

跨境B2B电商服务巨擘，迈入高速增长时代

——阿里巴巴国际站深度报告

每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码

关注公众号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



摘要

- **核心摘要：**传统外贸出口存在市场信息匮乏与出口链路复杂的痛点，亟需寻找在市场信息获取、海外营销以及交易履约环节提升出口效率的解决方式。阿里巴巴国际站作为最大的**B2B**跨境电商平台以流量服务与跨境供应链服务赋能外贸出口企业，为其提供跨境出口的一站式解决方案。纵观国内出口现状，**B2B**贸易数字化率处于起步水平，未来渗透空间广，同时基于我国供应链优势以及疫情催生的线上化转型趋势，阿里巴巴国际站有望实现交易规模高速扩张。
- **B2B跨境电商首次迈入海关统计规范化赛道，数字化外贸出口前景广阔。**跨境电商B2B此前并无官方口径统计，今年海关2020年75号公告的颁布使B2B跨境电商首次剥离于一般贸易出口，被规范化统计。依托跨境电商的数字化外贸方式可以解决传统外贸出口市场信息匮乏、履约环节复杂等痛点。根据阿里国际站预估，目前我国数字化率（**B2B**跨境电商线上交易规模占**B2B**出口贸易比重）仅2-3%，远低于市场预期，未来增长空间广阔。
- **阿里国际站是全球最大的B2B跨境电商平台，以服务外贸出口企业为核心，旨在通过数字化格局技术与产品重构跨境贸易全链路，精准匹配跨境贸易买卖双方业务需求。**国际站业务规模实现飞速扩张，截至2020财年约拥有来自190个国家/地区的2000万活跃海外采购商与约20万供应商。与2017年7月相比，2020年7月线上订单GMV增长500%，活跃买家增长400%。2021财年一季度实现收入32亿元，同比增长43%，预计2021上半财年线上GMV将超100亿美元。国际站为商家提供的流量服务包括数字化营销及数据运营，跨境供应链服务涵盖关务、跨境物流、支付结算、供应链金融等环节。核心目标在于以平台大数据、云计算及SaaS化服务能力为商家提供跨境出口的一站式解决方案，赋能商家价值链。

摘要

- **成长空间广阔，服务能力持续升级，短期交易规模有望突破千亿美元。**公司未来也将以数字化营销、运营与履约三段式服务为核心，旨在渗透更多的外贸出口企业，培养客户线上化交易习惯，提供全球化供给，解锁海外内贸买家需求，匹配全球需求，提升**B2B**出口贸易效率。从成长空间看，假设**2023**年数字化率达**10%**，公司能占到跨境电商**B2B**市场的**60%**，则公司交易规模有望达**1000**亿美元。
- 风险提示：1）数字化率不及预期。2）中美贸易战风险。3）疫情对公司供应链产生影响。

- 一、B2B跨境电商崛起，数字化外贸出口前景广阔
- 二、阿里国际站：全球最大的B2B跨境电商平台
- 三、跨境供应链与流量服务降低外贸出口门槛
- 四、匹配全球供给需求，GMV有望突破1000亿美元

一、B2B跨境电商崛起，数字化外贸出口前景广阔

- 1.1 B2B跨境电商首次被规范化统计，整体出口数字化率较低
- 1.2 短期产能复苏与长期供应链效率构成外贸出口企业优势
- 1.3 传统外贸出口痛点：出口链路复杂，市场信息匮乏

B2B跨境电商首次迈入海关统计规范化赛道

- “跨境电商**B2B**出口”指境内企业通过跨境物流将货物运送至境外企业或海外仓，并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。
- 自2014年跨境电商B2B兴起以来，其出口业务海关申报主要通过一般贸易“0110”或市场采购出口“1039”方式实现。2020年6月，海关总署针对跨境电商**B2B**直接出口与跨境电商出口海外仓货物分别增列海关监管方式代码“9710”“9810”，并于7月1日起在北京、天津、南京、杭州等10个海关开始试点。新出台的B2B出口通关方式优先对**B2B**出口货物查验、办理转关手续，并通过在线传输订单等信息实现报关全程信息化，大幅提升通关效率，同时为中小微企业提供的便捷通道有效降低了企业通关成本。而这也是**B2B**跨境电商首次在海关统计层面被清晰界定，从一般贸易方式中剥离。

表：跨境电商B2B出口申报方式

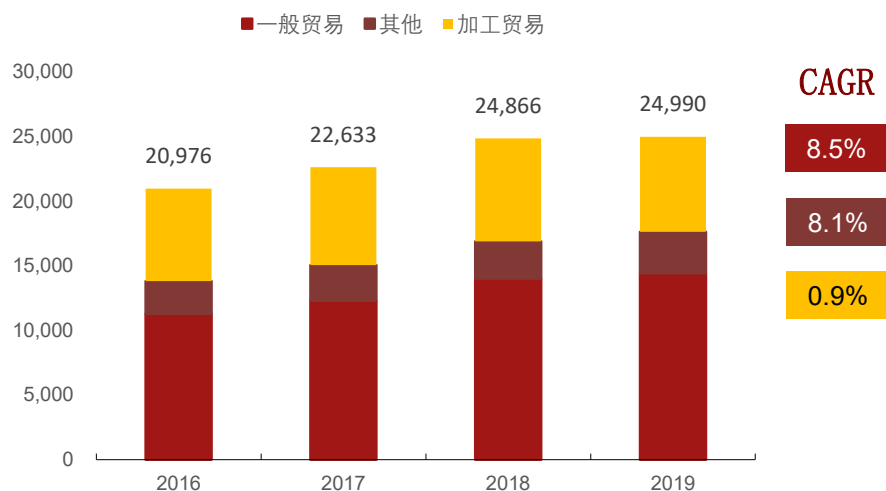
申报方式	适用范围	生效时间
9810	适用于跨境电商B2B直接出口的货物	2020. 7
9710	适用于跨境电商出口海外仓的货物	2020. 7
1039	适用于市场采购贸易方式，即在特定市场集聚区内采购的、单票报关单商品货值15万(含15万)美元以下	2014
0110	适用于一般贸易方式	-

资料来源：海关总署，招商证券

一般贸易出口高速增长，数字化率处于较低水平

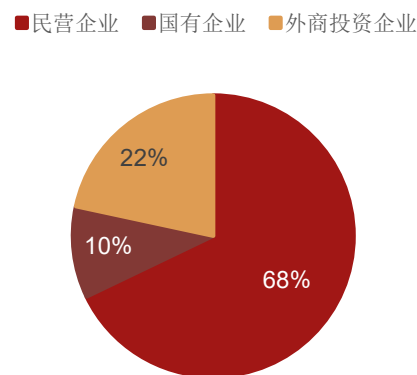
- 一般贸易作为主要出口贸易方式驱动整体出口稳增长。按贸易方式，我国出口可分为一般贸易、加工贸易、国际捐赠及其他。其中，一般贸易占比超50%，居于出口主体地位并保持高速增长。2016-2019年我国整体出口CAGR为6.0%，一般贸易出口CAGR达8.5%，同期加工贸易仅0.9%。
- 2019年民营企业首次超过外商投资企业，成为我国第一大外贸主体。2019年民营企业在一般贸易出口中占比68%，民营企业出口规模呈现高速稳增长态势，2016-2019年CAGR达11%，未来贡献率有望进一步提升。
- 在海关2020年75号文之前，跨境电商B2B市场规模数据尚未被规范化统计，市场普遍认为的跨境电商规模主要按网站GMV统计，并非跨境电商官方定义。根据阿里巴巴国际站预估，目前B2B数字化率（跨境电商B2B线上交易规模占B2B出口贸易比重）仅2-3%，远低于市场预期。

