

# 跨境电商电子刊物

2022 年第 12 期（总第 36 期）

2022 年 11 月 28 日

## 主要内容：

- 【资讯】国务院：同意在 33 城设立跨境电商综合试验区
- 【资讯】跨境电商成稳外贸、促消费重要抓手
- 【资讯】葡萄牙：电商规模将突破 1200 亿欧元
- 【资讯】韩国：正在经历第一次双 11 爆仓
- 【资讯】全球速卖通：正积极进军韩国直购市场
- 【资讯】SHEIN：在巴西圣保罗开设首家快闪实体店
- 【资讯】Temu：登顶 11 月美国 App Store 下载榜首
- 【资讯】亚马逊：中国卖家在美销售额创新高
- 【资讯】俄罗斯电商 Ozon：设中国总部，计划到 2024 年招 10 万中国卖家
- 【资讯】东南亚热销食品系列
- 【活动】2022 年中国-中东欧国家国际贸易数字展览会
- 【活动】中国跨境电商产业高质量发展论坛
- 【活动】中国跨境电商高质量发展论坛-高校跨境电商人才培养论坛
- 【求购】结晶姜和姜汁
- 【出口】啤酒和各种饮料、木材、B 型煤和巴西产白糖

## 一、 跨境电商资讯

### (一) 国内跨境电商

#### **国务院：同意廊坊等 33 个城市和地区设立跨境电商综合试验区**

中国政府网 24 日发布《国务院关于同意在廊坊等 33 个城市和地区设立跨境电商电子商务综合试验区的批复》。

批复提到，同意在廊坊市、沧州市、运城市、包头市、鞍山市、延吉市、同江市、蚌埠市、南平市、宁德市、萍乡市、新余市、宜春市、吉安市、枣庄市、济宁市、泰安市、德州市、聊城市、滨州市、菏泽市、焦作市、许昌市、衡阳市、株洲市、柳州市、贺州市、宜宾市、达州市、铜仁市、大理白族自治州、拉萨市、伊犁哈萨克自治州等 33 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区，名称分别为中国（城市或地区名）跨境电子商务综合试验区，具体实施方案由所在地省级人民政府分别负责印发。

（来源：中新经纬）

#### **中国贸促会研究院：跨境电商成稳外贸、促消费重要抓手**

11 月 11 日，中国贸促会研究院发布的《2022 年中国电子商务发展趋势报告：电子商务在经济高质量发展中的重要作用》指出，在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，国民经济顶住压力持续恢复，三季度经济恢复向好，经济韧性持续显现，电子商务在其中发挥重要作用。



（来源：新京报）

#### **南通三家园区跻身省级跨境电商产业园**

近日，在无锡举办的 2022 长三角跨境电商行业发展峰会暨 2022 长三角跨境电商交易会开幕式上，江苏省商务厅对首批 34 家省级跨境电商产业园进行了集中授牌，南通共有市跨境电商综试区崇川、海门、通州 3 家产业园成功跻身为省

级跨境电商产业园，获批数量居江苏省前列。

（来源：国际商报）

## （二）全球跨境电商

### 葡萄牙：电商规模将突破 1200 亿欧元

11 月 18 日消息，根据葡萄牙数字经济协会（Acepi）的数据，2022 年葡萄牙 B2C 电商销售额将达到 80 亿欧元，B2B 电商销售额将达到 1210 亿欧元。

Acepi 指出，由于疫情爆发，葡萄牙网购人数在 2020 年至 2021 年出现了显著的增长，增幅超过欧盟的平均水平。数据显示，在过去三个月里，13%的葡萄牙人在网上购物超过 5 次，其中，65%的人花费超过 300 欧元。该国网购者购买最多的品类是服装、鞋类和配件。

（来源：AMZ123）

### 新加坡：要求海外供应商向购买低价商品的买家收取消费税

新加坡政府称，明年 1 月 1 日起，新加坡本地消费者向注册消费税的供应商购买低价商品，包括海外购物平台网购不超过 400 元的商品、数码或非数码服务时，通过空运或邮寄方式进口到新加坡时，须支付消费税。

