

2024年 中小型外贸企业发展 洞察报告



前言

Preface

在过去一年里，受全球经济环境的影响，以及贸易争端、供应链波动等因素，外贸行业正在经历着前所未有的变化。对于外贸企业来说，这不仅意味着挑战，还蕴藏着新的机遇。

在变革中求生存，在挑战中寻发展。在今后一段时期内，**哪些国家的市场是中国外贸的新增长点？哪些贸易产品最为畅销？以及面对逐年增多的原材料价格、市场运营成本，中小型外贸企业如何用更高的性价比方式做生意？**

网易外贸通基于对过去一年外贸行情的分析和对外贸企业发展的洞察，推出了《2024年中小型外贸企业发展白皮书》，旨在帮助外贸从业者更全面和准确地了解市场环境，为外贸企业新一年的生意增长提供更多的助力。

上篇

通过2023年外贸行业 发展形势看市场

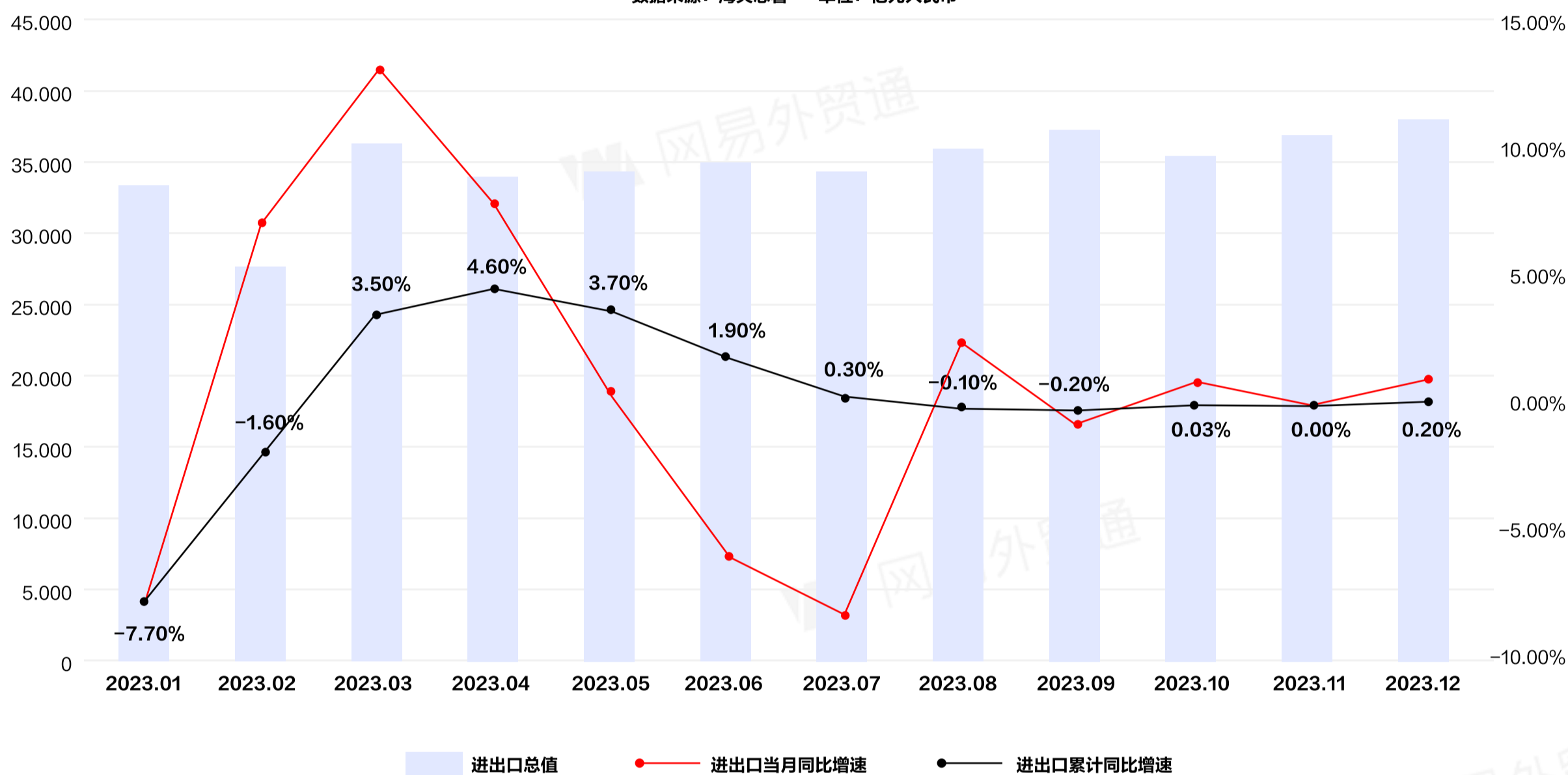
一、2023年外贸行业进出口成绩单

海关总署1月12日发布最新数据显示，2023年，我国进出口总值为41.76万亿元人民币，同比增长0.2%。其中，出口为23.77万亿元，增长0.6%；进口为17.99万亿元，下降0.3%。

以下是2023年单月外贸进出口情况：

2023年单月外贸进出口情况

数据来源：海关总署 单位：亿元人民币



数据来源：中国海关总署

从去年出口的形势看，外部需求的持续低迷仍然是制约我国出口增长的主要因素。同时，保护主义、单边主义这些因素也对我国出口造成影响，出口还会面临不少困难。但从另一方面看，在政策支持、产业优势、以及各方努力下，我国出口的综合竞争优势会继续巩固。（信息来源：海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良对外表示）

拆分具体数据来看，2023年外贸行业主要呈现以下几个方面的特点：

1、外贸企业突破60万家，民营企业挑大梁

海关总署数据显示，2023年有进出口记录的外贸经营主体首次突破60万家。其中，民营企业55.6万家，合计进出口22.36万亿元，增长6.3%，占进出口总值的53.5%，占据半壁江山。

2、“新三样”出口首破万亿大关，汽车出口成绩为全球第一

2023年出口的拉动点在于电动载人汽车、锂离子蓄电池和太阳能电池等“新三样”的增势迅猛。

机电产品中“新三样”产品



