

欧洲COD跨境物流小包物流

产品名称	欧洲COD跨境物流小包物流
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	12.00/kg
规格参数	跨境电商:欧洲COD物流
公司地址	深圳市宝安区沙井鞍胜路35号
联系电话	暂无

产品详情

“ Mau Dong ! Mau Dong ! ” 在TikTok印尼区的官方直播带货间中，两个印尼女网红化身国外版“李佳琦”嗨翻直播间，这句印尼语也被刷屏，翻译过来就是带货主播经典的“买它！”。

随着国内直播电商探索出一条“光明大道”，这场革命很快蔓延到跨境电商。目前，直播带货席卷电商平台、社交媒体到品牌商家，并且衍生出MCN机构、直播服务商等多元化生态商机，与国内仿佛如出一辙。

就在中国直播带货趋于红海之时，跨境直播电商就像哥伦布的新大陆，无数卖家、网红、平台都在趋之若鹜。

“我的亚马逊店铺被封了，赔了几十万，现在想转做直播带货。”跨境卖家杨扬（化名）向商业数据派说。

但从目前的成绩上看，跨境直播的体量还无法与国内动辄数十万人，订单爆炸的状态相提并论。不过，有了国内的各种造富神话在前，这似乎是每一个跨境电商都不可错过的掘金时刻。但事实真是如此吗？

群雄逐鹿，抢占风口

整个跨境电商行业都在经历一场营销方式的革命。

一方面，Amazon、Shopee、速卖通、Lazada、Newegg Discovery等电商平台已经纷纷进军跨境直播电商。另一方面，几乎所有海外主流社交媒体平台都增加了直播功能，包括 Facebook、Instagram、YouTube、TikTok、LinkedIn等。

商家方面，ANKER、SHEIN等跨境大卖几乎每天超过10小时的跨境直播，他们的直播更像是线上导购员，视频的介绍拉近了和消费者之间的距离，也增加了冲动消费的几率。

一切都那么似曾相识。

在中国吃到直播带货红利的，想在海外复制一次成功；在中国上车晚了的，生怕再错过这次千载难逢的机遇。

毕竟，流量价贵，获客成本越来越高等“内卷”的问题，不仅仅是国内电商行业的焦虑，也是跨境电商行业需面临的问题。

在国内，直播电商已经走过爆发期，GMV增速已经大幅下降。据网经社电子商务研究中心发布的《2021年(上)中国直播电商市场数据报告》显示，预计2021年中国直播电商市场规模达到23500亿元，同比增长82.87%，而2020年这一增速还在136.6%。与此同时，直播电商渗透率预计2021年达10.15%，增长达18.02%，正在成为电商常态。