海外供应商若每年整体营业额超过 100 万元，而且供应给本地消费者的低价商品超过 10 万元，须在海外商家注册机制（Overseas Vendor Registration）下注册，并对这些低价商品收取消费税。

符合特定条件的电商平台也须注册，而且一旦注册，无论平台上的卖家是否注册消费税，平台都须直接向消费者收取消费税。亚马逊、Lazada 和趣天网（Qoo10）等本地消费者常用的平台都已注册。

（来源：经济日报）

### 韩国：正在经历第一次“双 11 爆仓”

据报道，为了应对中国双十一等旺季，韩国关税厅专门成立了 6 个小组对各地海关进行支援，在夜间和周末加班处理进出口业务。事实上，不仅是关税厅，在韩国仁川的仓库里，还出现了中国商品堆积的情形。当地媒体报道称，因为韩国年轻人热衷于中国的双十一购物节，海关仓库堆满了货物，不得不增派人手来

处理这些来自中国的包裹。

韩国统计厅的最新数据显示，今年第三季度韩国民众反向海淘购买中国商品的消费金额，同比增长两成多。在韩国社交媒体上，还有大量保姆级的淘宝代购攻略，教人怎么一步一步用淘宝买中国商品。在此背景下，今年韩国的双十一不出意外地“爆仓”了。

（来源：运营研究社）

### （三）跨境电商平台

#### **全球速卖通：正积极进军韩国直购市场**

据韩联社 11 月 8 日援引 CNBC 消息报道，阿里巴巴旗下国际电子商务公司——全球速卖通（Ali Express）在接受采访时表示，为增加韩国市场占有率，今年投资了 100 亿韩元，在韩国推出三至五天送货服务和产品降价服务。据韩国消费者院去年 8 月统计结果显示，全球速卖通与亚马逊、iHerb、eBay、Qoo10 已成为韩国人最常使用的海外直购五大网站。

（来源：韩联社）

#### **全球速卖通：新入驻商家将以人民币为主要经营币种**

全球速卖通发布公告称，为降低汇率波动影响、提高经营确定性，自 2022 年 11 月 15 日起，新入驻全球速卖通平台的跨境商家以人民币作为主要经营币种。包括平台商品的报价币种和结算币种等均会切换为人民币。

完成入驻流程后，在平台上发布商品时，需要使用人民币作为报价币种，商品在各个国家市场展示时会参照所报价人民币，转换成当地货币进行展示。而当订单结算时，商家则将根据报价金额获得等额人民币结算金，并根据自主决定做资金处理（提现或者转账）。

（来源：速卖通）

#### **TikTok Shop：美国站上线**

11 月 14 日消息，TikTok Shop 美国站已上线。平台将率先对美国本地商家进行小流量测试。根据官网信息，注册美区小店需要使用美区手机号+邮箱或者用已有 TikTok 账户进行注册，同时商家需要拥有邀请码。

如果是企业注册，企业需要出示美国公司执照以及负责人护照/驾照，如果是个人注册，则只需出示美国护照/驾照。注册成功后，商家的 TikTok 账户可以 0 粉开播。关于抽佣，美区小店注册成功后的前 90 天，官方抽取 1.8% 的佣金，90 天后转为抽佣 5%。

(来源：卖家之家)

### **TikTok Shop : 明年将登陆巴西**

11 月 23 日消息，TikTok 计划在 2023 年进入巴西电商市场，在巴西推出其 TikTok Shop。在中国，TikTok 姊妹应用抖音从 2020 年才开始打入电商市场，与快手和阿里巴巴等主要竞争对手相比落后。但它通过押注直播购物模式迅速成长，目前抖音在线销售额已超过 1000 亿美元，并在 2021 年销售了超过 100 亿件产品。现在，TikTok 试图在巴西复制这一成功。据悉，TikTok 计划通过押注直播电商来打入巴西市场，其正专注于提升物流交付效率，公司高管认为这是至关重要的。

(来源：AMZ123)

