
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我們委託的弗若斯特沙利文編製的報告，以及各種政府官方刊物及其他公開可用刊物。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告－弗若斯特沙利文報告。來自政府官方來源的資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的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，亦概無就有關資料的準確性發表任何聲明。

資料來源及可信度

我們已委託獨立第三方弗若斯特沙利文就本文件目的編製市場研究報告。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付136,480美元的費用，而我們的董事認為該費用反映市場價格，並認為支付費用不會影響在弗若斯特沙利文報告中所得出結論的公平性。弗若斯特沙利文成立於1961年，在全球擁有超過45個辦事處，擁有3,000多名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟學家。

研究方法

在編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文進行了初步研究，包括與行業參與者及行業專家討論行業現況，以及涉及審查公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文本身數據庫的次級研究。

基準及假設

弗若斯特沙利文報告的編製基於以下假設：(i)未來十年中國及海外經濟可能保持穩定增長；(ii) 2022年至2026年，中國及海外的社會、經濟及政治環境可能保持穩定；(iii)國內企業海外市場擴張、一站式數字市場服務的發展、電子商務行業的蓬勃發展，以及政府的利好政策可能會推動行業未來增長。COVID-19的影響已納入假設中。

行業概覽

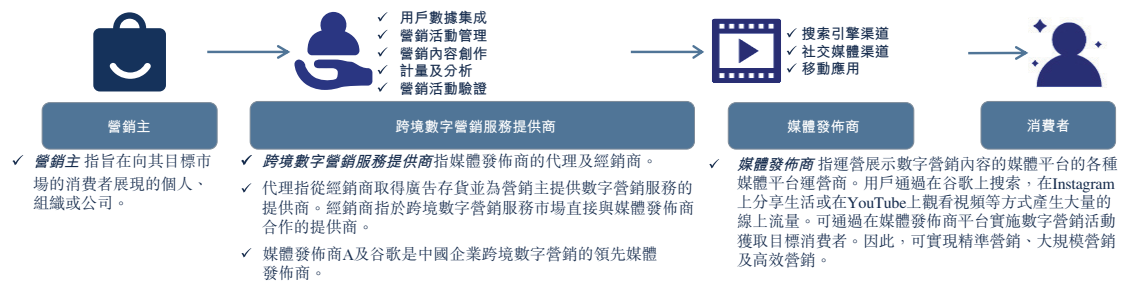
中國跨境數字營銷服務行業分析

跨境數字營銷指旨在通過藉數字渠道進行跨境營銷活動針對海外潛在用戶的企業營銷取向。跨境數字營銷核心價值為幫助營銷主通過互聯網廣告技術及數字媒體平台觸達海外消費者。由於中國公司通常面臨信息不對稱、文化差異及缺乏客流量等挑戰，因此對跨境數字營銷服務的需求日益增加。

跨境數字營銷服務提供商可分為兩個類別，媒體發佈商代理及經銷商。代理從經銷商取得廣告存貨，並為營銷主提供數字營銷服務。同時，代理提供（其中包括）營銷內容創作、優化及績效評估等服務。經銷商指於跨境數字營銷服務市場直接與媒體發佈商合作的服務提供商。僅有為數不多的市場參與者自媒體發佈商取得中國經銷商資格。一般而言，僅擁有龐大經銷商規模及全面服務能力的跨境數字營銷服務提供商能符合作為經銷商的準則。經銷商能夠協助利用其龐大客戶群以為媒體發佈商物色及開拓潛在客戶。與從經銷商取得廣告存貨的代理不同，經銷商能夠向營銷主提供營銷服務並協助他們直接從媒體發佈商取得廣告存貨。經銷商可向營銷主提供全周期服務而非僅提供營銷服務，從而改善客戶滿意度及增加客戶黏性。同時，因經銷商與頂級媒體發佈商的緊密關係，故其能夠協助營銷主得知並熟悉頂級媒體發佈商頒佈的最新政策及規例。媒體發佈商（例如媒體發佈商A）採納的眾多經銷商及代理層級並非僅限於中國，亦適用於其他國家及地區。

跨境數字營銷服務提供商主要從服務費以及媒體發佈商的淨支出與營銷主應佔賬單淨額之間的差額產生收入。賬單淨額是營銷主應佔總賬單金額減營銷主激勵的淨額；媒體發佈商的淨支出是來自媒體發佈商的總支出減來自媒體發佈商的返利的淨額。

