

跨境电商电子刊物

2024 年第 5 期（总第 47 期）

2024 年 11 月 11 日

主要看点：

- 【资讯】海关新政助力跨境电商出口发展
- 【资讯】印尼官方要求下架 Temu
- 【资讯】越南更改跨境贸易规则
- 【资讯】前三季度中国跨境电商进出口 1.88 万亿元
- 【资讯】欧洲跨境电商销售额将达 3260 亿欧元
- 【资讯】深圳成亚马逊卖家最多的中国城市
- 【资讯】2025 年南非电商渗透率有望达到 22.27%
- 【资讯】Temu 成瑞士第四大网购平台
- 【资讯】Shein 全球访问量登顶
- 【资讯】TikTok Shop 月销售总额突破 10 亿美元
- 【资讯】美客多超越亚马逊称霸巴西电商
- 【资讯】亚马逊商务在 B2B 电商市场占据主导地位
- 【资讯】Temu 跻身美国前 20 大电商
- 【活动】中国国际供应链促进博览会
- 【活动】俄罗斯食品加工及包装设备洽谈对接会

一、 跨境电商政策

海关新政助力跨境电商出口发展

11月7日消息，海关总署发布了一系列措施，旨在进一步促进跨境电商出口发展，这些措施包括：取消跨境电商出口海外仓企业备案、简化出口单证申报手续、扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点、推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式。这些政策的实施对相关企业产生了积极影响，包括业务模式简化、操作流程优化、物流效率提升和退货流程便利化。

(来源：海关总署)

印尼官方要求下架 Temu

10月15日消息，印尼政府要求下架拼多多旗下跨境电商平台 Temu。印尼信息和通讯部部长 Budi Arie Setiadi 表示，印尼已正式要求谷歌和苹果公司在其应用商店中屏蔽 Temu，以阻止该应用在印尼的下载和使用。目前，Temu 的应用程序在当地已被下架。

印尼当局指出，Temu 的商业模式与当地供应链中的经销商和托运业者等在地利益相关人相冲突，进而使海外企业压低价格，这可能会挤压到印尼的小贸易商。

(来源：新浪财经)

越南更改跨境贸易规则

10月9日消息，越南政府发布了2024年第122号法令，自2030年1月1日起，货物仅能在国际口岸和主要边境口岸办理进出口手续。该法令对2018年第14号法令中的多个条款进行了修订，规定自2029年1月1日起，跨境买卖和交换货物时必须有边境居民到场。新的政策意味着，从2030年起，越南将停止向中国市场的少量配额出口。

同时，第122号法令还对边境贸易的支付方式进行了调整，现金支付仅适用于边境居民的交易。此外，所有跨境交易的货物必须符合

进口国的法律标准、质量和可追溯性要求。这一系列改革将进一步规范越南的边境贸易活动，并加强对进出口业务的管理和控制。

(来源：出海网)

二、 跨境电商行业动态

前三季度中国跨境电商进出口 1.88 万亿元

10月17日消息，海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良日前表示，最新的初步测算数据显示，前三季度，我国跨境电商进出口1.88万亿元，增长11.5%。

(来源：中国新闻网)

欧洲跨境电商销售额将达 3260 亿欧元

欧洲跨境电子商务研究平台 Cross-Border Commerce Europe (CBCommerce)发布的一项新研究显示，欧洲跨境电商今年的营业额预计将达到3260亿欧元，其中69%的电商交易额来自在线市场平台，特别是亚马逊、阿里巴巴和eBay等领先的网络零售商贡献较大。

在线市场平台创造的营业额有一半以上来自大型网络零售商。排名前100名的跨境电商市场平台创造了1970亿欧元的营业额。其中，欧洲十大跨境电子商务在线市场平台依次为亚马逊、AliExpress、eBay、Etsy、Temu、Vinted、OLX、Shein、Discogs和Zalando。

(来源：CBCommerce)