### **TikTok : 与英国出版商合作，用户可直接在平台内买书**

短视频平台 TikTok 宣布与英国哈珀柯林斯、布鲁姆斯伯里等出版商合作，用户首次能够通过 TikTok 直接购买书籍。哈珀柯林斯是世界最大的出版公司之一，布鲁姆斯伯里出版过《哈利波特》等畅销小说。除大型老牌出版商外，TikTok 还与伊巴达伦敦等多家独立书店达成合作。

(来源：新视线)

### **SHEIN : 在巴西圣保罗开设首家快闪实体店**

SHEIN 以快闪的形式在巴西开设当地第一家线下实体店，该商店位于圣保罗一家购物中心内，面积为 265 平方米，约有 11,000 件商品，包括服装和配饰。该商店计划售出至少 90% 的总库存。所有访客都将享有 15% 的折扣。

据悉，SHEIN 还宣布将于今年 12 月在巴西的贝洛奥里藏特开设快闪店，但具体日期和时间尚未确定。SHEIN 的巴西总经理 Felipe Feistler 表示，快闪店模式是公司的重要推广手段，它提供了独特的体验，拉近了品牌与客户的距离并

吸引了新的消费者。

(来源: Brazil Postsen)

### **Temu : 登顶 11 月美国 App Store 下载榜首**

11月24日消息,早在9月成为美国AppStore下载量第一大购物应用后, Temu 夺得 11 月美国 AppStore 所有应用下载榜榜首。截至目前, Temu 已连续两周成为美国 Android 应用下载榜第一的 APP。

根据应用分析公司 Sensor Tower 的数据,到目前为止, Temu 在美国的安装量略高于 500 万次。Sensor Tower 表示,美国是 Temu 的最大市场,自 8 月底推出以来,占其全球 520 万安装量的 97%。

由于低价模式顺应了当下的消费趋势, Temu 的迅速崛起也许并不令人惊讶。其价格优势的背后,要归功于拼多多在过去七年中在中国建立的完善的供应链,能够最大限度地降低中间成本。

(来源: AMZ123)

### **Temu : 在黑色星期五促销中提供高达 70%的折扣价**

在线市场 Temu 正在举办最好的黑色星期五促销,在 250 多个产品类别中,精选商品可享受高达 70%的折扣。消费者可以在黑色星期五促销部分以高达 70%的批发价浏览各种精心策划的商品,几乎所有订单都免费送货。该网站还提供针对个人兴趣量身定制的个性化购物指南。

(来源: 网易新闻)

### **亚马逊 : 中国卖家在美销售额创新高**

11月17日消息,Marketplace Pulse 研究发现,中国卖家在美国亚马逊市场的销售额份额创历史新高。数据显示,中国卖家反馈评论总量的百分比已回到 2020 年 11 月以来的水平。中国卖家收到每个订单的客户反馈评论,每月达数百万条评论(提供反馈是可选的,并且留下卖家评论的客户百分比为 1-5%)。

自 2020 年开始,亚马逊美国卖家一直在增加市场份额,这种情况在 2022 年 3 月停止。此后,趋势发生逆转,中国卖家迅速夺回失去的市场份额。美国卖家仍然占 50%以上,但可能很快就会跌到 50%以下。



(来源: Marketplace Pulse)

### **亚马逊：多项费用宣布涨价，卖家利润再被压缩**

“自 2023 年 1 月 17 日起，亚马逊销售佣金和物流费用将进行更新。主要包括燃油与通货膨胀附加费以及更新亚马逊物流费用，进一步细化收费项目。”在物流费用方面，亚马逊物流出库费、标准尺寸商品的月度非高峰仓储费、仓储使用附加费、超龄库存附加费、增加移除和处置费用等多项费用在 2023 年将有所上调。

报告数据显示，截至 2021 年，亚马逊平台近 200 万的卖家中，有 89% 的卖家都使用了亚马逊提供的物流服务。这意味着，一旦亚马逊对这方面的政策进行调整，将对平台卖家的运营成本产生相当大的影响。

(来源: 跨境必读)