跨境數字營銷服務行業價值鏈



行業概覽

附註：

1. 返利：指媒體發佈商向跨境數字營銷服務提供商提供的補償。
2. 營銷主激勵：指跨境數字營銷服務提供商向營銷主就使用跨境數字營銷服務提供的補償。

跨境數字營銷服務行業市場規模

跨境數字營銷服務行業市場規模指中國跨境數字營銷服務提供商總賬單金額。

• 按媒體劃分

隨著國內公司擴充至海外市場，中國跨境數字營銷服務行業於過去數年急速增長。跨境數字營銷服務行業由2016年的48億美元增加至2021年的223億美元，複合年增長率為36.0%。預期中國的跨境數字營銷服務行業與技術創新及中國公司需求增長的增長一致。估計市場規模於2026年達616億美元，2021年至2026年複合年增長率為22.5%。

媒體發佈商A及谷歌為中國跨境數字營銷的兩家主要媒體發佈商。與大致1至2個媒體發佈商合作為跨境數字營銷服務提供商的行業慣例。絕大部分的中國跨境營銷主偏好有大媒體流量的頂級媒體發佈商，如媒體發佈商A及谷歌。於2021年，中國營銷主於媒體發佈商A及谷歌平台上的應佔總賬單分別佔中國跨境數字營銷服務行業總賬單金額46.6%及33.6%。

2021年按總賬單金額計五大跨境數字營銷行業媒體發佈商市場份額排名(中國)

排名	媒體發佈商	市場份額 (%)
1.	媒體發佈商A	46.6
2.	谷歌	33.6
3.	Amazon	9.4
4.	TikTok	6.3
5.	Snapchat	1.8
	五大小計	97.7
	其他	2.3
	總計	100.0

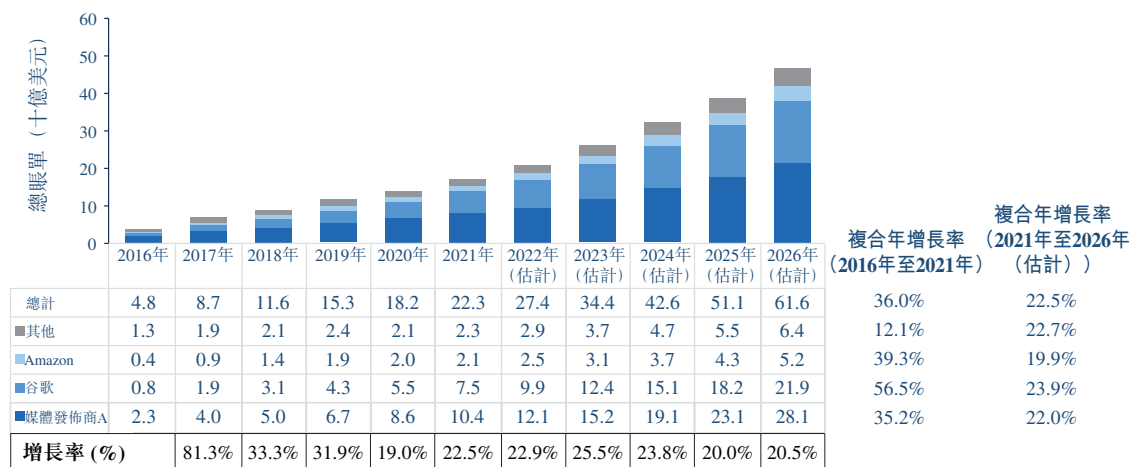
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

截至2021年，中國跨境數字營銷行業的五大媒體發佈商按行業排名依次為媒體發佈商A、谷歌、Amazon、TikTok和Snapchat，合計佔中國跨境數字營銷行業的總賬單的97.7%。媒體發佈商A在媒體發佈商中仍佔據行業主導地位，迄今尚無其他現有或新媒體發佈商挑戰其主導地位。對電商及線上遊戲行業而言，中國的跨境數字營銷服務市場亦由媒體發佈商A主導。於2021年，按總賬單金額計算，TikTok在中國跨境數字營銷行業佔6.3%的市場份額。

媒體發佈商A是電商營銷主的主要媒體發佈商。媒體發佈商A的最大媒體平台的平均每月活躍用戶由2019年的25.0億增加至2022年的29.6億，於相關期間在所有社交媒體平台當中排名首位。媒體發佈商A作為用戶流量提供商及社交媒體發佈商有主導地位，在不久將來或不會被取代。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日以及最後實際可行日期，媒體發佈商A於中國共有九家、十家、11家、11家及11家經銷商。媒體發佈商A於中國跨境數字營銷市場有眾多經銷商及代理層級部分是因為媒體發佈商A於中國並無業務，而中國營銷主需要聯繫中介在媒體發佈商A的平台上實施營銷活動。

中國跨境數字營銷服務行業市場規模
(按媒體劃分的總賬單明細)，2016年至2026年(估計)