图：我国2016-2019年出口总值（亿美元）



注：加工贸易包括来料加工装配贸易、进料加工贸易、出料加工贸易

图：我国2019年一般贸易出口企业占比

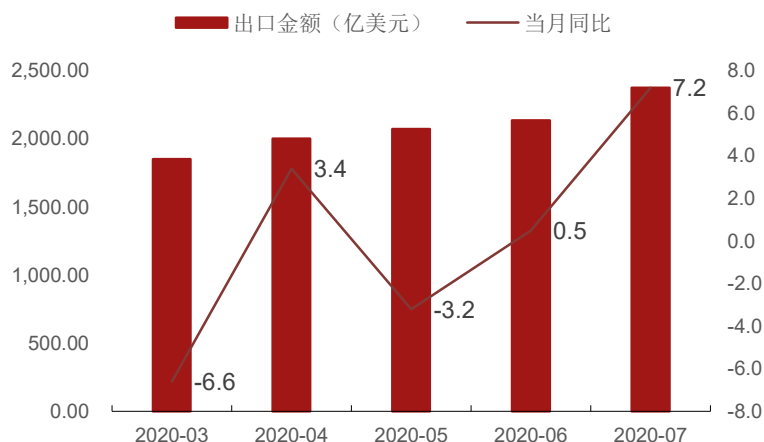


资料来源：海关总署，招商证券

短期产能复苏与长期供应链效率构成外贸出口优势

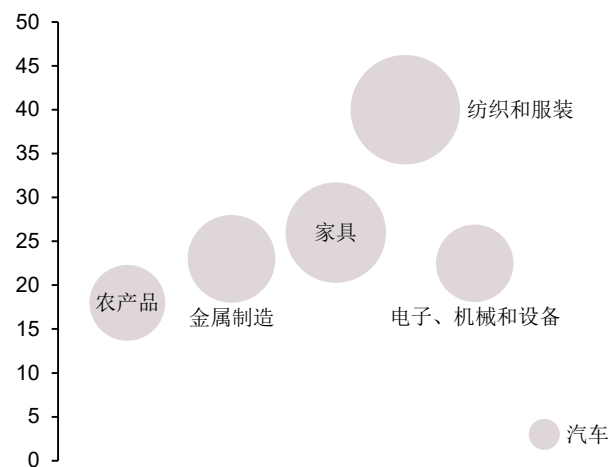
- 短期来看，在**2020Q2**全球供应链仍处于新冠肺炎疫情抑制的态势下，我国作为率先实现产能恢复的国家在下半年依然占有产能优势。上半年外贸出口稳步增长，自4月以来，我国出口总额连续3个月实现正增长，7月出口总额同比增长7.2%。
- 长期看，完善的制造产业链使中国在跨境出口领域拥有长期竞争者优势。作为具有全球影响力的贸易大国，中国商品在海外的影响力也持续增强。根据麦肯锡数据，世界各经济体对中国出口的依存度持续增强。中国在全球轻工制造领域份额高达**52%**，占据全球纺织和服装出口的**40%**，家具出口的**26%**；在电子、机械和设备领域占全球出口总额的**17%-28%**。2003至2017年马来西亚，菲律宾等亚洲国家对华进口占国内消费比例均增加**1.2**倍以上；新加坡，加纳对华进口占国内消费比例为全世界最高水平，高达**18%**。美国，德国，日本，英国等发达国家对华进口商品依赖度均提高**1**倍以上，其中英国对华进口占国内消费比例提高**1.5**倍。

图：中国2020年3-7月出口总额



资料来源：国家统计局，招商证券

图：中国分行业出口占全球出口百分比

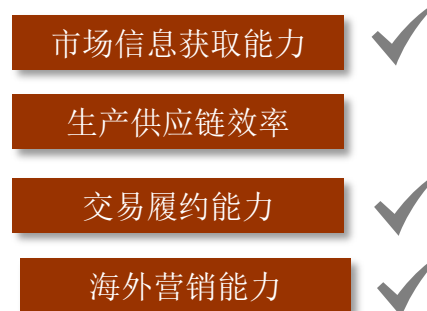


资料来源：麦肯锡，招商证券

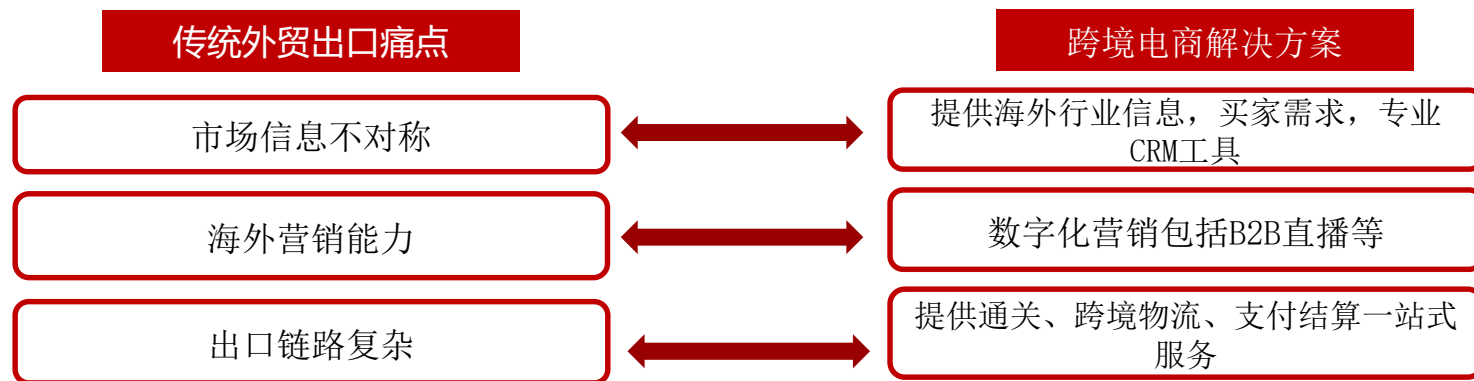
传统外贸出口痛点：出口链路复杂，市场信息匮乏

- 传统外贸出口企业痛点主要来自于：1) 市场信息不对称由于无法直接触达海外消费者，商家的海外市场信息匮乏，难以提供准确满足海外客户需求的商品；2) 外贸出口涉及链路复杂，对于传统外贸出口企业而言，实现一笔成功的订单交易其链路涵盖货物报关、结汇、退税，订单支付结算、跨境物流，因此，长链路的高运营成本是阻碍出口另一要素。
- 跨境电商平台沉淀的客户数据能够帮助企业精准营销，触达和拓展新客群，帮助企业依据消费者反馈及时创新与调整产品及形象矩阵，依据大数据分析，为企业整合需求预测、可视物流、智能采购与仓储、流程管理以及“最后一公里”配送等环节，提高供应链反应速度及灵活性，同时提供税务、通关、物流与支付结算等一站式跨境供应链服务，降低出口成本，提升其整体利润率。