### **亚马逊：Listing 部分商品属性改为必填项**

据亚马逊全球开店通知，自 2022 年 12 月 1 日起，为确保卖家的商品详情页信息全面，部分商品在详情页的“颜色、尺寸、商品描述、品类”4 个属性，从原有的“选填”变为“必填”，若未提供属性信息，新商品将无法上传到目录中。对于现有商品，卖家也须更新这些商品的属性信息，以避免届时 Listing 显示受到影响。

(来源: 亚马逊全球开店)

### **Wish：第三季度收入 1.25 亿美元**

Wish 日前公布了截止 2022 年 9 月 30 日的第三季度财报。财报显示，Wish 在今年第三季度收入为 1.25 亿美元，同比下降 66%，净亏损 1.24 亿美元，每股亏损 0.18 美元。报告期内，Wish 核心市场收入 4000 万美元，同比下降 78%；物流收入 7400 万美元，同比下降 50%。

(来源: Wish)

### **俄罗斯电商 Ozon：设中国总部，计划到 2024 年招 10 万中国卖家**

11 月 21 日消息，俄罗斯电商平台 Ozon Global 宣布在深圳开设中国总部办

公室，以加强对中国市场的影响力，吸引更多中国商家入驻。与此同时，Ozon Global 表示，计划在 2024 年吸引超过 10 万名中国卖家入驻，并将来自中国卖家的营业额提高 10 倍。

据介绍，Ozon Global 将为卖家提供物流仓储、金融支付、营销推广服务以及中文客服、线上线下培训、私董会和全球卖家大学等运营指导项目。

（来源：亿邦动力）

### **谷歌：推出新的 AR 功能来购买美容产品、鞋子**

谷歌推出了在谷歌上购买 AR（增强现实）的新方式，包括一个供用户找到粉底色调的照片库，以及一种在他们的空间里看到运动鞋的方式。在美妆品牌的帮助下，Google 的新照片库包含 148 个模特，代表各种肤色、年龄、性别、脸型、种族和皮肤类型。粉底是彩妆中搜索最多的类别。

（来源：IT 之家）

## **（四）跨境电商选品**

### **东南亚热销食品系列**

跨境食品细分方向的 4 大趋势货品：

调味品/料理辅食：调味品的味道丰富性，代餐辅食的种类多样性，东南亚对料理口味的偏好；

坚果/休闲零食：纯坚果/水果混合坚果辣条；

咖啡/茶叶/茶包：商品茶叶/茶包/花茶/胶囊咖啡/浓缩咖啡液，中国茶文化输出，冲饮为最大销售叶子类目；

即食代餐：藕粉/黑芝麻糊/红豆薏米粉/水果麦片/即时粥。

（来源：全球速卖通）

### **美国假日季热门送礼趋势公布**

根据全国零售联合会(NRF)和 Prosper Insights & Analytics 的年度调查，今年约有 1.663 亿美国人打算在感恩节（11 月 24 日）至网络星期一（11 月 28 日）期间购物，与去年相比多了近 800 万人。

调查发现，黑色星期五（11 月 25 日）仍然是最受欢迎的购物日，69%（1.149



亿)的人计划在这个日子购物。其次是网络星期一,有38%(6390万)的人。

美国人计划赠送的前五类礼物是服装(55%),其次是礼品卡(45%),玩具(37%),书籍/音乐/电影/视频游戏(33%)和食品/糖果(31%)。

(来源:聚多多独立站服务平台)

## **2022年我国宠物消费市场规模预计达2693亿元**

2021年我国城镇宠物(猫犬)主已达到6844万人,比2020年增长8.7%。宠物消费市场规模高达2490亿元,预计2022年能达2693亿元,宠物市场规模日益壮大。其中,宠物食品作为占比最大的细分品类不断吸引着各路资本的青睐,通威集团、三只松鼠(SZ300783,股价19.16元,市值76.83亿元)等纷纷布局该赛道。

(来源:每日经济新闻)