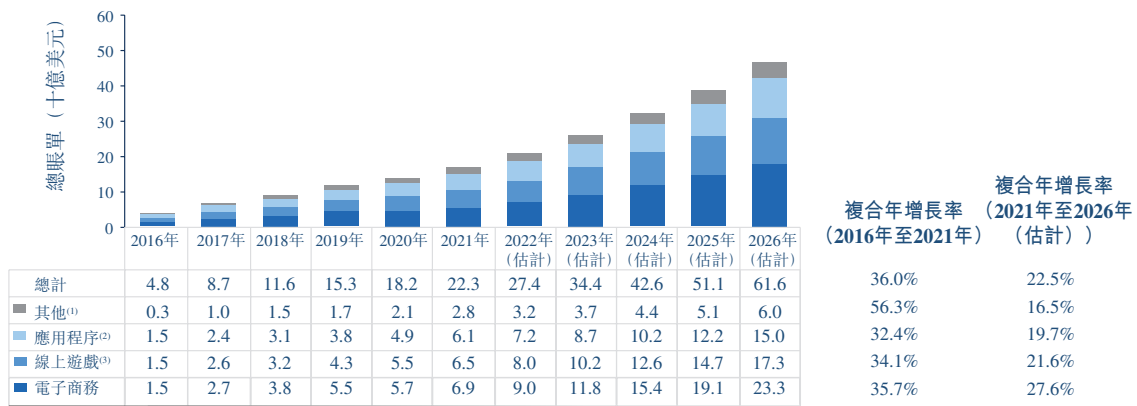
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按行業劃分

在行業範圍，整個跨境數字營銷行業可按電子商務、應用程序、線上遊戲及其他領域劃分。電子商務、線上遊戲及應用程序為中國跨境數字營銷服務的主要行業，於2021年分別佔跨境數字營銷服務行業市場規模約30.9%、29.1%及27.4%。估計電子商務行業跨境數字營銷服務於2026年達233億美元，2021年至2026年複合年增長率約為27.6%。

中國跨境數字營銷服務行業市場規模
(按行業劃分的總賬單明細)，2016年至2026年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 其他指其他行業參與者，包括消費電子公司、旅遊及航空公司、快速消費品公司等。
- (2) 應用程序指與視頻類應用程序、工具類應用程序及社交網絡應用程序(但不包括電商及線上遊戲相關應用程序)有關的應用程序行業參與者。
- (3) 線上遊戲包括手機遊戲及個人電腦線上遊戲。

美國擁有龐大的終端客戶群和強大的購買力，是營銷主及跨境數字營銷服務的主要目的地。以總賬單計，中國針對美國終端客戶的跨境數字營銷服務市場規模於2021年達到70億美元，佔針對全球終端客戶的有關市場規模約31.4%，並預期於2026年達203億美元，2021年至2026年複合年增長率約為23.7%。於2021年，中國瞄準美國終端客戶的跨境數字營銷服務行業相對集中，五大參與者佔市場份額約60.9%。

行業概覽

作為快速發展的新興地區，東南亞一直為中國公司進行跨境數字營銷的熱門目的地，並逐漸成為品牌擁有人捕捉的增量市場。作為東南亞的金融中心和連接全球與東南亞市場的門戶，新加坡正逐漸成為跨境數字營銷服務提供商的首選地。領先的跨境數字營銷服務提供商正於新加坡建立當地團隊，以捕捉中國營銷主瞄準東南亞市場的商機。中國針對東南亞終端客戶的跨境數字營銷服務市場規模於2021年達到33億美元，佔針對全球終端客戶的有關市場規模約14.8%，並預期於2026年達107億美元，2021年至2026年複合年增長率約為26.4%。於2021年，就中國瞄準東南亞終端客戶的跨境數字營銷服務行業而言，五大參與者佔市場份額約44.8%。

中國跨境數字營銷服務行業市場驅動因素

國內公司擴充海外市場：中國公司現積極部署及擴充海外市場。在經濟發展支持下，聲譽卓著的國內公司正將其業務擴充海外及積極參與國際競爭。國內公司海外市場擴充推高跨境數字營銷服務需求以更有效方式開拓海外市場，從而為中國跨境數字營銷服務行業貢獻增長。

發展SaaS一站式數字營銷服務：隨著技術急速發展（包括大數據、AI技術及營銷自動化），營銷工具逐步轉向標準化及數字化。數字營銷成為公司發展的內生驅動力。由於營銷SaaS成為先進數字營銷工具之一，故越來越多跨境數字營銷服務提供商推出SaaS一站式服務以進行營銷優化及管理自動化。SaaS一站式服務涵蓋各個方面，包括內容創作、優化及績效評估以及營銷SaaS平台，以加強營銷服務效率。因此，SaaS一站式數字營銷服務發展被視為中國跨境數字營銷服務行業主要驅動因素。