深圳成亚马逊卖家最多的中国城市

10月29日消息，亚马逊卖家最多的前20个城市中，中国占了14个。近年来，电子商务格局，尤其是亚马逊卖家格局发生重大变化。在亚马逊卖家最多的前20个城市中，超半数在中国。深圳以超102000名卖家遥遥领先，其突出地位得益于制造业强国地位，方便卖家接入生产和供应链。广州、莆田、东莞等城市也深度融入全球电子商务生

态系统，让中国品牌以有竞争力价格提供直供产品。中国凭借制造和物流能力成为亚马逊全球卖家首选地。

(来源：Scott Needham)

2025 年南非电商渗透率有望达到 22.27%

根据 Statista 预测，南非的电商渗透率在 2025 年有望达到 22.27%，领先全非洲；肯尼亚和尼日利亚分别预计达到 16.24% 和 13.25%。这为中国卖家在非洲开拓市场提供了灵感。数据显示，在南非，男鞋、男士服饰、女士配饰和家居用品是热门品类。肯尼亚的年轻消费者对手机、美妆及影音产品兴趣浓厚，倾向个性化需求。而尼日利亚作为最大的电商市场，手机、男女服饰及美妆产品销售旺盛，消费者关注性价比。

(来源：Statista)

Temu 成瑞士第四大网购平台

在瑞士，中国跨境电商平台的影响力正与日俱增，Temu 成为瑞士消费者第四大网购平台，阿里速卖通 (AliExpress) 位列第十。亚马逊以 10.5% 的市场份额位居榜首，Galaxus 和 Zalando 分列二、三位。值得注意的是，Temu 在三年前尚不存在，而如今已成为 4.6% 瑞士消费者的首选。

(来源：Universität St. Gallen)

Shein 全球访问量登顶

10 月 24 日消息，Similarweb 数据显示，2024 年 9 月，Shein 以 2.66% 的访问量占比超越各大服装与时尚品牌，位列全球第一位。扩展到整个三季度，Shein 的占比则提升为 2.68%。作为全球四大时尚品牌，Shein、H&M、ZARA 和优衣库均跻身 2024 年三季度访问量前十位，其中 H&M 和 ZARA 分列第三、第四位，而优衣库则排名第六。

(来源：Similarweb)

TikTok Shop 月销售总额突破 10 亿美元

10 月 23 日消息，据 The Information 报道，TikTok Shop 自 7 月份以来月销售总额已超 10 亿美元，有望今年美国商品销售总额达 175 亿美元。TikTok 积极推进电商发展，尤其是在直播方面。由于受 Z 世代购物者欢迎，TikTok Shop 正成为重要电商平台。

（来源：The Information）

美客多超越亚马逊称霸巴西电商

巴西电商市场在 9 月份经历了一定的波动，整体访问量下降了 2.4%。然而，美客多依旧以超过 3.2 亿次的访问量稳居榜首，占据了 13.3% 的市场份额。紧随其后的是 Shopee，以 8.7% 的市场份额位列第二，而亚马逊则以 7.4% 的市场份额排名第三。美客多在巴西的电商流量排行榜中再次以压倒性的优势领先，显示出其强大的市场竞争力。

（来源：Conversion）

亚马逊商务在 B2B 电商市场占据主导地位

11 月 4 日消息，据 Digital Commerce 360 最新的 2024 年 B2B 市场研究报告显示，亚马逊商务（Amazon Business），拥有超过 600 万客户，正积极扩大这一数字。在 B2B 电商市场中，亚马逊商务无疑是主导力量。报告指出，60% 的买家在亚马逊商务的购买量超过其总购买量的四分之一，而 28% 的买家表示这一比例超过一半。然而，12% 的买家称他们“不在亚马逊商务上购买任何商品”，29% 的买家表示他们选择其他市场进行采购。

（来源：Digital Commerce 360）

Temu 跻身美国前 20 大电商

10 月 21 日消息，BCG 和世界零售大会调查显示，60% 的零售创新领导者将电子商务作为优先投资领域，其中第三方市场和社交商务最受重视。同时，亚洲新兴市场 Temu 的快速增长已跻身美国前 20 大电

