

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同政府官方刊物、可供查閱的公開市場調查資料來源及其他獨立供應商的資料來源，以及灼識諮詢所編製的獨立行業報告。我們委聘灼識諮詢編製有關[編纂]的獨立行業報告。我們相信此資料來源為有關資料的合適來源，並以合理緊慎方式摘錄及複製有關資料。我們並無理由相信有關資料為虛假或具誤導性，或有遺漏任何事實遭到隱瞞以致有關資料屬虛假或具誤導性。來自政府官方來源的資料未經我們、獨家保薦人及[編纂]、其各自任何董事及顧問，或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，且未就其準確性作出任何聲明。

### 中國跨境貿易行業概覽

#### 中國企業加快出海步伐

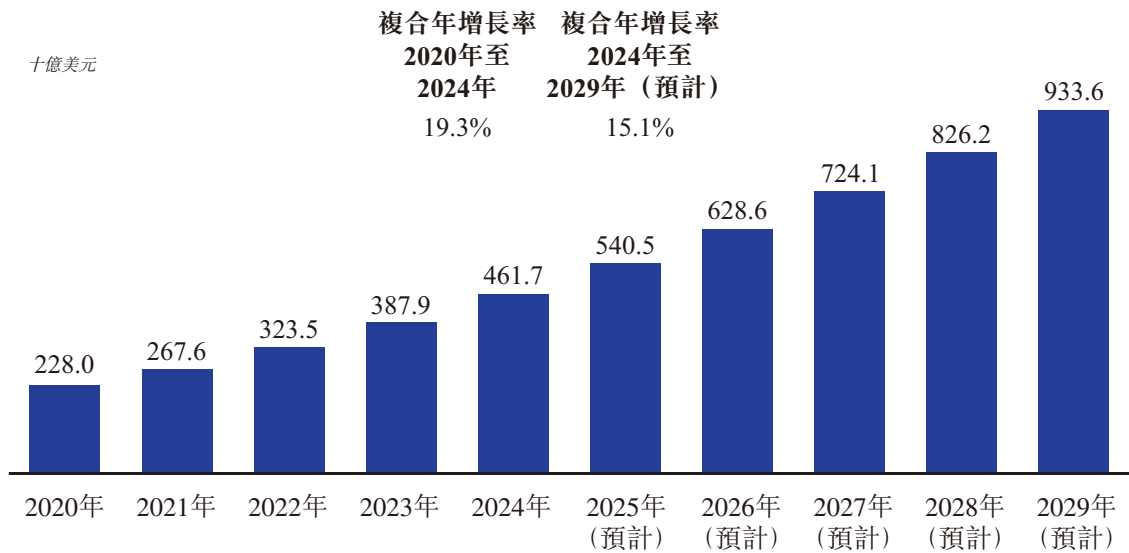
中國出海企業指從事海外業務活動的中國公司，涵蓋跨境電商、遊戲、移動應用程序等行業。在中國經濟快速增長和全球化浪潮的推動下，過去十年中國企業出海趨勢顯著，海外業務持續增長。於2024年，中國貨物進出口總額達6.2萬億美元，較2023年同比增長3.8%；服務進出口總額達1.1萬億元，同比增長13.2%。在此背景下，中國企業在全球市場日益活躍，其國際佈局及影響力穩步提升。

#### 跨境電商行業增長強勁

在各出海行業中，跨境電商尤為突出，展現強勁增長勢頭。此擴張得益於移動互聯網技術進步和用戶群持續擴大的雙重驅動。藉助移動互聯網，電商行業突破傳統時空限制，建立全渠道消費場景。消費者能夠通過智能手機和平板電腦等設備隨時隨地購物，在享受更便利的體驗同時，也實現更高的市場靈活度和營運效率。同時，豐富的產品供應重塑消費者體驗，使企業能夠更好地滿足個性化需求，提高客戶滿意度。此外，數字支付系統、智能物流及相關基礎設施的發展進一步加速電商行業的發展。憑藉中國先進的生產能力和多元化的產業集群，中國跨境電商企業在國際市場展現出強大競爭力，成為出海企業的中流砥柱。隨著國際擴張步伐加快，加上跨境電商平台生態系統持續完善、全球供應鏈多元化及有利政策支持，行業正迎來新的擴張階段。按銷售額計，中國跨境電商行業市場規模在2024年達4,617億美元，預計到2029年達9,336億美元，2024年至2029年間複合年增長率為15.1%。