蓬勃的電子商務行業：由於COVID-19影響，店舖及購物中心關閉以及線下消費於2020年減少。隨著消費者逐步轉移至線上購物，電子商務行業因而蓬勃發展。此外，由於2021年中國從COVID-19影響中快速復甦，中國跨境電商進出口GMV由2016年的人民幣50,263億元增加至2021年的人民幣145,239億元，複合年增長率為23.6%。此外，由於COVID-19，娛樂需求亦急速增長。海外顧客於封城及社交距離期間花費更多時間在線上遊戲及應用程序，令中國為主的應用程序及線上遊戲越來越受海外顧客歡迎。獲取海外客戶流的需求日益上升，促使電子商務公司尋求跨境數字營銷服務，因而推動行業發展。

行業概覽

強而大的政府政策支持：支持跨境電商的政策亦刺激中國跨境數字營銷服務行業的發展。國家積極推動海外倉庫發展，並鼓勵企業使用跨境第三方電子商務平台或自建平台以接收訂單，從而推動本地品牌向國際領域擴張。於2018年9月，財政部、國家稅務總局、商務部及海關總署發佈《關於跨境電商綜合試驗區零售出口貨物稅收政策的通知》。對綜試區電子商務出口企業出口未取得有效進貨憑證的貨物，已實施增值稅、消費稅免稅政策。於2021年7月，國務院辦公廳頒佈《關於加快發展外貿新業態新模式的意見》，提呈七方面二十五項推動跨境貿易新業態新模式發展的意見。於2021年11月，中國商務部頒佈《「十四五」對外貿易高質量發展規劃》以優化國際市場佈局及服務進出口結構，促進跨境電商可持續發展，穩步深化市場開放。

中國跨境數字營銷服務行業機會、威脅及挑戰

機會：

應用技術創新：AR、AI及大數據等創新使跨境數字營銷服務提供商達至技術轉變。AR是營銷主與消費者建立聯繫及互動的新領域。由於能夠通過沉浸式體驗實現成本效益，AR活動是營銷主講述故事的重要工具。此外，通過從大量數據及分析營銷表現的學習經驗，AI使營銷服務提供商具備更確切的營銷能力。預期技術創新應用推動中國跨境數字營銷服務行業的發展。

社交媒體及短視頻日益受歡迎：社交媒體及短視頻受歡迎程度推動跨境數字營銷服務提供商與海外社交媒體間合作。海外媒體與名人間合作加強品牌擁有人營銷影響。此外，社交媒體有效客流量無疑會帶來新商機，通過各種社交媒體及藉短視頻宣傳產品觸達目標受眾及達至大規模營銷影響較為容易。

行業概覽

國際政策支持：區域全面經濟夥伴關係協定(RCEP)於2022年1月1日生效，涉及東南亞國家聯盟(ASEAN)的十個國家及五個非ASEAN國家(包括中國、新西蘭、澳洲、日本及韓國)。RCEP為一項自由貿易協定，將打造全球最大貿易集團。中國作為成員國，可從RCEP中獲益，包括關稅規劃及減免、供應鏈進一步優化、非關稅措施及貿易便利化等相關益處。RCEP的實施可以創造一個統一的商品和服務貿易市場使營銷主從減少的貿易壁壘中受益。就跨境數字營銷服務行業而言，由於營銷主可以輕鬆地進入地區內的不同市場，這將為跨境數字營銷服務帶來不斷增長的需求。預期營銷主將轉向經驗豐富的跨境數字營銷服務提供商，以瞄準海外潛在客戶。因此，國際政策支持為跨境數字營銷服務提供商帶來機遇，而其在將中國營銷主輸出至全球市場方面發揮重要作用。

威脅及挑戰：

勞工成本上升：作為知識集中行業，中國跨境數字營銷服務行業對IT人才有強勁需求。特別因急速發展及技術迭代，公司對高端人才需求日益上升。於中國，信息傳輸、軟件及信息技術平均工資由2016年每年約人民幣120,000元增加至2021年約人民幣177,500元，複合年增長率為8.1%。日益上升的勞工成本加劇行業參與者的運營壓力，並在大體上對中國跨境數字營銷服務提供商構成威脅。

本地化：跨境數字營銷服務提供商於擴充至海外市場時面對本地化挑戰。跨境數字營銷在世界各地進行，目標為不同背景的客戶。因文化背景、生活習慣及當地政府政策可能在不同國家及地域各異，本地化被視為中國跨境數字營銷服務行業的挑戰。