子商务零售商之列，其平台上产品平均价格比亚马逊低 50%左右，大型应用内折扣活动转化率为 10%，远超行业平均的 2%。

（来源：壹览商业）

Temu9 月在巴西下载量排名第一

11 月 4 日消息，9 月份 TEMU 的活跃用户增长了 31%。在下载量方面，9 月份 Temu 以 580 万次下载量排名第一，远超 Shopee 和美客多等竞争对手的 250 万次下载量。考虑到 Temu 在巴西运营仅四个月，这一成绩极为突出，与行业平均下载量下降 19%的趋势形成鲜明对比。

据悉，自 6 月份进入巴西市场以来，Temu 迅速赢得巴西消费者的青睐，9 月活跃用户已达到 2500 万。Temu 已成为巴西三大最常用的购物应用之一，仅次于用户数分别为 3500 万的美客多和 3400 万的 Shopee。

（来源：亿恩网）

Temu 匈牙利年收入将达 3.3 亿欧元

Temu 在匈牙利迅速崛起，已成为当地最大在线交易平台。2024 年第一季度，Temu 的订单量达到约 150 万，预计到 2024 年中期将增至 400 万，到年底可能超过 1000 万。据相关机构预测，Temu 在 2024 年将从匈牙利市场创造 1300 亿福林（约合 3.3 亿欧元）的收入，有望成为匈牙利市场上最大的电商平台，领先于现有的 13 家大型匈牙利电商公司。

此外，今年 1 月至 6 月，匈牙利消费者在国外网店的订单总额达 1400 亿福林，其中 Temu 占据了约 35%的市场份额，销售额达 500 亿福林。

（来源：鞭牛士）

Temu 用户数达到亚马逊九成

10 月 11 日消息，据 Sensor Tower 统计数据显示，今年 8 月 Temu 的用户数量已经达到亚马逊的 91%，预计年内就会超过亚马逊。在 84

个国家和地区里，53 个国家的用户更喜欢用 Temu。欧洲市场用户对 Temu 的偏爱尤其明显，30 个国家里 28 个国家的用户更喜欢 Temu。不过二者在美国市场市占率差距还很明显，另据研究公司 Emarketer，亚马逊在美国市占率有约四成，预计 Temu 明年能增长至 2.3%。

（来源：Sensor Tower）

三、 跨境电商平台规则和服务调整

阿里巴巴：在欧洲市场推出“贸易保障”服务

11 月 5 日消息，阿里巴巴近日在欧洲市场推出了一项名为“贸易保障”（Trade Assurance）的服务，该服务包括支付保障、实时订单追踪和针对性的争议解决等核心功能。旨在为法国、德国、意大利和西班牙的企业提供一个安全透明的数字 B2B 贸易新标准。这项服务的推出，标志着阿里巴巴在全球电商领域的影响力进一步扩大，同时也为欧洲的中小企业提供了更多的贸易便利。

（来源：阿里巴巴）

阿里巴巴：在日本推出跨境电商应用“TAO”

阿里巴巴国际数字商业集团（以下简称“阿里巴巴国际”）近日面向日本市场正式发布了全新的淘宝跨境电商应用 TAO。该应用结合了阿里巴巴丰富的电商经验，旨在为日本消费者提供优质的在线购物体验。为了给日本用户提供更好的服务，阿里巴巴国际在日本设立了淘宝日本株式会社。TAO 目前拥有超过 300 万种商品，涵盖服装配饰、家居用品、户外露营、宠物用品、烹饪用品、办公用品等多个类别，未来还将持续推出更多产品，进一步扩大数量和类别。

（来源：淘宝日本）

速卖通：全面优化跨境营商环境

海外双 11 开始前，速卖通全面优化售后规则，对困扰商家的“仅退款”和羊毛党进行主动拦截治理，简化退货链路，大幅降低商家售后成本，让商家更放心地备货、投入到双 11 这样一个全年最大的增长