## 行業概覽

### 中國跨境電商市場規模，2020年至2029年(預計)



資料來源：灼識諮詢

### 市場驅動因素

- **數字貿易與服務貿易全球擴張加速：**通過加強頂層設計及推動與國際規則接軌的制度開放，中國為跨境電商企業的全球擴張營造了良好生態體系。值得注意的是，行業對數字服務能力(尤其是軟件即服務(SaaS)及支付解決方案)的依賴度不斷提升，帶動了對專業跨境電商營銷服務的需求。
- **政策支持：**中國政府已實施一系列扶持政策，例如《「十五五」數字經濟發展規劃》，以引導高質量對外貿易、推動新型貿易模式及支持多元化貿易服務。與此同時，出口目的地國家亦實施簡化清關及稅收優惠等措施，吸引通過跨境電商渠道進入的外國商品。該等政策彰顯了雙方發展對外貿易的長期決心，提高了中國出海電商商家大額投資營銷服務的信心，進而帶動對跨境電商營銷解決方案的需求。

### 中國出海營銷服務行業概覽

#### 中國出海營銷服務需求強勁

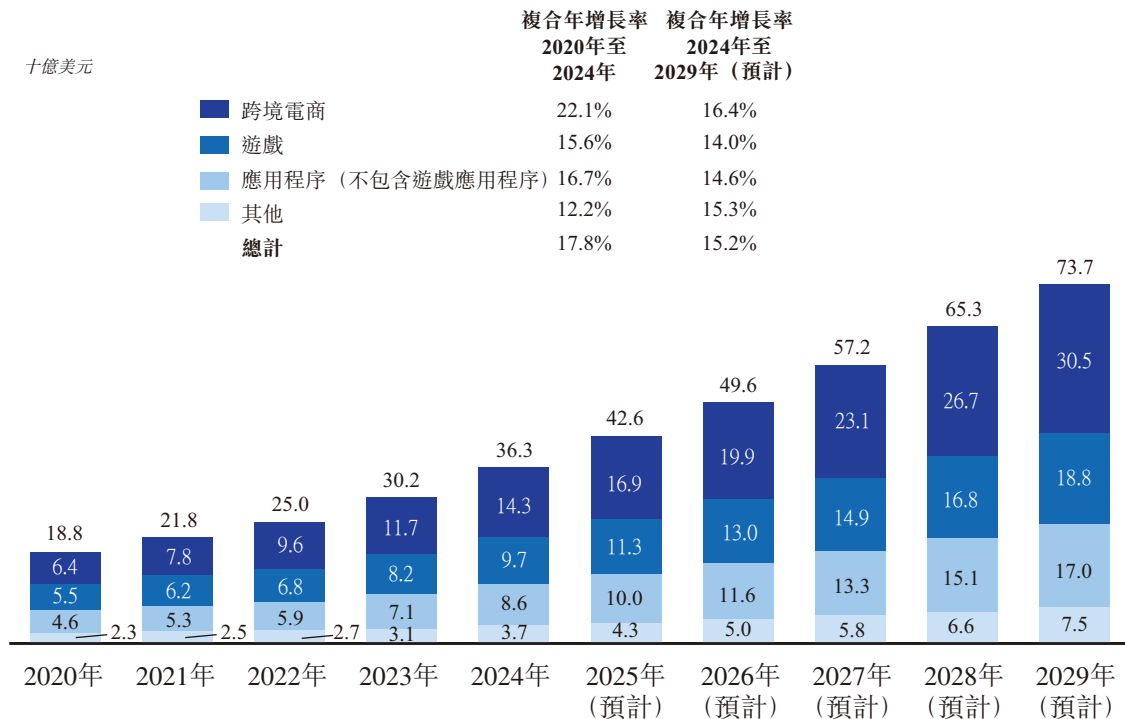
在全球經濟格局、地緣政治和貿易規則發生巨大變化的背景下，越來越多中國企業積極拓展海外市場，尋求更多增長機會及實現更可持續和多元化的發展。在此背景下，中國出海企業已逐步從早期的貿易出口和原始設備製造商(OEM)/原始設計製造商(ODM)模式，邁向品牌導向和自主全球市場擴張。隨著中國國際化進程加快、跨境電商平台生態系統持續完善、全球供應鏈多元化以及利好政策環境，出海服務行業經歷顯著增長。於2024年，近700,000家中國企業錄得進出口業務，較2023年同比增長8.5%，創歷史新高，反映對出海服務的持續需求。