图：传统外贸出口痛点
vs. 跨境电商优势



图：传统外贸出口痛点vs. 跨境电商解决方案



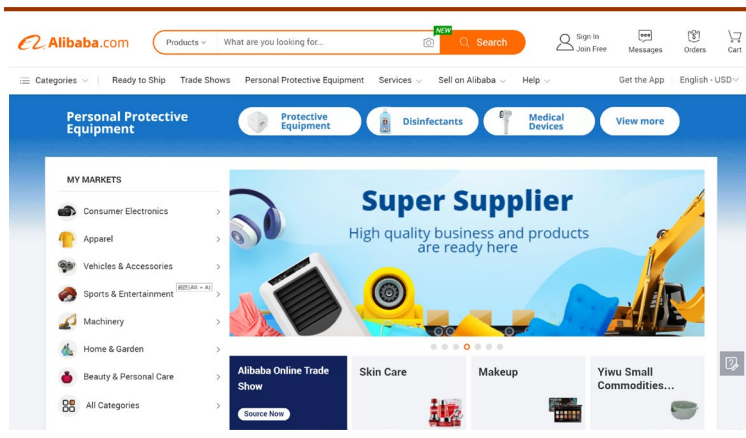
二、阿里国际站：全球最大的B2B跨境电商平台

- 2.1 全球领先的B2B跨境电商平台，业务规模高速增长
- 2.2 以服务外贸民营企业为核心，未来有较大渗透空间
- 2.3 收入结构向供应链服务驱动转型

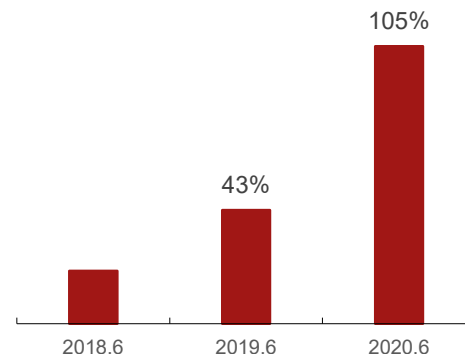
阿里国际站：全球最大的B2B跨境电商平台

- 阿里巴巴国际站成立于**1999**年，现已成为全球领先的跨境贸易**B2B**电子商务平台。国际站旨在以数字化格局技术与产品，重构跨境贸易全链路，精准匹配跨境贸易买卖双方业务需求，为其提供数字化营销、运营与履约服务。
- 从业务职能维度，阿里巴巴国际站可分两大块：一是平台，国际站是全球最大的B2B跨境电商平台；二是服务，国际站拥有以一达通为代表的全链路跨境供应链服务体系。平台服务包括**供应链服务**与**流量服务**两大板块，核心目标在于为外贸出口企业在**营销、运营与履约环节**提供数字化赋能，降低出口贸易门槛，匹配全球供需，成为全球买、全球卖的平台。
- 成立至今，国际站业务规模实现飞速扩张，与2017年7月相比，**2020年7月**线上订单**GMV**增长**500%**，活跃买家增长**400%**，服务中商家增长**60%**。预计**2020**年上半财年线上**GMV**将超**100**亿美元，保持**100%**的**GMV**增速。

图：阿里国际站官网

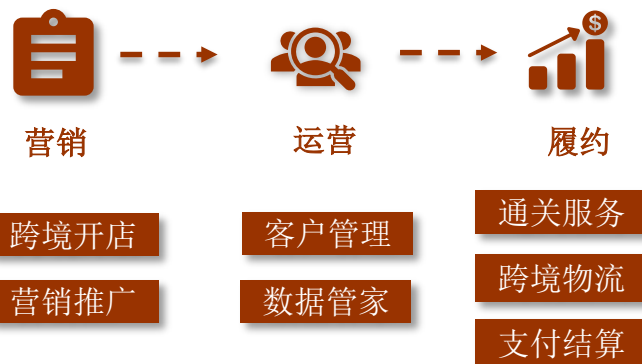


图：国际站订单GMV同比增长



资料来源：公司公告，招商证券

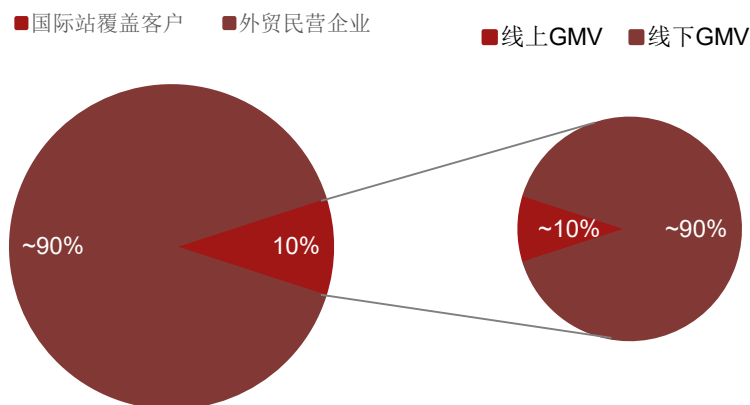
图：阿里国际站数字化服务模式



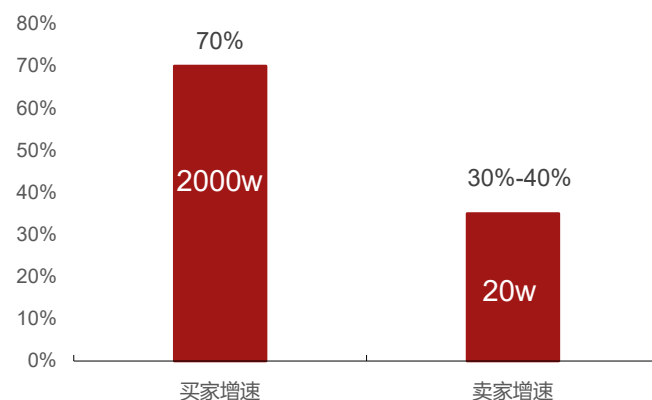
以服务外贸民营企业为核心，未来有较大渗透空间

- 截至2020财年约拥有来自190个国家/地区的2000万活跃海外采购商，实现三年5倍增长，拥有约20万供应商，过去三年增速约30-40%。
- 国际站买家主要为线下零售商、工厂或企业自用以及海外品牌商以ODM形式采购。平台供给丰富，SKU超2亿，商品品类涵盖机械领域的建材、纺织原料，零售流通品领域的服饰、3C、运动户外、家具及园艺等。同时，国际站通过数据中台实现精准招商，提供多元的供给生态。在品类开发上分为定向招商与生态招商，前者基于国际站数据判断预测红蓝海的品类变化，具有时间周期性，后者为地推。
- 平台核心定位于服务外贸民营企业，在一般贸易出口的民营企业中客户渗透率约10%，其中通过线上完成交易的数字化率仅2-3%，处于较低水平，未来增长潜力大。