競爭格局

於2021年，中國有約1,000家跨境數字營銷服務提供商。於2021年，中國五大跨境數字營銷服務提供商佔市場規模約49.8%。

於2021年，本集團的跨境數字營銷服務總賬單為6.0億美元，名列第四及佔中國跨境數字營銷服務行業市場份額約2.7%。

行業概覽

2021年五大跨境數字營銷服務提供商排名(中國)

排名	公司	總賬單 (十億美元)	市場份額 (%)
1	公司A	4.5	20.2%
2	公司B	4.3	19.3%
3	公司C	1.1	4.9%
4	本集團	0.6	2.7%
4	公司D	0.6	2.7%
五大小計		11.1	49.8%
其他		11.2	50.2%
總計		22.3	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司A於2013年成立，截至最後實際可行日期為總部位於中國上海的非上市公司，擁有超過600名員工。公司A主要向中國營銷主提供跨境數字營銷服務，並針對美洲、亞洲、歐洲等地進行線上營銷活動。公司A於2014年成為媒體發佈商A的經銷商。
- (2) 公司B於2002年成立，截至最後實際可行日期為在深圳證券交易所上市的公司，總部位於中國北京，擁有約3,000名員工。公司B主要專注於跨戰略、數字、廣告、媒體、社交、公共關係專業等廣泛營銷及品牌管理服務。其主要為汽車、快消品及互聯網公司提供整合營銷服務，並針對全球主要市場進行線上營銷活動。公司B於2015年成為媒體發佈商A的經銷商。於2021年，公司B錄得收入人民幣400億元，擁有約6,000名客戶。
- (3) 公司C於2017年成立，截至最後實際可行日期為總部位於中國廣州的非上市公司，擁有約500名員工。公司C主要從事線上遊戲、應用程序及電子商務等典型行業的跨境數字營銷服務，並針對全球超過200個國家及地區進行線上營銷活動。公司C於2020年成為媒體發佈商A的經銷商。
- (4) 公司D於2013年成立，截至最後實際可行日期為在香港聯交所主板上市的公司，總部位於中國廣州，擁有約1,000名員工。公司D主要提供SaaS工具生態系統，包括用於移動營銷、數據分析、創意自動化、貨幣化及彈性雲成本優化的產品和解決方案。公司D的營銷服務針對亞太地區、歐洲、非洲、中東等地進行線上營銷活動。於2021年，公司D錄得收入約755百萬美元。
- (5) 於2021年，中國五大跨境數字營銷服務提供商包括飛書深諾數字科技(上海)股份有限公司、北京藍色光標數據科技股份有限公司、廣州欽動科技有限公司、匯量科技有限公司及本集團。

於2021年，就中國電子商務行業的跨境數字營銷服務而言，五大參與者的市場份額約佔78.3%。

於2021年，本集團的總賬單約4.3億美元，名列第三及佔中國電子商務行業跨境數字營銷服務市場份額約6.2%。

行業概覽

2021年五大電子商務行業跨境數字營銷服務提供商排名(中國)

排名	公司	總賬單 (十億美元)	市場份額 (%)
1	公司A	2.24	32.5%
2	公司B	2.16	31.3%
3	本集團	0.43	6.2%
4	公司E	0.29	4.2%
5	公司F	0.28	4.1%
	五大小計	5.40	78.3%
	其他	1.50	21.7%
	總計	6.90	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司E於2008年成立，截至最後實際可行日期為總部位於中國北京的非上市公司，擁有約200名員工。公司E主要專注於媒體廣告(包括針對全球超過200個國家及地區的搜尋廣告及績效廣告)。於2021年，公司E擁有約1,000名客戶。
- (2) 公司F於2011年成立，截至最後實際可行日期為在深圳證券交易所上市的公司。公司F總部位於中國陝西省西安，為國際智能營銷服務提供商，提供績效廣告服務、品牌廣告服務及頭部媒體客戶管理服務等全球營銷服務，並針對全球超過200個國家及地區進行線上營銷活動。於2021年，公司F錄得收入約人民幣33億元。
- (3) 於2021年，中國五大電子商務行業跨境數字營銷服務提供商包括飛書深諾數字科技(上海)股份有限公司、北京藍色光標數據科技股份有限公司、北京木瓜移動科技股份有限公司、易點天下網絡科技股份有限公司及本集團。

以總賬單計，中國基於SaaS的跨境數字營銷服務行業市場規模已於2021年達到約41億美元，佔中國整體跨境數字營銷服務行業的18.4%。於2021年，中國基於SaaS的跨境數字營銷服務行業約有200至300名參與者。於2021年，中國五大基於SaaS的跨境數字營銷服務提供商(包括本集團)佔市場規模約46.3%。