出海企業，尤其是中小企業，往往對目標市場的監管框架、商業生態系統和實際營銷執行的認知有限。這促使對本地化、精準品牌營銷、有效使用數字工具和活動策劃等全方位專業支持的需求不斷增長。作為業務合作夥伴，營銷服務提供商專注於數字營銷和技術解決方案，覆蓋從

## 行業概覽

初步市場研究、戰略規劃到創意開發、活動執行和績效評估的完整營銷周期，從而使品牌能實現銷售增長和品牌建設。於2024年，中國出海營銷服務行業市場規模達363億美元。隨著出海企業及其營銷需要的持續增長，預計市場到2029年擴大至737億美元，2024年至2029年間複合年增長率為15.2%。

### 中國出海營銷服務市場規模 按下游客戶分部劃分，2020年至2029年(預計)



資料來源：灼識諮詢

### 跨境電商需求尤為強勁

在所有下游客戶分部中，跨境電商對出海服務的需求最為顯著。由2020年到2024年，中國跨境電商營銷服務市場規模穩步增長，佔整體出海營銷服務市場約40%，在各類出海企業中排名第一。未來五年，跨境電商客戶預計將維持最大市場份額並引領行業增長。

### 市場驅動因素及趨勢

- **全球供應鏈多元化及政策支持：**地緣政治與全球貿易格局的變化正重塑供應鏈。《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP，中國與其他14個亞太經濟體簽署的區域自由貿易協定)及《關於開展中小企業出海服務專項行動的通知》等扶持政策，降低了貿易壁壘與合規成本，進而提升跨境電商營銷預算，加速海外擴張。
- **完善的跨境電商生態系統：**TikTok Shop、Amazon、Shopee等平台持續升級賣家服務系統及本地履約能力，有效降低中國企業出海的准入門檻。因此，市場對能夠整合管理跨平台運營、創意素材及數據廣告牌的專業營銷服務提供商的需求大幅上升。

## 行業概覽

- **中國企業出海加速：**中國製造與品牌競爭力不斷提升，帶動大量企業湧入海外市場。持續的擴張加劇了對專業出海服務的依賴，尤其對結合媒體投放、創意本地化及數據驅動優化的整合解決方案需求強勁。
- **消費及科技雙重驅動：**全球互聯網及電商滲透率不斷提升，推動了對本地化體驗的需求。在東南亞及拉丁美洲等新興市場，語言、文化及合規能力愈發重要。與此同時，AI及大數據提升了廣告與分析效率。各大媒體平台快速應用AI定向投放、自動出價及動態創意優化，使出海電商商家對具備豐富經驗的服務提供商需求增加，該等提供商可將此類工具整合至特定行業解決方案，以提升轉化率及品牌認知度。

### 中國跨境電商營銷服務行業分析

出海營銷在中國企業全球擴張中扮演關鍵角色。隨著全球市場日益開放和互聯互通，出海營銷已成為國內企業提升品牌影響力、開拓國際市場和實現全球化的重要途徑。出海廣告不僅推廣產品和服務，亦是文化交流的橋樑。跨境電商營銷指中國企業利用數字渠道(如搜索引擎、社交媒體平台、電商平台和門戶網站)向海外用戶進行廣告投放、品牌推廣和轉化營銷。中國出海企業日益依賴專業營銷服務作為其在海外推廣產品和服務的主要工具。一般而言，該等服務按渠道類型劃分，包括媒介投放以及綜合展會服務。