图：国际站客户渗透率及数字化率



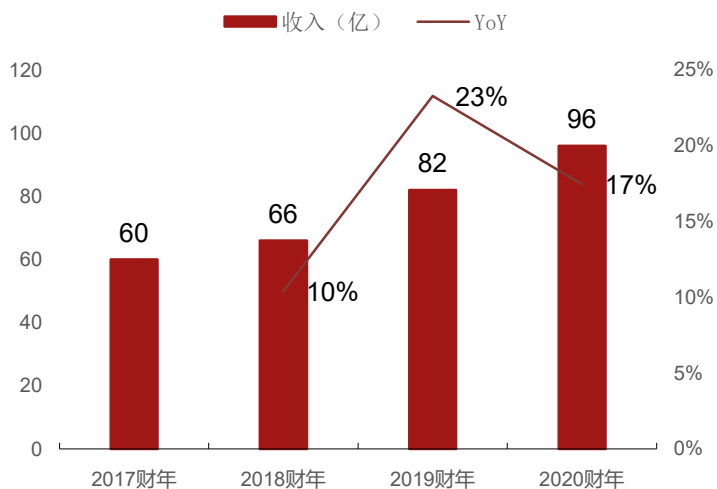
图：买卖家数量2017-2020年复合增长率



收入结构向供应链服务驱动转型

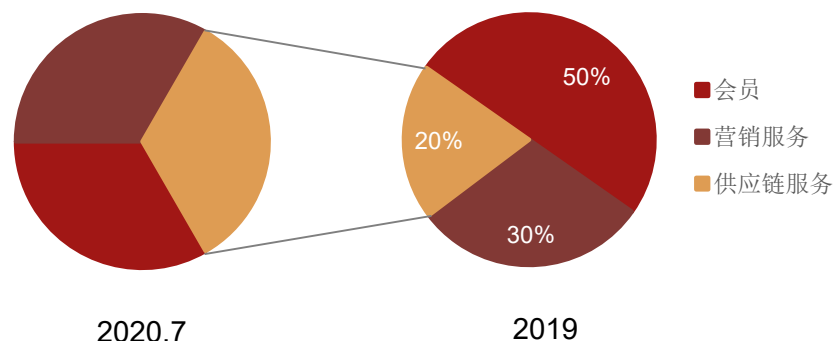
- 阿里国际站营业收入主要分为三部分：1) 会员费收入，即出售金牌供应商会员资格所产生的固定年费；2) 广告收入，主要来自P4P、信息和展示营销服务；3) 供应链服务收入，包括通关、跨境物流、供应链金融、关税服务等。**2017-2020财年平台营业收入保持高速稳增长，2020财年实现收入96亿元，同比增长17%，2017-2020财年营收CAGR达17%，2021财年第一季度实现收入32亿元，同比增长43%。**
- 平台收入结构正经历由流量驱动转向非流量驱动的调整，其中供应链服务对收入贡献逐年提升，近两年增速均超100%，会员收入增速则保持在20-30%。2020年7月，会员、广告、供应链服务收入分业务占比为1:1:1，2019年为5:3:2。未来随着平台在供应链产品与服务端的投入，非流量收入将成为收入核心。

图：阿里国际站2017-2020财年营收



资料来源：公司公告，招商证券

图：阿里国际站分业务营收占比



资料来源：公司调研，招商证券

三、跨境供应链与流量服务赋能商家，降低外贸出口门槛

- 3.1 跨境供应链服务：提供关务、物流、支付结算等一站式解决方案
- 3.2 流量服务：数字化营销与数据运营帮助商家获取商机

跨境供应链服务：为外贸企业提供一站式解决方案

- 阿里国际站拥有全球领先的数智化跨境供应链服务平台，平台以大数据、云计算及SaaS化服务能力为基础，整合阿里巴巴经济体内外部生态资源，为全球中小企业在跨境贸易领域提供支付、结算、关务、物流、财税、金融等一站式解决方案。截至目前已覆盖全球190多个国家，服务买家数超1000万，服务卖家数超15万，出口金额超1000亿美元。

图：阿里国际站跨境供应链服务逻辑



表：阿里国际站跨境供应链服务解决方案

解决方案	覆盖产品/服务	适用客户	收费标准	结汇返现
便捷发货	信用保障、通关	金额≤5000USD的订单	卖家需承担信用保障交易服务费，收取订单实收金额的2%，USD 100封顶；若使用阿里平台可选物流则收取1%，USD 100封顶	-
自营出口	信用保障、通关、外汇	有自营出口退税经验	卖家需承担信用保障交易服务费，收取订单实收金额的2%，USD100封顶；若使用阿里平台可选物流则收取1%，USD 100封顶	自营出口业务的美元订单、选择平台结汇人民币对公提现，结汇返利金额为0.5分人民币/美元
代理出口	信用保障、通关、外汇、税务	适用于一般纳税人、小规模客户	一达通基础服务费1.5%*订单金额*0.8 交易服务费免费	结汇返现最高0.8分人民币/美金
市场采购	信用保障、通关、外汇	市场采购无票不退税商品出口的客户	卖家需承担信用保障交易服务费，收取订单实收金额的2%，100美金封顶，若使用阿里平台可选物流则收取1%，USD 100封顶	信保交易服务费前三单5折

跨境供应链服务：数智化通关策略

- 国际站以科技赋能外贸服务升级，提供国内领先的数智化外贸综合服务，以互联网技术优势为外贸企业提供快捷、低成本的**通关、收汇、退税**及配套的退税融资、国际物流服务，通过电子商务的手段，解决外贸企业流通环节的服务难题，**为企业提升10倍报关效率**。目前一达通日均订单数超2万，服务10万出口企业，**渗透中国10%大贸出口份额**。
- **通关服务**：1) 全程链路可视，覆盖300+口岸；2) 智能高效：AI智能数智申报工具；3) 便捷通关：享受AEO认证企业口岸通关优惠待遇
- **结汇服务**：1) 高效率：专属子账户收款，提现资金即刻到账；2) 成本低：付款手续费1本币（本地TT），结算费0元；3) 汇率好：提供锁汇服务，规避汇率风险
- **税务服务**：1) 便捷退税：最快当天即可垫付退税款；2) 降本增效：低融资成本、简化监管侧沟通、降低企业高频用工成本；3) 服务：40+本地服务商提供可视服务