## **(五) 跨境电商物流与支付**

### **泰国中通新增海外仓等三项服务板块**

泰国中通快递发布消息称,为满足广大客户的寄递需求,2022年12月起,泰国中通在原有业务(国际、本土快递)基础上,开通三项服务板块,分别是海外仓服务,泰国本土快运及中泰国际跨境物流服务。

(来源:泰国中通快递)

### **双11南航物流承运国内外货物超28000吨**

11月16日消息,南航物流在双11期间承运国内外货物超28000吨,其中,国际货物来自天猫国际、京东全球购、亚马逊等网购平台。依托南航丰富的航线网络资源,以西北牛羊肉、南方海鲜、各地水果、电子产品等为主的电商好物安全快捷的送达千家万户。

(来源:全球航空货运)

### **菜鸟计划在巴西开设总部**

阿里巴巴旗下物流部门菜鸟宣布,将在巴西圣保罗开设其位于拉丁美洲的总部。阿里巴巴表示,目前,菜鸟负责将AliExpress的大部分订单从中国运送到

巴西，每周菜鸟在中国和巴西两国之间运营八次包机，现在本地快递网络已经覆盖了巴西的 1000 多个城市，可以为在圣保罗和其他一些城市的客户提供一日达配送服务。

菜鸟还在巴西提出了一个“三年计划”，即未来三年内，计划在巴西的 10 个城市设立 1000 个储物柜，用于包裹和食品的配送，以及在巴西的七个州再推出九个分拣中心。

(来源：物流指闻)

### **美客多在智利建最大配送中心**

11 月 15 日消息，美客多继续扩大其在拉丁美洲的业务并改善其运营，在智利开设了一个大型配送中心，面积达 100,000 平方米，是智利最大的配送中心。

该配送中心位于科利纳区（圣地亚哥大都会区），可存储多达 1500 万件来自美客多自营产品和第三方卖家的产品。

(来源：AMZ123)

### **拼多多 Temu：美国站推出物流新模式**

拼多多跨境电商平台 Temu 向商家开放了 JIT (Just-In-Time) 预售模式。卖家无需再提前备货到仓，而是根据实际产生的销售订单，在 24 小时内完成发货（发至 Temu 国内的官方仓）即可。前期参与的商家仅限广东附近省份，需缴纳 5000 元人民币保证金。根据实际销售情况，商家会在每天 8 点和 16 点收到 JIT 备货单，收到后的 24 小时内，商家需按要求打包发货，发货只能选择“顺丰加急”配送，而运费需由商家自行承担，平台将针对不达时效的商品，根据货品价值对商家罚款。

(来源：晚点 Late Post)

### **Shopee：调整泰国和越南海外仓服务费率**

11 月 10 日消息，Shopee 发布泰国、越南海外仓服务费率调整通知。通知称 Shopee 对泰国海外仓和越南海外仓服务费率进行了部分调整，调整将从 2023 年 1 月 1 日起正式生效。

2023 年 1 月 1 日后，泰国站 < 30 天的仓储费为 0，31-60 天仓储费为 600 泰

铁/m<sup>3</sup>/月，61-90天仓储费为1000泰铢/m<sup>3</sup>/月；小体积商品操作费12泰铢/件，中体积商品21泰铢/件。

越南站<30天的仓储费为0,30-90天仓储费为600000越南盾/m<sup>3</sup>/月,91-180天仓储费为800000越南盾/m<sup>3</sup>/月,>180天仓储费为200000越南盾/m<sup>3</sup>/月；小体积商品操作费12000越南盾/件，中体积商品12000越南盾/件，大体积商品30000越南盾/件，重货90000越南盾/件。

(来源: Shopee)

### **eBay : 发布海外仓新政策**

11月15日消息，为鼓励卖家进一步发展包括大件及重货在内的汽摩配品类业务，合理优化物流成本，eBay现开放卖家为其美国站汽摩配品类(P&A)的海外仓刊登设置经济型物流选项。