### 廣告營銷

中國跨境電商廣告營銷服務行業的價值鏈主要包括廣告主、營銷服務提供商、媒體平台及海外消費者。

- **廣告主：**廣告主指具營銷服務需求的中國出海企業。
- **營銷服務提供商：**執行廣告主營銷策略的專業服務提供商，提供涵蓋市場研究、內容創作、廣告投放、數據分析和全案活動管理的綜合營銷解決方案，以支持產品全球化、品牌建設和市場轉化。
- **媒體平台：**數字營銷活動的關鍵渠道，各平台具不同用戶群體和營銷特點。
- **海外消費者：**海外消費者是出海營銷活動的目標受眾，其消費行為與國內消費者存在重大差異。因此，在海外市場準確鎖定目標受眾及實施有效的營銷策略對廣告主構成重大挑戰。

不同的海外媒體平台，如Google、TikTok和Meta，在用戶人口統計、營銷成本和整合能力方面各不相同。例如，Google為出海電商提供全球廣告平台，支援多種語言和本地化定製，讓品牌國際化潛力最大化。此外，Google與多個主流電商平台深度整合，使品牌能夠進行精準的產品推廣和銷售轉化，從而提高營銷效率及降低跨境電商的營運複雜度。目前，中國約有30家Google優秀合作夥伴及60家TikTok官方廣告代理商。

## 行業概覽

通過與媒體平台合作，營銷服務提供商能更好地利用平台資源和優勢，為廣告主提供更優質的數字營銷服務。

### 展會服務

展覽是出海企業獲取行業洞察、連結資源和拓展市場的重要平台，亦是跨越地理障礙、深化全球合作的重要橋樑。綜合展會服務提供商籌辦專業活動，並利用展覽管理技術平台，將攤位設計、活動執行及商業配對納入數字管理閉環。這使得從策劃到執行實現端到端的精準營運，幫助出海企業快速建立品牌知名度和發展國際市場。

### 價值創造

廣告營銷和展會服務皆有效提升跨境電商企業的營銷和營運效率，進一步加強品牌資產和用戶信任。該等服務的結合應用滿足跨境電商企業多元化的品牌建設需要，支持高效品牌管理。

#### 中國跨境電商營銷服務提供商的價值創造

	廣告營銷	展會服務
提升品牌實力和消費者信任	<ul style="list-style-type: none"><li>協助企業建立海外品牌形象和用戶信任，推動從產品導向轉向品牌導向的國際化擴張。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>通過專業規劃及執行綜合展會服務，協助品牌展示、信任建立及市場知名度。</li></ul>
提高營銷及營運效率	<ul style="list-style-type: none"><li>透過內容本地化、精準定位及優化數據驅動投資回報率，提高營銷效率並實現精細化營運。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>建立有效平台，串聯企業及海外經銷商、服務提供商及買家，從而提高營運效率。</li></ul>