图：国际站通关服务链路

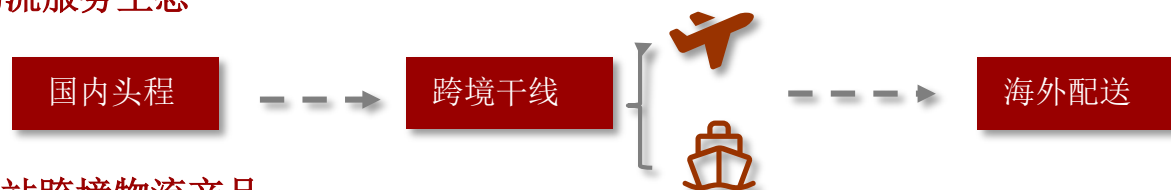


产品	主要内容
阿里巴巴一达通	数智化外贸综合服务平台，通过互联网技术优势为外贸企业提供快捷、低成本的通关、收汇、退税及配套的退税融资、国际物流服务，通过电子商务的手段，解决外贸企业流通环节的服务难题

跨境供应链服务：可视化的整合物流生态

- 阿里国际站联合菜鸟网络主要以第三方合作形式，为买卖家提供海、陆、空跨境货物运输及存储中转服务，涵盖国内头程、中间干线以及海外落地配送三大环节，提供端到端可视化的跨境物流服务。陆运覆盖全国7个大区，28个港口，近26000条线路，空运覆盖170个国家和地区，海运涵盖卖家整柜、拼箱、船东直采、货代SaaS。**B2B 7天到达率可达80-90%，10天到达率达99%，在北美及欧洲地区提供门到门、端到端服务。**
- 国际站物流优势：**1）物流可视：**货物全程轨迹追踪，支持买卖家在线实时查询物流信息；**2）成本优势：**国际站为商家提供低于市场价格的物流服务，运费在快递标准价1.1折起，是普通货代公司的约9折；**3）舱位保障：**信用保障订单能够享受旺季舱位保，优先发货；**4）服务保障：**覆盖慢速及货物丢失险，平均3个工作日理赔到账；**5）综合服务方案：**国际站能为商家提供端到端的整合物流服务，可解决普通货代公司的标准化路线中不覆盖头程与落地配送问题。

图：国际站物流服务生态



表：阿里国际站跨境物流产品

产品	主要内容
国际物流	是Alibaba.com联合菜鸟网络打造的货物运输平台，为买卖家提供海运拼箱、海运整柜、国际快递、国际空运、集港拖车、中港运输、中欧铁路和海外仓等跨境货物运输及存储中转服务
国际快递	是阿里巴巴国际站与菜鸟联合打造的快递运输平台，通过整合相关的物流产品形态，为阿里巴巴平台的用户提供具有适当市场竞争力的价格及服务承诺

跨境供应链服务：支付结算与供应链金融服务

- 阿里国际站为买卖双方提供可视化的三段支付结算网络：1) 境外买家本币支付；2) 跨境银行资金传递；3) 境内卖家汇兑及还原申报。国际站与SWIFT，国内外银行合作搭建网络将资金链可视化，支付网络覆盖67个主流货易本地本币，本地TT覆盖67个国家。买卖双方通过平台搭建的资金板块即可完成支付或提现，境外买家通过本币支付，境内卖家以人民币收款，无需承担汇兑及申报成本。
- 国际站支付结算优势：1) 低手续费：通过银行间网络的搭建将支付手续费降至最低；2) 时效性：具有时效性偏好的卖家可以通过一定费用即刻提现 3) 承担汇率风险：国际站为买卖双方提供锁汇服务，在一定程度上为买卖家规避汇率风险。
- 供应链金融服务：国际站向卖家提供超级信用证等金融产品，解决买卖双方的资金融通问题。帮助商家缓解资金压力，加速资金周转率，提升订单利润，同时为买家提供贷款期。

图：国际站支付结算服务逻辑



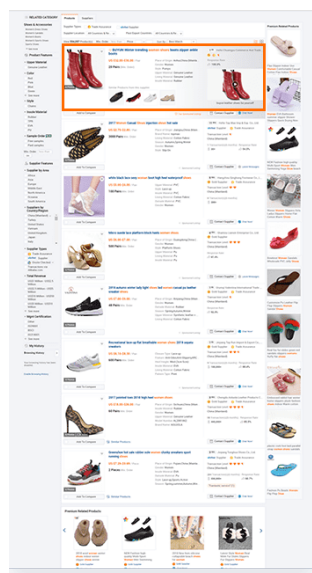
表：阿里国际站跨境支付产品

产品	主要内容
信用保障服务	阿里巴巴旗下专业的跨境B2B交易体系，致力于为全球B类买卖家提供安全高效的交易服务，整合各方资源以提供综合性跨境支付、结算、金融、物流等服务，帮助买卖家轻松实现全球买，全球卖
供应链金融服务	助力卖家提升接单能力、缓解资金压力、加速资金周转效率、获取更多商机和利润。包括超级信用证，网商流水贷以及备货融资
支付结算	Pay Later 是买家在 Alibaba.com 采购时可用的一种全新支付方式，目前已对美国区域的买家开放。买家使用 Pay Later 支付时，第三方金融机构将直接垫付资金给卖家。买家可获得最长 6 个月的贷款期，卖家可安全快速收款

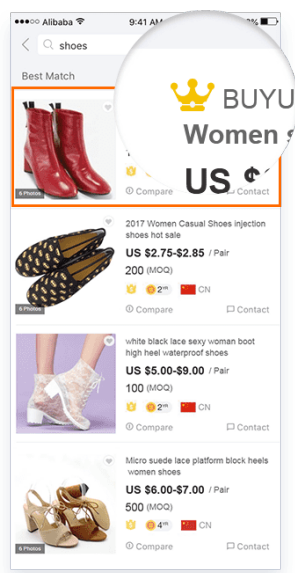
流量服务：数字化营销赋能企业商机获取

- 国际站为商家提供的数字化营销工具涵盖跨境开店、精准推广与场景营销三大板块，帮助商家寻找全球卖家，匹配需求。
- **跨境开店**：产品包括出口通与金品诚企，涵盖基础企业建站、产品发布、数据管家等服务帮助商家向海外展示产品制造能力与企业实力，彰显品牌实力
- **精准推广**：产品包括外贸直通车P4P、顶级展位等，通过产品、关键词及人群智能帮助商家精准触达目标消费者，获取高曝光价值，快速赢得买家询盘及订单机会
- **场景营销**：产品包括Brand Zone、Weekly Deals和行业频道，最大限度实现海外买家流量和不同品类商品、供应商间的“精准匹配”，高效实现海外买家在线交易转化、留存和复购。