机会中。今年速卖通双 11 将于 11 月 11 日起正式售卖 8 天（均以重点国家当地时区为准），整体投入比去年翻倍。

（来源：36 氪）

速卖通：百亿补贴首次参加双 11

速卖通已经启动“百亿补贴”品牌出海的双 11 招商，这是速卖通百亿补贴首次参与双 11，品牌商家将拥有专属场域和确定性的出海解决方案。今年速卖通双 11 将于 11 月 11 日-11 月 18 日正式售卖 8 天（均以重点国家当地时区为准）。招商资料显示，今年双 11 速卖通将基于“百亿补贴”对品牌商家进行精准扶持和集中投入，让更丰富多元的中国优质供给可以轻松出海，抓住全年最大增长商机。

（来源：网易科技报道）

TikTok Shop：英国站更新卖家配送和绩效政策

10 月 28 日消息，TikTok Shop 英国站宣布将于 11 月 4 日起卖家配送和绩效政策。据了解，此次 TikTok Shop 卖家绩效政策的更新主要涉及对现有条款的细化。而在订单配送方面，TikTok 将强化延迟发货率（LDR）判定，基于订单创建后 2 个工作日内完成“准备发货”时间；引入有效跟踪率（VTR），要求 95% 以上订单有准确可验证跟踪号。

（来源：TikTok Shop）

TikTok Shop：美区跨境商家门槛全面放宽

10 月 12 日消息，TikTok Shop 跨境电商面向美区跨境自运营商家全面更新了入驻标准，在保持对商家的本地仓储物流能力、电商运营经验、健康经营指标等核心入驻原则不变的前提下，进一步激发商家经营活力，持续鼓励多方有运营经验的优质商家入驻。新的入驻标准包含两大方面的调整：一是对此前已支持平台的卖家调整了店铺评分、经营流水、经营时长等要求；二是新增 3 家主流跨境电商平台，共支持 9 家国内与海外电商平台的卖家入驻。

(来源: TikTok Shop)

Temu: 已申请在越经营书面许可证

10月29日消息,越南电子商务和数字经济部(工贸部)表示跨境销售商品的电子商务平台 Temu 已申请在越经营书面许可证。据悉, Temu 已经向工贸部发送关于合规要求的官方文件。工贸部为加强跨境电商管理,向总理发布书面报告,建议发布促进管理的公开电报,包括研究颁布《跨境电子商务专门法》和修改相关决定,还指示相关职能部门与海关总署协调加强监管。

(来源: 越南电子商务和数字经济部)

亚马逊: 德国修订货物追踪政策

亚马逊将于 2025 年 1 月 15 日对其在德国的货物追踪政策进行修订。新政策要求,价值超过 15 欧元的国内货物需纳入有效追踪号码比例的评估。此外,所有承运商的订单将被纳入这一评估范围。跨境订单的有效追踪号码比例也将纳入计算,除非订单金额低于 20 欧元。所有运往或来自英国、法国、意大利、西班牙、荷兰、葡萄牙、波兰、奥地利或瑞典的货物均被视为跨境订单。

(来源: 亚马逊)

Shopee: 推出双 11 商家激励措施

11月6日消息,伴随 11.11 大促临近,Shopee 多个站点向跨境商家释放大额折扣和多重福利,包括 Shopee Live 直播优惠、超值好礼抽奖、无门槛免运服务等。为了助力商家获得更多订单,本次双十一,Shopee 进一步优化营销、物流等生态链路,并推出多重激励措施。Shopee Video 短视频作为新的流量入口,将成为本次大促的一个重要亮点。

(来源: Shopee)

Shopify: 将关税计入产品价格

11月7日消息，Shopify日前优化了“公司详细信息”和“公司地址详细信息”页面的布局，使页面中的自定义信息和标准信息之间的区别更加显著。此外，对于使用 ManagedMarkets，特别是单页结账的商家，Shopify引入了含关税定价功能。启用此功能后，结账页面中产品价格将不再单独显示关税费用，而是将其包含在产品价格内。