此次更新主要针对美国站汽摩配品类(P&A)，具体更新内容如下：承诺订单处理时间设置的要求维持≤3个工作日；承诺总时效设置的要求，由原来≤8个工作日的要求调整到≤13个工作日（允许卖家设置Economy Shipping Option等经济型物流选项）。实际派送时效由原来的≤7个工作日调整到≤9个工作日；合规刊登率100%的达标率要求、及时发货率≥90%的达标率要求、及时送达率≥90%的达标率要求、未收到货纠纷率低于当地平均水平等要求维持不变。此次更新的新标准将于2023年1月1日（交易日时间，北京时间）生效。

(来源: eBay)

## **二、 跨境电商活动**

### **2022年中国-中东欧国家国际贸易数字展览会**

时间：2022年11月28日-12月7日

形式：线上 (<https://ceec.fastexpo.cn/>)

主办方：中国国际贸易促进委员会

承办方：中国国际商会、中国贸促会信息中心、西麦克国际展览有限责任公司

展会规模：800+家参展企业、8000+家采购商

展出内容：机械设备、汽车配件、五金机电、建材、食品、防疫物资等

配套活动：为探索外贸线上新模式，展会期间将根据中东欧国家地区用户特点和习惯，结合时差、文化、交易方式和行业特点，开展6场“贸易周直播对接活动”，聚焦双边贸易优势产业，搭建线上贸易洽谈平台，定向邀请专业观众。报名企业可采用现场直播方式，在贸易周专场对接平台上，推介产品或展示公司，开展商务洽谈。

联系方式：010-82217954



### 中国跨境电商产业高质量发展论坛

时间：2022年11月29日

形式：线上直播

主办方：中国贸促会商业行业委员会

主旨演讲：

1. 共享 RCEP，跨境电商迎来更大市场空间

演讲人：中国贸促会南京市分会法律部部长，贸促系统 RCEP 专家库首批专家 邹锐锐

2. 主旨演讲：多渠道品牌出海彰显中国制造优势

演讲人：结行国际 副总裁 俞五树

3. 新时代下跨境电商几个变化与趋势

演讲人：跨境雅舍 创始人 尧志波

4. 品牌出海合规先行-跨境无界洞察未来

演讲人：欧税通 副总裁 张剑



### 中国跨境电商高质量发展论坛-高校跨境电商人才培养论坛

时间：2022年11月29日

形式：线上直播

主办方：中国贸促会商业行业委员会

活动内容：本次论坛以高校跨境电商人才培养为主题，围绕跨境电商企业新生代的自我成长方向，邀请诸多嘉宾做有关跨境电商创新性新思路的主题演讲，从产教融合、校企合作等多角度切入解读，共话跨境电商面临的人才培养新趋势、新挑战、新突围，为跨境新生代带来新思路，积极赋能产业，帮助企业实现跨越式发展转型。

联系方式：010-66094069, ccpitzzmn@163.com



### 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](mailto:tradeinvest@ccpit.org)，[tradeinvest@itc.ccpit.org](mailto: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。

#### 哥斯达黎加求购：结晶姜和姜汁

哥斯达黎加一家从事生姜产品进口的公司希望采购结晶姜和姜汁。

#### 俄罗斯出口：啤酒和各种饮料

俄罗斯波罗的海啤酒有限公司具有 30 多年生产经验，在俄罗斯啤酒市场占据领先地位，主要产品包括各种类啤酒、啤酒饮料，产品已出口到 5 大洲 45 个国家。现希望寻找中国进口商。

#### 比利时出口：木材

比利时 GFVZD 是一家林业家族企业。GFVZD 是最早在比利时种植道格拉斯松树（俄勒冈松）的企业之一。树直径在 20 到 110 厘米以上不等（树皮上测量，离地 1.5 米）。

GFVZD 拥有大片区域种植松树，也有小部分硬木区域，主要种植橡木和山毛榉。GFVZD 年销售量达 5000-6000 立方米，其中约 3000 立方米为道格拉斯松树。洲际出口的原木进行切割处理，以便于集装箱装载（通常是 40 英尺集装箱）。

合作意向：寻找中国木材进口商或锯木厂。

### 巴拿马出口：B 型煤和巴西产白糖

巴拿马企业计划出口 100 万吨 B 型煤和大量巴西白糖，现寻找中国买家。



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**