於2021年，以基於SaaS的跨境數字營銷服務總賬單2.3億美元計，本集團於中國基於SaaS的跨境數字營銷服務行業排名第三，並佔市場份額約5.6%

行業概覽

2021年五大基於SaaS的跨境數字營銷服務提供商排名（中國）

排名	公司	總賬單 (十億美元)	市場份額 (%)
1	公司B	0.87	21.2%
2	公司D	0.60	14.6%
3	本集團	0.23	5.6%
4	公司A	0.11	2.7%
5	公司C	0.09	2.2%
五大小計		1.90	46.3%
其他		2.20	53.7%
總計		4.10	100.0%

附註：

- (1) 於2021年，中國五大基於SaaS的跨境數字營銷服務提供商包括飛書深諾數字科技（上海）股份有限公司、北京藍色光標數據科技股份有限公司、廣州鈦動科技有限公司、匯量科技有限公司及本集團。

中國跨境數字營銷服務行業進入壁壘分析

全面服務能力：互聯網上有大量媒體發佈商，而營銷主的營銷需求亦多元化。多方面均出現要求多元跨境數字營銷服務提供商的需求。僅有為數不多的服務提供商能夠為大型營銷主提供結合基於SaaS的數字營銷服務的深入定製跨境數字營銷服務。大型跨境數字營銷服務提供商能夠結合SaaS等最新技術應用提供全面及定製服務。因此，為營銷主提供全面服務及解決方案成為新進入者的壁壘。

品牌聲譽及知名度：於跨境數字營銷服務行業，預期聲譽卓著的公司吸引更多營銷主使用其服務。考慮到成功項目及長期業務夥伴、聲譽卓著的現有公司及品牌知名度能夠藉由以自身更為專業的技能完成營銷項目而證明其本身實力。此外，媒體發佈商A等領先媒體發佈商一般僅與數目有限的經銷商合作，而有關經銷商一般為擁有營銷主資源的公認及知名跨境數字營銷服務提供商。因此，新進入者與較著名參與者競爭時可能遭遇困境。

人才要求：跨境數字營銷服務行業對人才的要求相對較高。跨境數字營銷服務提供商的人才需要具備充足的行業經驗，為營銷主提供全面的營銷解決方案，以及維護數據安全和進行技術創新。市場新進入者可能難以在短時間內建立一支專業且技術精湛的團隊以提供熟練的跨境數字營銷服務。

行業概覽

中國跨境網店SaaS解決方案行業分析

跨境網店SaaS解決方案提供商為跨境電商業務的獨立網店提供網店建立工具及服務。該等服務於特定SaaS平台線上整合。電子商務業務於平台上直接服務，數據毋需在本本地計算或儲存。跨境網店SaaS解決方案能夠於該平台上實現營銷自動化、人工智能，並最終使數據沉澱。

除多家網上供應商列示產品及服務的第三方電子商務平台外，獨立網店為電商商家推出及提供產品的自家正式網上平台。通過獨立網店，電子商務業務能夠為海外客戶提供一系列服務如訂單預訂、支付及交付。能提供SaaS網店建立工具及服務以及跨境數字營銷功能的行業參與者數目有限。

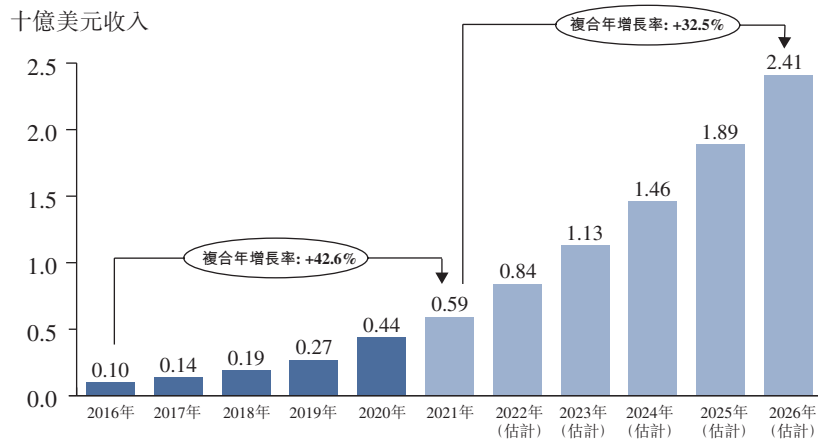
中國跨境網店SaaS解決方案行業市場規模

作為跨境電商業務建立獨立網店的現代工具之一，跨境網店SaaS解決方案行業於過去數年隨著跨境電商業務增長而增加。中國跨境網店SaaS解決方案行業由2016年的1.0億美元增加至2021年的5.9億美元，複合年增長率為42.6%。於2021年，中國有約100家跨境網店SaaS解決方案提供商。於2021年，中國跨境網店SaaS解決方案市場相對集中，五大參與者佔市場份額約73.4%。於2021年，本集團的收入約為0.03百萬美元，佔2021年市場份額的0.01%。