(来源：Shopify)

Shopify：为部分商家提供“不收税”选项

10月25日消息，Shopify Flow 功能更新，现支持商家在“Admin API 请求”操作中利用返回的数据。此次更新还为开展 B2B 业务的商家提供“不收税”选项，该选项适用范围具体到公司地点。这一更新有助于商家在不支持免税的国家或地区，更简单高效地进行税收豁免，而不必通过设置草稿订单，或者为免税客户重复下单等变通操作进行免税。

(来源：Shopify 电商独立站)

Lazada：进军欧洲市场

10月31日消息，电子商务平台 Lazada 宣布正式进军欧洲市场，旨在缩短欧洲企业与东南亚市场之间的距离。据了解，在米兰举办的一次活动中，Lazada 展示了其 LazMall 平台的巨大商机。当前，该平台连接着数百万买家，并汇集了超过 32,000 个国际和本地品牌。Lazada 计划为加入 LazMall 奢侈品分部的公司提供全面的出口、运输和市场营销支持，以便更好地开拓东南亚不断扩大的消费群体。

(来源：Lazada)

Lazada：与淘宝合作

10月24日消息，Lazada 正式宣布与淘宝合作，在新加坡和马来西亚推出一个专门的淘宝时尚频道，提供超过 600 万种精选时尚产品，以增强其时尚和生活产品种类。新的时尚频道在 Lazada 应用程序的主页进行展示。

Lazada 计划在未来进一步扩展这一频道，增加更多生活方式产品，以进一步丰富其产品组合。此外，Lazada 在每周六还将举行 TaoFashion Day 活动，购物者可以以高达 70% 的折扣浏览超过 35,000 个新品，尽享最新时尚潮流。为了进一步提升用户体验，Lazada 承诺提供免费国际空运，确保商品在最快 5 个工作日内送达。

（来源：Lazada）

Lazada：泰国开启全托管招商

Lazada 泰国本土全托管服务全新升级，旨在帮助泰国本土有供应链实力和价格优势的优质商家抢占千亿美金级市场。在此服务模式下，商家只需负责供货选品发货，运营、营销、推广等流程由平台托管，商家专注货品即可。Momertum Works 数据显示，去年 Lazada 在泰国电商市场占有率为 30%，仅次于 Shopee 排名第二。

（来源：Lazada）

谷歌：首个跨境电商加速中心在厦门启用

10 月 18 日消息，谷歌首个跨境电商加速中心在厦门自贸片区海上世界正式启用。此次加速中心的启用，聚焦解决独立站卖家起步难、人才招聘难、出海运营难等痛点，通过开展市场教育、生态资源聚合等，提供一站式孵化服务，助力出海企业加速跨境电商业务发展。

（来源：厦门日报）

快手：正式进军巴西电商

11 月 5 日消息，快手国际版 Kwai 正式宣布在巴西推出电子商务平台 Kwai Shop，进一步拓展其业务版图。据悉，2023 年底进入测试阶段后，Kwai Shop 在 2024 年实现日购买订单增长 1300%，电子产品、家居用品和化妆品成为最畅销品类。巴西 70% 的小型企业已利用 Kwai 等社交网络提升知名度。

（来源：Kwai）

四、跨境物流

2024 年全球货运企业 50 强出炉

11 月 5 日消息，根据企业 2023 年的货运收入排名，物流业权威杂志《Transport Topics》公布了 2024 年全球货运企业 50 强榜单。排在前十的货运企业为：亚马逊（第 1）、FedEx（第 2）、UPS（第 3）、USPS（第 4）、DHL（第 5）、马士基（第 6）、CMA CGM（第 7）、MSC（第 8）、中国国家铁路集团有限公司（第 9）、德迅（第 10）。