电动载人汽车



锂离子蓄电池



太阳能电池

合计出口 **1.06万亿元**  **29.9%**

首次突破万亿元大关

2023年，我国出口机电产品13.92万亿元，增长2.9%，占出口总值的58.6%，提升1.3个百分点。其中，电动载人汽车、锂离子蓄电池、太阳能电池等“新三样”产品合计出口1.06万亿元，首次突破万亿大关，增长29.9%。

去年汽车产销量屡创新高，相应出口规模也在逐步扩大。2023年，我国汽车出口522.1万辆，同比增加57.4%。其中，平均每出口3辆汽车就有1辆是电动载人汽车。

3、2023年中国外贸最畅销国家榜

2023年，东盟、欧盟和美国是中国最大的对外出口伙伴。以下是中国外贸最畅销国家榜单：

排名	贸易伙伴名称	出口金额（亿美元）
1	美国	5002.91
2	日本	1575.24

3	韩国	1489.87
4	越南	1376.12
5	印度	1176.81
6	俄罗斯	1109.72
7	德国	1005.70
8	荷兰	1001.87
9	马来西亚	873.83
10	墨西哥	814.71
11	英国	779.16
12	新加坡	769.64
13	泰国	757.36
14	澳大利亚	738.11
15	印度尼西亚	652.00

数据来源：根据中国海关总署数据整理，取前15名

另外，2023年全国31省(不含港澳台)进出口总值排名，广东作为外贸大省以83040.7亿元，超8万亿元人民币，位列第一。江苏52493.8亿元，超5万亿元；浙江48998.0亿元，超4万亿元；上海42121.6亿元，超4万亿元。

排名	省份	进出口总值(亿元)	同比增长(%)
1	广东	83040.7	0.3%

2	江苏	52493.8	-3.3%
3	浙江	48998.0	4.6%
4	上海	42121.6	0.7%
5	北京	36466.3	0.3%
6	山东	32642.6	1.7%
7	福建	19743.5	-0.2%
8	四川	9574.9	-4.0%
9	河南	8107.9	-3.8%
10	安徽	8052.2	7.8%
11	天津	8004.7	-3.4%
12	辽宁	7659.6	-3.1%
13	重庆	7137.4	-10.7%
14	广西	6936.5	7.3%
15	湖北	6449.7	5.8%