預期跨境網店SaaS解決方案行業日後將隨著技術進步、社交媒體盛行及政府政策支持而增長。估計中國跨境網店SaaS解決方案行業於2026年達24.1億美元，2021年至2026年複合年增長率約為32.5%。同時，於2021年，中國跨境獨立網店滲透率按GMV計約為7.5%，預期於2026年增長至9.0%。

行業概覽

中國跨境網店SaaS解決方案行業市場規模（中國）， 2016年至2026年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

中國跨境網店SaaS解決方案行業的市場驅動因素

科技進步及創新：雲計算、大數據、人工智能(AI)及其他科技已推動跨境網店SaaS解決方案行業邁向科技創新。雲計算協助電子商務企業處理於日常營運產生的大量數據，並於全球多個地區輕易部署網站或應用程序。與此同時，跨境網店SaaS解決方案提供商於銷售及產能預測方面應用大數據，以彈性調整戰略。此外，AI廣泛應用於SaaS軟件的日常維護及更新，因而協助電子商務企業收集消費者行為數據，改善用戶體驗。

政府政策支持：中央政府已發佈政策，鼓勵跨境電商企業設立獨立網店，推動跨境網店SaaS解決方案行業發展。雲計算協助電子商務企業處理於日常營運產生的大量數據。隨著跨境電商的發展，跨境電商企業偏好設立其自身獨立網店以取得私人用戶流量，而非公眾用戶流量。私人流量可由電商商家重複任意取得，並由商戶直接擁有，而不受平台公眾用戶流量影響。政府已發佈利好政策，推動外貿高質發展。2021年，國務院辦公廳發佈《關於加快發展外貿新業態新模式的意見》。根據該等意見，政府擬鼓勵跨境企業設立電子商務網店，支持平台專業架設，推動跨境網店SaaS解決方案需求。

行業概覽

社交媒體蓬勃發展：現時，谷歌搜尋渠道及媒體發佈商A的社交媒體渠道為獨立網店吸引流量的主要渠道。與此同時，多種社交及短視頻應用程序以及如影響者及關鍵意見領袖等的營銷手法方興未艾。社交媒體是消費者作出購買決定時的重要資料來源。換言之，社交媒體能夠激發用戶的消費意欲。就獨立網店而言，對涵蓋於多種社交媒體營銷及與海外關鍵意見領袖合作等綜合營銷服務的跨境網店SaaS解決方案需求持續增長，以吸引流量至獨立網店、進一步建立其自身品牌形象以及實現更佳營銷效果及更高效變現。

電子商務行業發展：COVID-19的影響為中國跨境電商行業帶來機遇。由於中國疫情已趨平穩，大量企業已經復工。由於COVID-19爆發，部分線下商店閉業，許多消費者的消費習慣逐漸由線下轉至線上。電子商務行業因其低成本、容易接觸、極具靈活性且效率高的優勢，受到海外市場消費者歡迎。中國跨境電商進出口GMV由2016年的人民幣50,263億元增加至2021年的人民幣145,239億元，複合年增長率為23.6%。運營效率的需求增長推動了電子商務企業對跨境網店SaaS解決方案的需求。

中國跨境網店SaaS解決方案行業的機遇、威脅及挑戰

機遇：

去集中化趨勢推動的機遇：傳統集中化的電子商務及線下商業區域的流量紅利逐漸減少。電子商務企業面臨競爭同質化、平台收費高昂、客戶留存率低下及營銷方法有限等問題。去集中化電子商務及私人流量仍然存在巨大業務發展潛力。相比集中化的跨境電商平台，獨立網店形式的去集中化跨境電商平台使商戶於客戶管理及整個客戶體驗當中取得更多控制權，因而改善彼等在市場的競爭力。隨著跨境電商去集中化發展，跨境網店SaaS解決方案提供商正通過整合SaaS解決方案及深入營運，協助商戶進一步探索去集中化領域，使商戶完成數字升級並全面改善其業務效率。

迎合海外消費者的消費習慣：於線上購物時，海外消費者通常對產品設計、購物體驗及品牌形象有較高要求。傳統第三方電子商務平台對電子商務企業及消費者而言逐漸不再具吸引力，而獨立網店以獨特購物體驗及量身定製的服務招待客戶，這與海