2024 年全球货运企业 50 强榜单中，美国有 18 家公司上榜，入围企业数量最多。接下来是中国，共有 6 家企业上榜，分别是中国国家铁路集团有限公司（第 9）；顺丰集团（第 11）；中远海运（第 13）；中国外运（第 24）；长荣海运（第 34）；嘉里物流（第 44）。

（来源：跨境电商物流百晓生）

京东再开美洲、大洋洲 13 国寄递服务

11 月 6 日消息，在持续拓展亚洲国家的同时，京东快递国际还进一步拓展了大洋洲、南美洲及北美洲国家的快递寄递服务，目前，京东快递国际已完成三大洲 13 个国家的快递寄递服务，包括澳大利亚、新西兰、巴西、阿根廷、巴拿马、哥伦比亚、玻利维亚、厄瓜多尔、秘鲁、乌拉圭、智利、委内瑞拉、苏里南等国家，这些国家的消费者都将能够收到来自中国的京东快递。

（来源：京东物流黑板报）

京东物流全球海外仓面积将新增超 100%

10 月 17 日消息，京东物流官宣，全球织网计划将全面升级，为提升出海品牌、海外客户的服务体验，计划至 2025 年底全球海外仓面积将实现超 100% 增长，同时进一步布局建设保税仓、直邮仓。此外，京东物流将进一步提升国际快递覆盖范围，今年内全球近 80 个国家的消费者均能够收到来自中国的京东快递。

目前，京东物流已构建了以海外仓为核心，包括海外仓网、国际转运枢纽、海外国家本土的运配网络及跨国运输网络于一体的全球供应链网络，在前沿供应链科技的加持下持续提升效率。

（来源：京东物流黑板报）

淘宝包邮区扩容至全球十大站点

“淘宝天猫出海增长计划”又有新进展，继此前出海商家扩容至全行业外，如今境外包邮区也增加了。日本、泰国、越南、柬埔寨，成为新的出海包邮目的地，淘宝全球包邮的服务覆盖范围，从原有的6个站点扩大至10个站点。这也意味着，从今年双11开始，大批商家也可以和淘宝一起拓展新市场、“一键卖全球”了。

（来源：亿欧）

五、跨境电商活动

中国国际供应链促进博览会

时间：2024年11月26-30日

地址：中国国际展览中心（顺义馆）

主办：中国国际贸易促进委员会

承办：中国国际展览中心集团有限公司

展览内容：第二届链博会展出规模约10万平方米，设置先进制造链、清洁能源链、智能汽车链、数字科技链、健康生活链、绿色农业链等六大链条和一个供应链服务展区，纵向展示相关产业链上中下游先进理念、产品和技术，横向展示金融保险、物流配送、商业咨询和法律等配套服务。

扫码报名



俄罗斯食品加工及包装设备洽谈对接会

时间：2024年11月14日

形式：线上对接 ZOOM 会议

主办：中国贸促会信息中心

产品类别：食品工业设备

会议语言：中俄同声传译

会议介绍：

参会企业将有机会与来自俄罗斯的优质供应商直接对接，深入了解俄罗斯食品加工及包装设备行业市场现状，在线挑选符合需求的高质量产品，进一步与俄罗斯企业建立长期稳定的合作关系。

本次会议意向采购产品包括：

- 1.制糖设备、离心机、离心式干燥机、过滤净化设备及装置
- 2.种子、谷物、干豆类清洗分类设备、面粉加工设备

扫码报名



往期《跨境电商电子刊物》可前往中国贸促官网、贸易投资网、“经贸活动云”微信服务号，通过搜索关键词“中国跨境电商电子刊物”下载。

中国贸促官网：www.ccpit.org

贸企通：www.eccpit.com

为构建跨境电商优质服务生态，整合跨境电商热门品类核心展品，我们搭建了“中国跨境电商企业海外推广计划”专题平台，欢迎各品类工厂、服务商企业在线注册展示。

平台内也可查阅《跨境电商电子刊物》等电商行业动态。

扫码进入平台