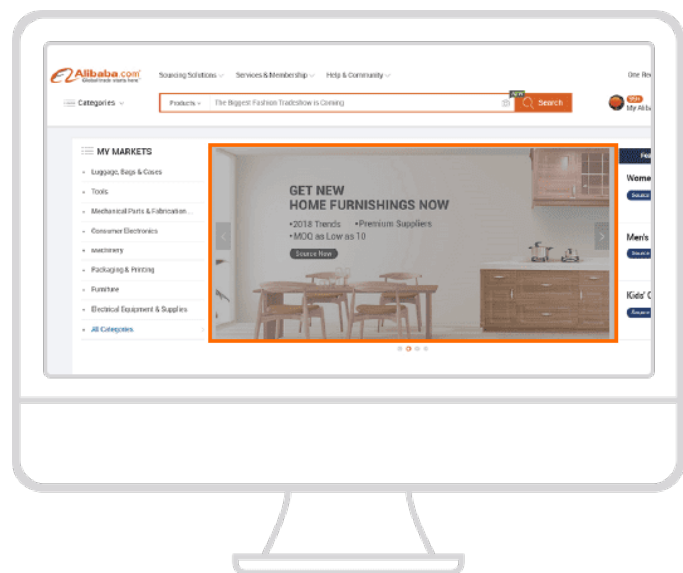
图：阿里国际站数字化营销场景



PC端



无线端

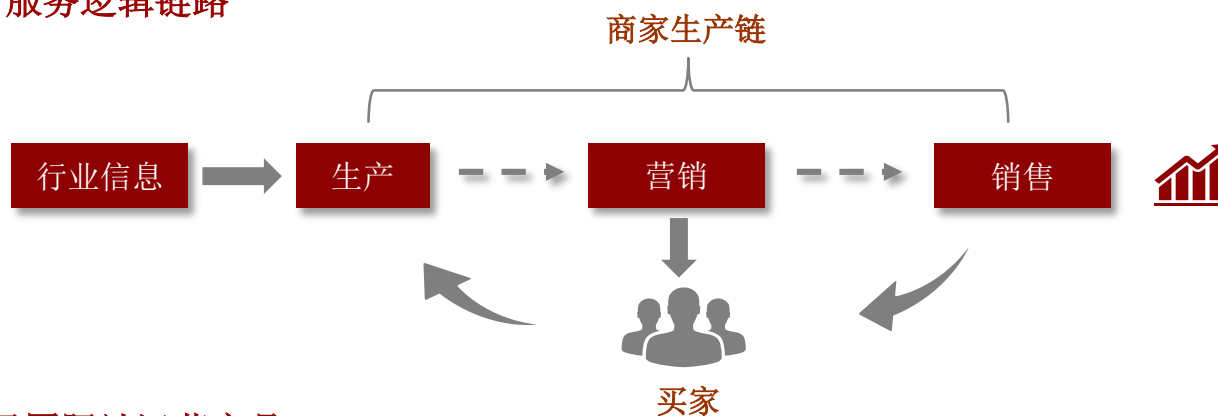


PC焦点图

流量服务：基于买卖数据闭环的数据化运营

- 国际站旨在通过全链路端到端的买卖数据闭环，获取全球市场信息，帮助商家开展数据化运营，重构客户体系。产品包括客户通和数据管家。
- 客户关系管理：通过精准匹配，赋能客户达成更有效的客户管理。例如精准营销、沉睡客户召回、客户全貌洞察
- 运营：通过进店关键词趋势、热搜及行业热门引流词，调整优化广告投放，提升询盘量；根据商品采购、供应指数变化，及时调整品类规划，发现外贸新商机；通过消费者洞察了解用户画像、分布及搜索行为，做好客户管理。

图：运营服务逻辑链路



表：阿里国际站运营产品

产品	主要内容
客户通	帮助供应商在外贸生意中进行客户管理的专业CRM工具。通过精准匹配，赋能客户达成更有效的客户管理。对金品诚企会员，除基础功能外，客户通还提供专属定制的企业版服务。
数据管家	是由阿里巴巴国际站为商家提供的B2B外贸商家核心数据产品，通过数据沉淀与分析，帮助商家开展数据化运营，提升其在阿里巴巴外贸平台上的经营效果，获得更高的私域流量及询盘转化。

案例：数据服务帮助商家调整产品布局，提升客单价

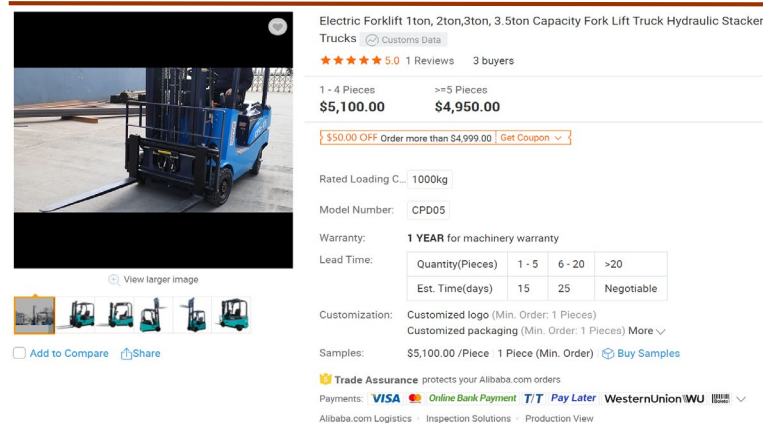
➤ 商家简介：

- 泰兴市济川液压机械有限公司是一家以经营电动叉车为主的外贸出口企业。2018年12月加入阿里巴巴国际站，由C端向B端转型。

➤ 经营亮点：

- 平台优质流量助推高客单价。疫情影响导致了上半年国际站买家数量的大幅增加，其中优质客户大幅提升了公司客单价，从18年的几百美金到20上半年突破1万。此外，来自不同国家的丰富的买家结构一定程度上也为企业分散了国际局势与贸易战风险。
- “外贸生意参谋”帮助商家寻找海外爆品，调整产品布局匹配市场需求。在发现产品滞销后，公司通过数据管家找到了适合出口的最优市场以及符合买家需求的最优商品，及时调整优品策略，改变了之前单纯将国内爆款平移到国际站主推的打法。同时，公司也开始具备贸易能力，根据客户需求帮其组货，向多贸易体转型。
- 交易数据沉淀促进买卖双方增进信任。通过平台完成交易的数据积累与买家评价共同构成商家评级，促进良性循环。

图：济川液压机械有限公司国际站店铺



案例：数字营销帮助传统外贸出口企业获客

➤ 商家简介：

- 上海凤凰自行车是一家传统外贸企业，于六七十年代开启出海业务，在海外市场积累了一定品牌声誉。公司在2018年加入国际站，开启数字营销商业模式转型。目前新订单销量100%来源于线上渠道，6月单月GMV52万美元，利润30万人民币。

➤ 经营亮点：

- 突破传统外贸获客痛点，解决物流与支付难题。**疫情期间公司加大在国际站上的投资，作为获客的重要渠道。同时，通过供应链服务，公司解决了在不发达国家市场的买家支付问题以及由于自行车体积而产生的高物流成本两大出口瓶颈。
- 数字化营销赋能商机获取。**传统线下展会效率低，经销、进口商较为固定，无法接触大量的新客户、消费者获取有效信息。公司通过国际站提供的VR、直播看厂等营销方式呈现商品与品牌形象，直接触达客户获取信息反馈。