行業概覽

外消費者的消費習慣一致。跨境網店SaaS解決方案提供商使電子商務企業能在其獨立網店上採用多元運營模式，建立第三方平台通常不能提供的穩健品牌形象。海外客戶的消費習慣或可視作跨境網店SaaS解決方案的機遇。

威脅及挑戰：

COVID-19導致物流成本持續上升：COVID-19的影響導致全球運輸能力未能滿足市場需求。主要物流服務提供商通過不同方式提升價格，導致跨境電商企業物流成本攀升。供應鏈人力短缺。分銷營運效率下降，而這可能導致訂單延誤。國際送遞能力下降影響了物流送達的即時性。物流成本上升可能影響跨境電商企業營運，從而減少彼等對獨立網店SaaS解決方案的預算。

中國跨境網店SaaS解決方案行業的進入壁壘

品牌認可：服務提供商的品牌認可及行業經驗與其和電子商務企業的長期合作及資源積累直接相關。知名跨境網店SaaS解決方案提供商普遍較早進入市場，其產品及服務亦已經歷多次版本迭代更新。因此，由於已投入業務的客戶忠誠度及高轉換率，彼等普遍擁有較強的品牌認可。新進入者普遍缺乏品牌認可及行業經驗，其難以與較知名對手競爭。

先進研發能力：跨境網店SaaS解決方案提供商需要擁有深入行業經驗及先進研發能力，以不同重點產品及服務滿足電子商務企業多元且不斷轉變的需要。現有市場參與者早已積累該等研發能力及資源以服務不同電子商務企業，因而為新進入者設立技術壁壘高牆。

合資格項目團隊：跨境網店SaaS解決方案提供商的項目團隊成員需要擁有充分行業經驗及技術資質，以滿足客戶需求。現有參與者普遍擁有經驗充足的項目團隊，內含不同行業的專家，以向電子商務企業就其日常營運提供針對特定行業的指引、培訓及業務意見。培養對電子商務企業具體行業需要的認識須花耗時間及資源，因而對新進入者形成壁壘。

行業概覽

COVID-19對中國跨境數字營銷服務行業及跨境網店SaaS解決方案行業的影響

由於COVID-19初次爆發期間的各種封城限制，中國跨境數字營銷服務行業於2020年第一季度受到影響。然而，隨著國內公司於海外市場拓展及對中國產品及服務的需求大增，2020年中國跨境數字營銷服務行業很快從COVID-19疫情初時的負面影響中恢復。根據弗若斯特沙利文的資料，由於COVID-19導致全球多國和地區封城並下達在家隔離指令，媒體平台（包括媒體發佈商A運營的社交媒體平台）在全球產生的用戶流量持續上升。媒體平台的用戶流量增長為媒體發佈商及跨境數字營銷服務提供商帶來更多機遇。營銷主的跨境營銷數字轉型出現增速。長遠而言，預期跨境數字營銷服務行業將受益於COVID-19後的跨境數字營銷需求增長。同時，COVID-19的影響為中國跨境電商行業帶來機遇，原因是海外市場的消費習慣逐漸由線下轉至線上。電子商務行業因其低成本、容易接觸、極具靈活性且效率高的優勢受國外消費者歡迎。運營效率的需求上升，推動電子商務企業對跨境網店SaaS解決方案的需要。

於2022年第一季度，中國政府部門在華南收緊限制性措施以遏止COVID-19疫情復燃，包括3月深圳全市封城七日。由於深圳擁有世界最大港口之一，深圳的封鎖擾亂全球供應鏈，包括與跨境電商有關的全球供應鏈。自2022年3月21日起，深圳已復工復產而中國政府部門現正推出措施，確保產業及供應鏈安全和穩定，以及當地人的有序生活及工作。於2022年4月，上海實施全市封城，以遏止COVID-19的傳播。上海的臨時封城已導致全球供應鏈及當地製造業的經濟中斷。上海製造商在封城期間採用的閉環工作安排限制了工廠的生產水平。此外，封城對上海港口的運輸造成影響，導致跨境物流延誤及成本上升。於2022年6月1日，上海當局解除為期兩個月的封城。上海企業及機構已逐步有序恢復線下運營。於2022年11月11日公佈「二十條」後，中國當局於2022年12月7日公佈「新十條」以加快經濟復甦，恢復社會正常運轉。自2020年COVID-19爆發以來，放寬規定（包括允許症狀輕微或無症狀的感染者在家隔離及取消對國內旅行人員的檢測）是促進經濟復甦的有力標誌。根據「新十條」，低風險地區不得控制行動或暫停任何服務、工作或生產。預計於不久將來，本地製造及全球供應鏈將恢復正常運作。因此，對跨境數字營銷服務行業及網店SaaS解決方案行業的負面影響預期會逐漸減退。