数据来源：根据中国海关总署数据整理，取前15名

4、2023年中国外贸出口产品热门榜

重点品类	金额	数量	占出口额比例
电子产品	6125.269	-	18.12%
——自动数据处理设备及其零部件	1875.13	-	5.55%
——集成电路(亿个)	1359.735	2678.3	4.02%
——手机(亿台)	1387.993	8.02125	4.11%
——家用电器(亿台)	877.783	37.17412	2.60%
——音视频设备及其零件	358.339	-	1.06%
——液晶平板显示模组(亿个)	266.289	-	0.79%
纺织、服装、鞋帽及箱包	3787.06	-	11.20%
——服装及衣着附件	1591.447	-	4.71%
——纺织纱线、织物及其制品	1344.975	-	3.98%
——鞋靴(亿双)	493.364	89.14239	1.46%
——箱包及类似容器	357.274	-	1.06%
汽车及零部件	1892.733	522.1	5.60%
——汽车(包括底盘)(万辆)	1016.123	522.1	3.01%
——汽车零配件	876.61	-	2.59%

家具、陶瓷、灯具、照明及玩具	1730.803	-	5.12%
——家具及其零件	641.957	-	1.90%
——灯具、照明装置及其零件	422.367	-	1.25%
——玩具	405.706	-	1.20%
——陶瓷产品(万吨)	260.773	1904	0.77%
钢材、铝材及塑料制品	2045.262	-	6.05%
——钢材(万吨)	845.556	9026.4	2.50%
——未锻轧铝及铝材(万吨)	191.615	567.52555	0.57%
——塑料制品	1008.091	-	2.98%
高新技术产品 包括生物、生命科学、光电电子、计算机与通信、材料、航空航天等	8425.422	-	24.93%
单列重要产品	1704.212	-	5.04%
——水产品(万吨)	198.715	370.2	0.59%
——成品油(万吨)	483.259	6268.6	1.43%
——通用机械设备	562.249	-	1.66%
——船舶(艘)	275.812	4940	0.82%
——医疗仪器及器械	184.177	-	0.54%
其他	8089.439	-	23.93%

数据来源：根据中国海关总署数据整理

2023年，电子产品依然是中国的主要出口品类。值得一提的是，手机的出口量达到了8.02亿台，金额1387.993亿美元，这显示了中国在全球电子产品市场中的强劲地位和竞争力。

纺织、服装、鞋帽及箱包是中国出口的第二大品类。2023年中国在这些领域的出口额达到了3787.06亿美元，占我国全年出口贸易总额的11.20%。这些产品反映了中国制造业的成熟度。

此外，出口产品的科技含量也在不断增加。结合海关总署和美国经济普查局(BEA)的定义，将汽车及零部件、电子产品、工程机械、电力设备、激光设备、航天设备、机床、生物医药和医疗设备定义为“中高端制造出口产品”。可以看到，排名前三的品类基本都属于“中高端制造出口产品”。

5、出口最旺盛的月份在12月

受欧美国家圣诞节、“黑五”等购物消费热点节日影响，加之去年10月份广交会的成功举办，12月对欧盟、美国的出口回暖，2023年12月出口同比增长3.8%达到2.18万亿元，使得12月反超黄金九月，成为出口额最高的月份。