图：上海凤凰自行车国际站店铺

Folding bike convenient and durable 7 speed Phoenix bicycle
1 buyer

130 - 359 Sets	360 - 719 Sets	720 - 1079 Sets	>=1080 Sets
\$69.00	\$67.00	\$65.00	\$62.00

\$500.00 OFF Order more than \$10,000.00 [Get Coupon](#)

Color:

Type:

Size:

Lead Time:

Quantity(Sets)	1 - 5000	>5000
Est. Time(days)	60	Negotiable

Customization: Customized logo (Min. Order: 130 Sets)
Customized packaging (Min. Order: 130 Sets) [More](#)

Samples: \$70.00 /Set 1 Set (Min. Order) [Buy Samples](#)

[Trade Assurance](#) protects your Alibaba.com orders

Payments: [VISA](#) [Online Bank Payment](#) [T/T](#) [Pay Later](#) [WesternUnion](#) [WU](#)

Alibaba.com Logistics Inspection Solutions

Riding PHOENIX with Families in Spare Time

Founded in 1897 Sell Well till Now

1200	500	2 Million
Retail Shops	Regional Agency	Annual Sales

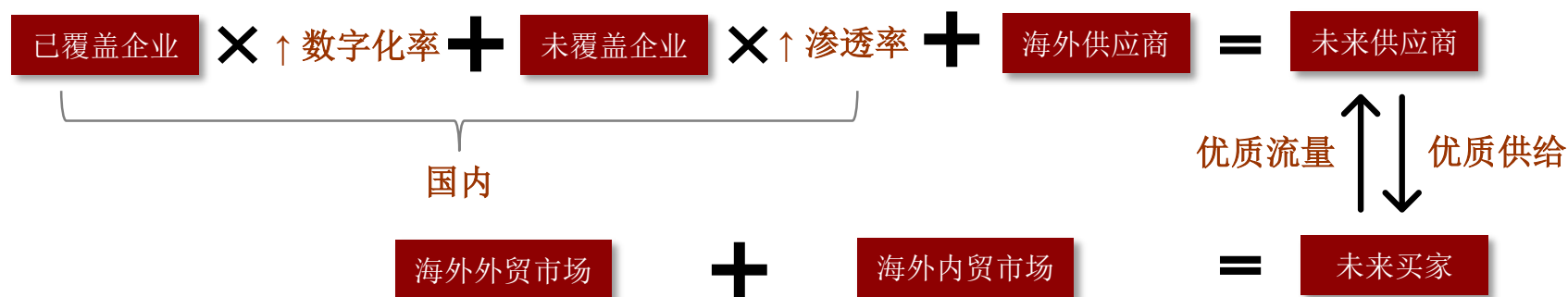
四、匹配全球供给需求，GMV有望突破1000亿美元

- 4.1 解锁海外内贸市场买家购买力，提升外贸出口数字化率
- 4.2 产品与服务：驱动买卖双方增长，优化流量结构，提供优质供给
- 4.3 未来发展空间广阔，线上规模可超1000亿美元

未来发展：提供优质供给，解锁买家购买力

- 对标所有海外内贸市场，解锁买家需求，是国际站未来从需求侧驱动业务规模增长的发展方向。作为全球最大的B2B跨境电商平台，国际站的买家视角将由外贸延伸至内贸企业。基于其正走向成熟的跨境基础设施的搭建与疫情催生的批发零售线上化转型，国际站致力于把中国供应链以简单而普惠的方式提供给全球买家，改变买家心智。
- 国际站从供给侧驱动的战略核心：
 - 1) 中国供给：客户线上交易的引导，渗透更多外贸企业。目前国际站在民营企业一般贸易的客户渗透率仅**10%**，约仅**10%**的交易行为发生在线上，国内外贸出口市场潜力巨大，预计国际站未来在数字化率和渗透率上有较大提升空间，将服务更多的中国客户以数字化方式跨境交易。
 - 2) 全球供给：发挥平台供应链的规模效应提供全球化供给。目前平台供给**90%**来自中国，数字化服务现已覆盖中国内陆及港台、马来，预计第二波在越南、意大利上线，其次目标北美市场，从长期看，平台在提供国际化供给方向同样具备潜力。

图：阿里国际站供应商发展空间

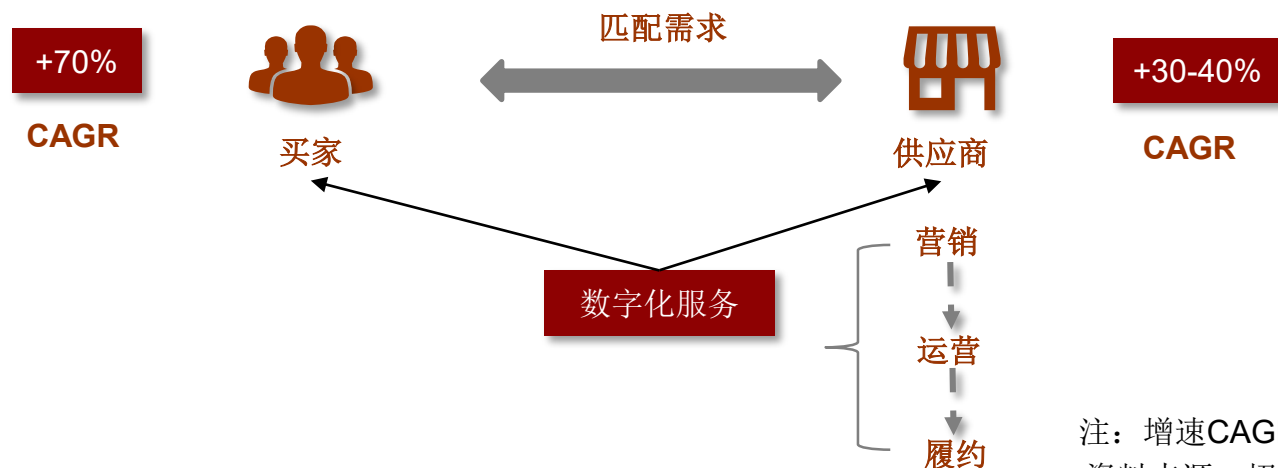


资料来源：招商证券

未来发展：数字化服务驱动供需增长

- 以数字化营销、运营与履约三段式服务为核心，同时依靠丰富的品类与价格优势吸引更多优质买家，改善流量结构，打造全球买、全球卖的高效率**B2B**跨境交易平台是国际站增长战略的逻辑。
- 国际站跨境供应链服务搭建：2014年阿里巴巴集团全资收购深圳市一达通企业服务有限公司，基于卖家视角搭建涵盖通关、结汇、退税的基础供应链服务，为外贸企业打破与政府监管间的壁垒，随后供应链延伸至买家，覆盖支付结算环节，完成支付资金链路流通，最后与第三方合作，搭建数据和订单中台，构建物流网络。
- 国际站流量服务展望：阿里国际站将投资深圳市小满科技有限公司，借助其在CRM领域优势，利用大数据和人工智能帮助外贸出口企业建立自身数字化客户管理系统，实现从线索到订单全周期的智能化管理，精准匹配客户，提升成单转化率，该产品升级后最快将于9月上线。
- 未来，国际站将继续以服务客户线上化交易，赋能民营企业出海为核心目标，将中国的供应链优势以简单而普惠的方式呈现给海外买家，提升**B2B**跨境贸易效率。