資料來源：灼識諮詢

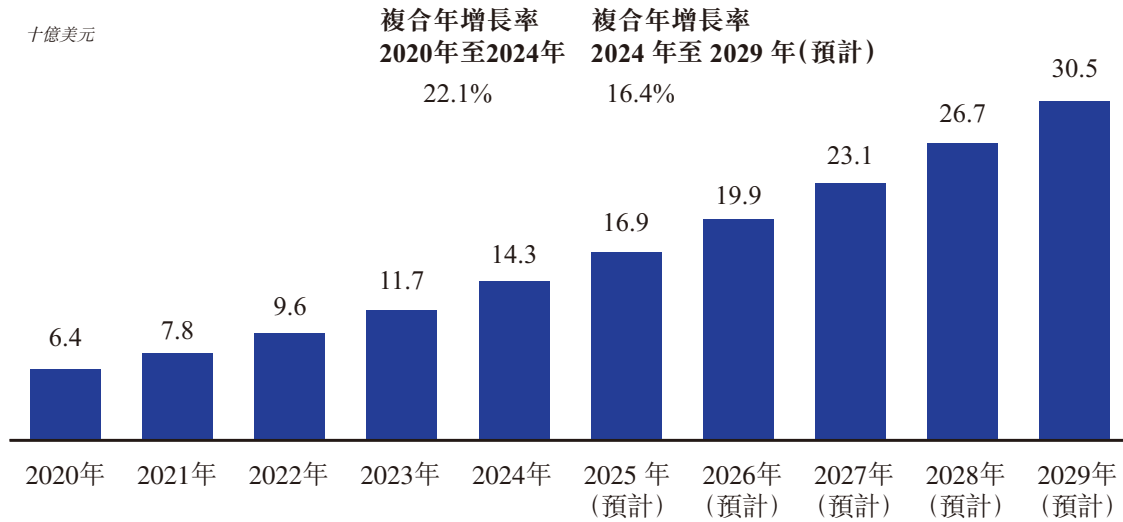
### 市場規模

中國營銷服務提供商通過內容本地化、精準定位和數據驅動優化，幫助跨境電商企業提高營銷和營運效率，實現更佳營銷成效和精細化管理。該等提供商亦協助企業在海外市場建立品牌形象和用戶信任，推動從產品導向轉向品牌導向的國際化擴張。憑藉對海外平台規則、用戶行為和監管環境的深刻理解，中國營銷服務提供商幫助客戶減少試錯成本，並降低對人力和管理資源的要求。

於2024年，中國跨境電商營銷服務行業市場規模達143億美元，2020年至2024年間複合年增長率為22.1%。該顯著增長不僅歸因於全球化需求不斷上升，亦歸因於營銷工具從實時競價(RTB)到AI賦能工具(包括受眾定向、廣告活動管理、營銷內容製作)的持續迭代。到2029年，預計市場擴大至305億美元，2024年至2029年間複合年增長率為16.4%，為中國出海企業提供更多增長機遇。

## 行業概覽

### 中國跨境電商營銷服務市場規模 2020年至2029年(預計)



資料來源：灼識諮詢

### 一站式營銷服務的興起

隨著中國品牌全球化進程加速，企業迫切需要覆蓋品牌觸達、產品銷售、產品分銷及用戶互動等關鍵職能的整合式端到端服務。一站式營銷服務提供商建立覆蓋品牌完整生命周期的數字服務體系。該模式不僅實現靈活的全渠道佈局及更深層次的品牌價值傳遞，亦大幅提升運營效率。

### 市場驅動因素及趨勢

- **市場需求及供應雙重驅動因素：**一方面，中國產品、應用程序和品牌在海外市場的接受度不斷提高，加上全球化需求持續增長，促使更多中國企業拓展至全球，增加對數字營銷服務的需要。另一方面，中國製造供應鏈集群提供優質且大規模生產、多樣產品類別和靈活生產能力，為出海電商提供堅實的行業基礎。隨著供應鏈企業加速全球擴張，對數字化和品牌化服務的需求持續增長。
- **一站式服務需求上升：**品牌越來越傾向於選擇提供營銷、技術和展覽端到端解決方案的提供商，從分散式外包轉向一站式全流程管理。
- **智能營銷升級：**程序化廣告及其他新技術的廣泛應用推動更個性化策略及自動化執行。AI生成內容(AIGC)促進端到端AI營銷，提高內容生產效率並降低成本。多模態能力增強內容表現力，而AI視頻生成滿足對平台內容的需求，共同推動行業的智能化水平。
- **社交化及興趣化電商興起：**TikTok商店和WhatsApp等社交平台已成為新交易場所，催生綜合數字營銷模式。短視頻和直播廣告成為跨境電商的主要流量渠道，增加內容互動性和沉浸感，提高數字營銷服務提供商的表現要求。

## 行業概覽

### 中國跨境電商營銷服務競爭格局

在全球化驅動下，中國企業在海外擴張表現出色，推動出海服務行業的快速增長。目前，在中國活躍的出海服務提供商逾千家，市場競爭高度激烈。跨境電商營銷服務行業具巨大增長潛力，但隨著行業持續擴張，競爭越發激烈。根據灼識諮詢的資料，2024年五大市場參與者佔市場總份額約36.5%。按2024年跨境電商營銷服務收入計，本公司位居中國五大跨境電商營銷服務提供商第五名。在領先提供商中，本公司提供最全面的服務組合且服務客戶人數最多。