二、中小型外贸企业做生意面临的挑战

挑战一：利润普遍降低，供应链内卷

网易外贸通基于调研大量外贸企业时发现，去年外贸人普遍的“体感”是虽然整体的外贸订单总量有所回升，但和往年的高峰相比，还处于复苏的阶段，整体的利润不如前两年。

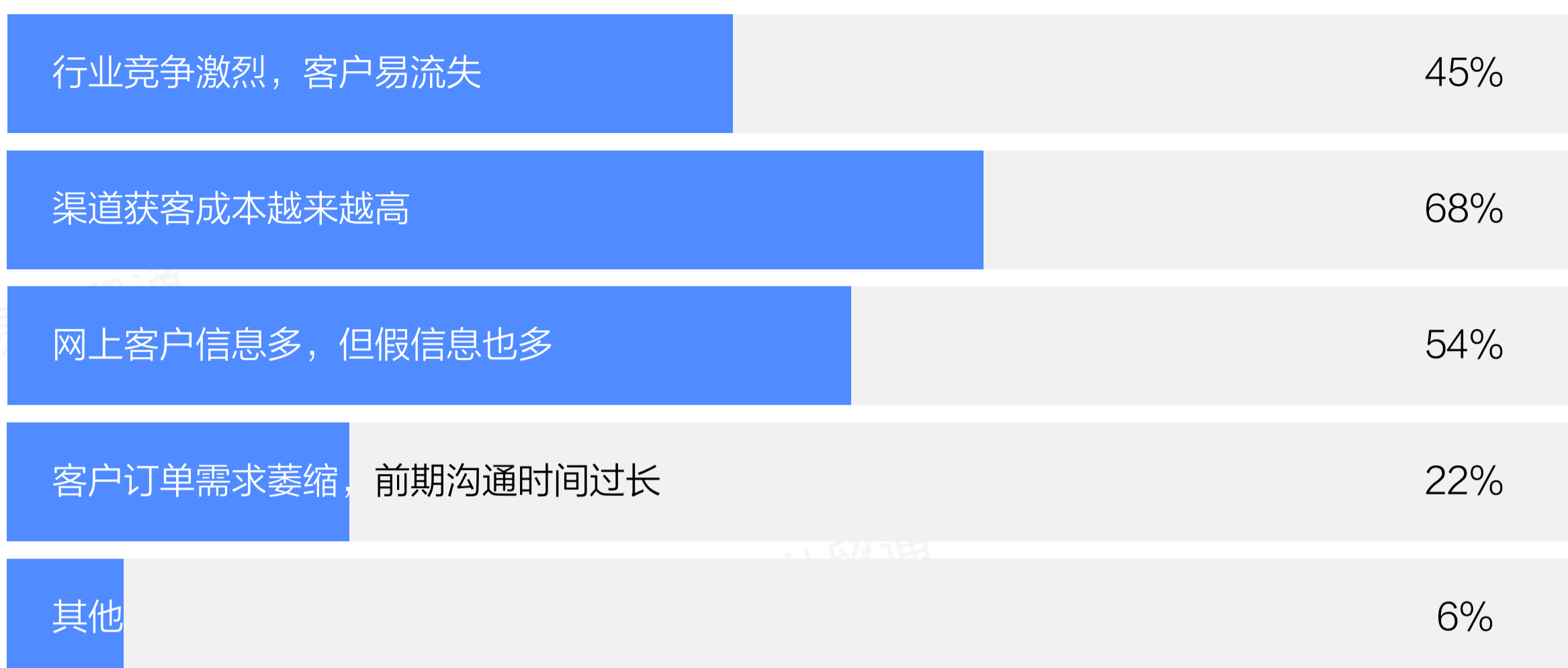
比如做水上运动产品的某外贸企业老板表示，他们去年的整体净利润在3%左右，而前几年这个数字可以达到10%。他曾举例说，10年前3.2米的浆板能卖120多美元，现在只能卖70多美元。

究其原因，售价下降和原材料降价有关，但更大的因素还在于经济通胀、地区冲突以及能源危机等，这些都让国际市场的消费力明显下降。在下行的经济趋势中，供应端的内卷也相当严重。

挑战二：获客成本逐年增高

目前外贸企业现有的维护客户成本在不断攀升，扶持政策 and 红利期也一去不复返，居高不下的广告投放成本令外贸企业难以为继。其中大型外贸企业竞争壁垒强，资金充裕，有较强的获客能力。相比之下，中小型外贸企业在市场波动之下，面临着更大挑战。