图：阿里国际站增长战略逻辑

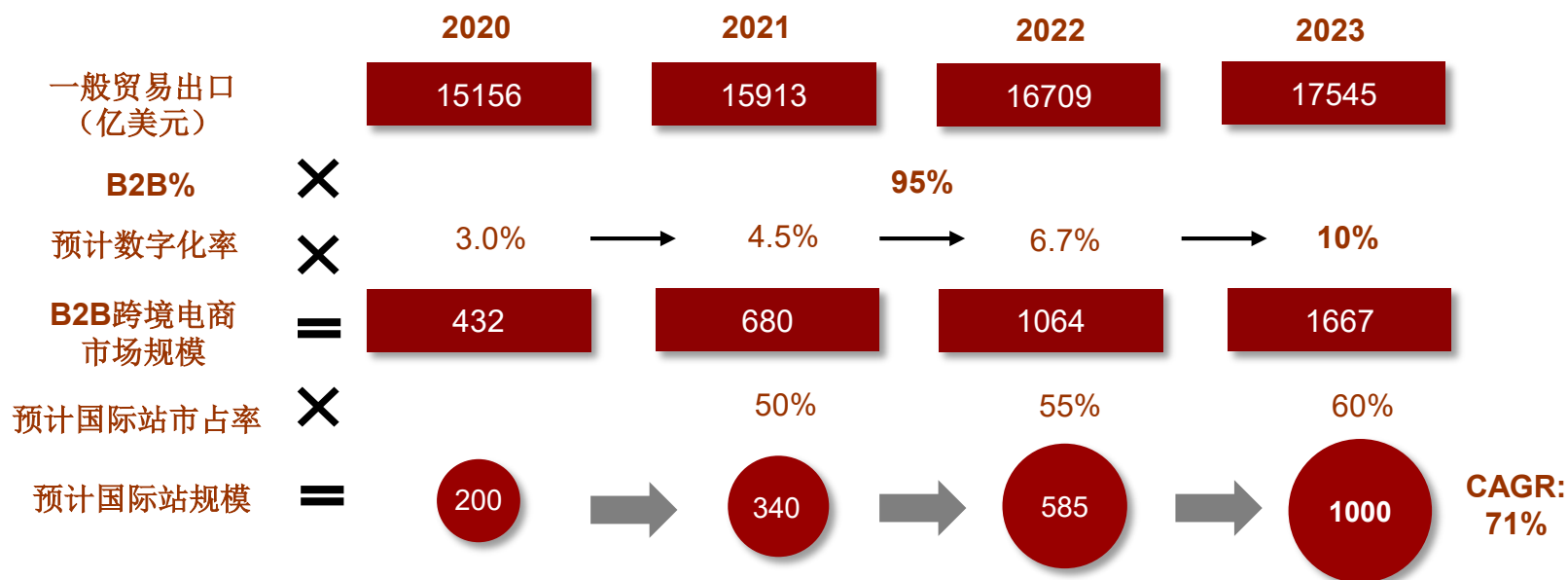


注：增速CAGR为2017-2020
资料来源：招商证券

未来发展空间广阔，三年规模可达1000亿美元

- 假设2020至2023年一般贸易出口年增速保持在5%，B2B出口占一般贸易出口比重为95%，国内出口的整体数字化率由2020年3%增长至2023年10%，则B2B跨境电商出口市场2023年规模可达**1667亿美元**。同时基于阿里国际站的全球领先地位，预计其2021、2022、2023市占率分别可达50%，55%，60%，根据公司2020财年实现200亿美元交易额的预期，估算出**2023年国际站交易规模有望达1000亿美元**，公司三年内**CAGR为71%**。

图：阿里国际站规模预测



资料来源：招商证券

分析师承诺

负责本研究报告的每一位证券分析师，在此申明，本报告清晰、准确地反映了分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与，未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

宁浮洁：商贸零售首席分析师。南京大学经济学硕士，曾任职于中泰证券零售组，覆盖商业零售行业，2018年加盟招商证券，产业资源丰富，逻辑清晰。

丁浙川：布里斯托大学金融学硕士，曾任职于华泰证券零售组，2019年加入招商证券，重点覆盖电商与新零售领域。

李秀敏：社会服务业分析师，浙江大学/复旦大学金融学学士/硕士，2018年6月加入招商证券，重点覆盖本地生活、免税、餐饮、酒店板块。

同时感谢实习生乐笑对本文的贡献。

投资评级定义

公司短期评级

以报告日起6个月内，公司股价相对同期市场基准（沪深300指数）的表现为标准：

强烈推荐：公司股价涨幅超基准指数20%以上

审慎推荐：公司股价涨幅超基准指数5-20%之间

中性：公司股价变动幅度相对基准指数介于±5%之间

回避：公司股价表现弱于基准指数5%以上

公司长期评级

A：公司长期竞争力高于行业平均水平

B：公司长期竞争力与行业平均水平一致

C：公司长期竞争力低于行业平均水平

行业投资评级

以报告日起6个月内，行业指数相对于同期市场基准（沪深300指数）的表现为标准：

推荐：行业基本面向好，行业指数将跑赢基准指数

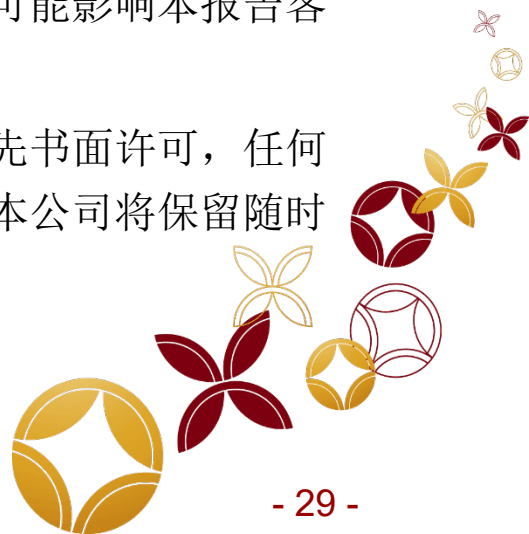
中性：行业基本面稳定，行业指数跟随基准指数

回避：行业基本面向淡，行业指数将跑输基准指数

重要声明

本报告由招商证券股份有限公司（以下简称“本公司”）编制。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告基于合法取得的信息，但本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。除法律或规则规定必须承担的责任外，本公司及其雇员不对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失负任何责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。

本报告版权归本公司所有。本公司保留所有权利。未经本公司事先书面许可，任何机构和个人均不得以任何形式翻版、复制、引用或转载，否则，本公司将保留随时追究其法律责任的权利。





感谢聆听

Thank You



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告