#### 中國跨境電商營銷服務行業競爭格局，2024年

排名	公司名稱	跨境電商營銷服務收入， 一百萬美元，2024年	2024年市場份額(%)
1	公司A	2,292	17.2%
2	公司B	1,432	10.8%
3	公司C	940	7.1%
4	公司D	123	0.9%
5	本公司	71	0.5%

資料來源：灼識諮詢

附註：

- 1) 上述競爭格局僅包括專注於出海營銷服務的服務提供商。
- 2) 公司A，於1996年成立，總部位於中國，一家在深圳證券交易所上市的公司，為各行業客戶提供一站式技術驅動營銷服務，滿足整個業務生命周期的營銷需求。
- 3) 公司B，於2014年成立，總部位於中國，一家領先的出海營銷服務提供商，專為中國出海企業提供全鏈路媒體策略、內容本地化和平台執行服務。
- 4) 公司C，於2017年成立，總部位於中國，一家領先的出海營銷服務提供商和數字增長合作夥伴，利用先進技術提供全面海外業務擴張解決方案。
- 5) 公司D，於2014年成立，總部位於中國，專注於將中國跨境電商賣家連接至全球電商平台、服務提供商和供應商來協助彼等，提供一站式端到端的品牌全球化服務。

### 關鍵成功因素及准入壁壘

- **全鏈路服務整合能力**：連接從營銷推廣、技術工具到渠道轉化和展覽配對的整個出海商業鏈的能力，是服務提供商實現差異化並增強客戶黏性的基礎。
- **獲客能力**：提供商應能通過多渠道觸達目標客戶，利用線上和線下服務構建高效的潛在客戶開發和轉化機制。獲客能力直接影響客戶群規模和服務擴展潛力，是市場開發能力的關鍵指標。
- **生態系統合作夥伴關係及平台資源整合**：主流提供商與主要跨境電商平台、媒體渠道、支付網關和物流提供商建立深度合作夥伴關係。此類聯盟實現端到端串聯，增強獲客和服務協同效應，進一步深化客戶參與度。

## 行業概覽

- **數字技術開發及產品能力**：自主開發或整合用於活動優化、數據分析和自動化管理的工具，對於確保交付效率和加強客戶參與度至關重要。
- **本地化營運能力**：頂尖服務提供商通常在多元海外市場保持強大影響力，並建立本地團隊執行業務和取得市場洞察。此提高轉換率並支持服務的長期可持續性。
- **跨平台及多場景營運能力**：領先的公司提供跨越多平台、多國家和多業務場景的營運解決方案，使其能滿足不同類型客戶多樣且不斷演變的需求。

### 行業資料來源

灼識諮詢獲委託對中國跨境營銷服務行業進行分析並作出報告，費用約為人民幣450,000元。該委託報告由灼識諮詢編製，不受本公司及其他利益相關方影響。灼識諮詢的服務包括(其中包括)行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢。

灼識諮詢運用各種資源進行一手及二手研究。一手研究涉及消費者調查，以及採訪主要行業專家及領先行業參與者。二手研究涉及分析來自各種公開數據來源的數據，如中國國家統計局、中國其他政府部門發佈的信息、行業參與者、行業組織發佈的年度報告以及灼識諮詢的內部數據庫。

委託報告中的市場預測乃基於以下主要假設：(i)預計未來十年內全球社會、經濟及政治環境將整體上維持穩定趨勢；(ii)於預測期間相關關鍵行業驅動因素可能繼續促進該行業的增長；及(iii)並無將會對市況產生顯著或根本性影響的極端不可抗力事件或行業監管。

經作出合理查詢後，我們的董事確認，自灼識諮詢報告發佈之日起，市場資料概無任何重大不利變動，而可能使本節資料有所保留、產生矛盾或受到影響。