网易外贸通基于抽样调研发现，近两年中小型外贸企业在获客上面临的挑战包括：



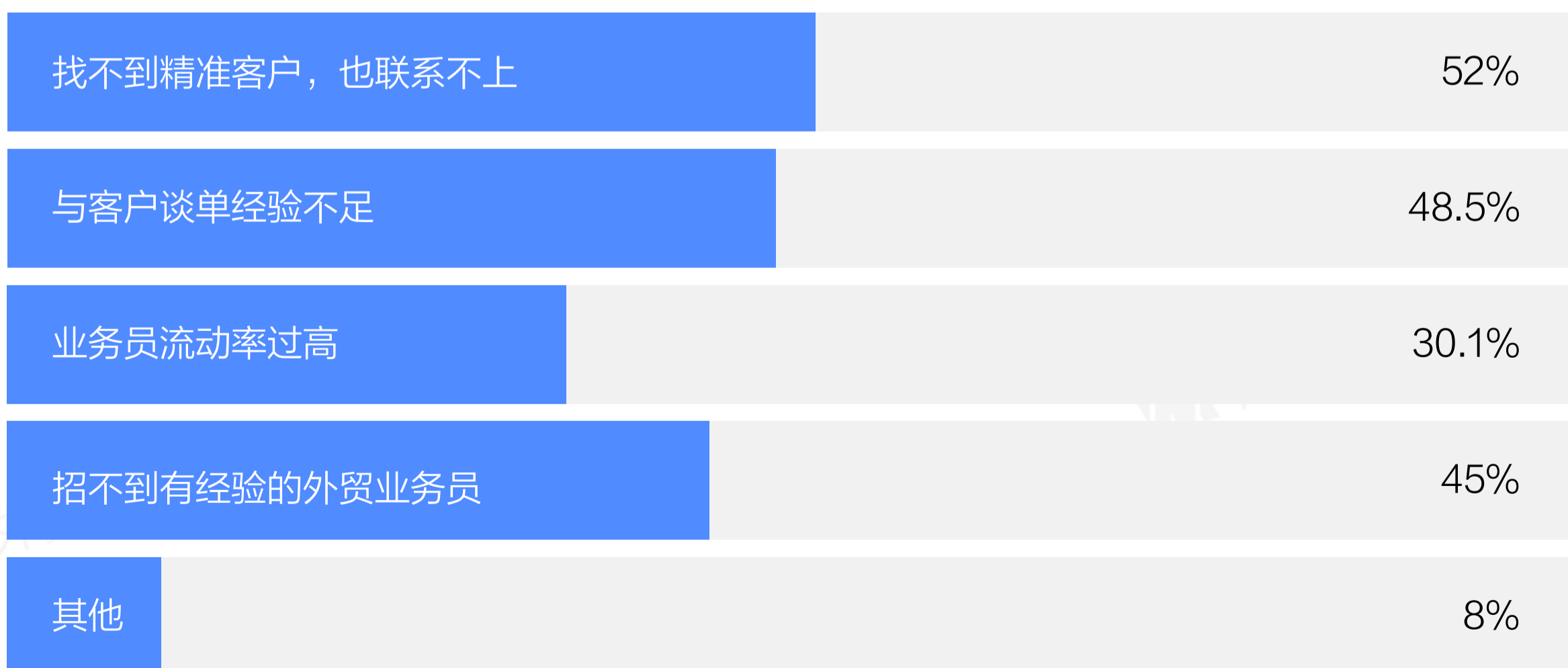
数据来源：网易外贸通，共调研566家中小型外贸企业

挑战三：外贸业务团队能力有待提升

对比十年前的外贸行业形势发现，中国出口的产品结构已经从简单的产品形态、较低附加值的小商品，转向了具有高附加值的复杂工业品。同时国外买家的诉求也不再是进行简单的比价，而是要进行充分的沟通和背调，才会做出决策。

在这样情况下，客户需求多变，对中小型外贸业务团队的应对能力是极大的考验，这是当前中小型外贸企业面临普遍的困难和挑战。

网易外贸通基于抽样调研外贸企业发现，有超过52%的外贸负责人表示外贸业务员大多数情况找到的客户不精准，也联系不上；超过45%的外贸负责人表示招不到有经验的外贸业务员。



数据来源：网易外贸通，共调研566家中小型外贸企业

下篇

2024年中小型外贸企业 如何实现强劲增长

2024年外贸形势依然充满了挑战 and 不确定性，外贸企业必须适应新的市场环境，抓住新机遇，并有效应对挑战。我们从有潜力的市场机会和高效的获客途径两个方面进行洞察和分析。

