计和汽车充满热情的瑞士-意大利专业人士组成。公司的探险卡车和定制厢式货车经过定制，以确保提供先进的高品质产品，确保在任何条件下进行任何冒险活动的可靠性，同时不会影响舒适性和美观性。

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