一、发现有潜力的市场

受通胀和国际环境影响，外贸传统市场欧美市场在2023年出现了进口额大幅下降的情况。然而，“一带一路”沿线的新兴市场需求在快速增长，东南亚、拉美、非洲、中东等市场也是大量外贸人看好的重要布局的市场。因此，对于2024年，外贸企业可以布局多个市场，降低单一市场所带来的风险。

1、东南亚市场

据海关总署数据显示，2023年前10个月，东盟为中国第一大贸易伙伴，双方贸易总值为5.23万亿元，增长0.9%。其中，对东盟出口3万亿元，增长0.6%；自东盟进口2.23万亿元，增长1.3%。

虽然出口增长的不算多，但是随着东南亚市场的旅游恢复以及经济恢复，以及社交媒体渗透率高，东南亚市场的活力也逐步显现。

从公布的数据显示，中国的电机、机械器具、塑料、钢铁类、矿物燃料、家居家具、车辆、有机化学品、针织编织是东南亚市场进口量较大的商品。

2、中亚市场

对国内外贸企业来说，中亚五国有“一带一路”倡议和中欧班列的双重加持，市场潜力巨大，进出口贸易正是活跃时期。据海关总署数据显示，2023年前10个月，中国对中亚五国进出口增长34.8%，增速明显高于整体。

其中，服装、日用品、机车零件、箱包等产品比较热销，而这些产品也正是国内外贸企业主要生产的产品。

3、中东市场

众所周知，中东客户是很理想的贸易伙伴，订单大、价格好，富裕阶层多、购买能力强。另外，与中东客户联系业务和拓展人脉可以依靠参展，因为中东地区开设的各类展会也是世界上举办展会最多、最密集的国家之一。

其中，电机、机械器具、钢铁、汽车等工业制成品、零部件、家居家具、服装、鞋靴、伞、陶瓷等是比较热销的品类。

4、拉美市场

2023年，中国与拉美双边贸易额达3.42万亿元，其中中国对拉美出口1.71万亿元，同比增长3%，远高于全国出口平均增速。拉美市场正以蓬勃的市场力或成为2024年最值得期待和开发的外贸市场之一。

其中巴西、墨西哥、智利等国家的消费群体庞大，无论是农业还是新兴产业，拉美国家都呈现出了较大的市场需求力。

二、抓住“绿色环保”“新三样”赛道生意

随着中国加快产业结构优化升级的步伐，一些传统制造业产品的出口增幅可能会逐渐放缓。但是，无论从近一年的新闻中还是研究报告中可以看出，绿色环保产品已成为新的发展潜力。

近年来，随着欧洲对环保要求的进一步提升，天然材料备受青睐，如草编、纸制品和有机棉等可降解、纯天然成分材料的产品都很热销。

绿色与新能源的结合，也是可关注的重要方向。光伏、锂电池、储能设备等领域的飞速发展，正是这一趋势的有力证明。

市场开发策略建议：

关注可再生材料、碳足迹低、可回收利用的产品，如绿色建筑材料，可生物降解塑料等。为了开发这些市场，企业需要获得相关的环保认证（例如，欧盟的生态标签、绿色印章），并利用数字营销方式在目标市场宣传产品的环保优势。

另外，在小众产品领域，无论是小型机械、还是户外运动、或者个性化的DIY商品，也有不错的市场潜力。

***以上内容为市场分析公开信息，仅供外贸企业参考，文中所述不构成任何投资建议**

三、寻找最具性价比的营销获客工具

在早年外贸整体行情较好时，外贸企业想获取客户的信息，在展会上多递几个名片、身边的熟人多介绍，客户就出现了。但自疫情后，整体的外贸获客方式发生了巨大变化，同时买家采购需求也在减少。这就导致中小型外贸企业在营销获客上会面临的几大问题：



获客成本越来越高

近几年线上营销方式得以快速增长，这也导致线上平台流量成本水涨船高



市场和用户行为分散

可以观察到的现象是，过去在谷歌上搜索产品相关词，外贸企业能通过搜索结果直接找到采购商。但现在在谷歌上搜索相关的词汇，可能会出现十几万条信息



客户资源挑战

全球疫情使得市场消费购买力普遍下降，大客广数量减少，小客户增多

那么，如何高效、高性价比营销获客？在了解大量外贸企业获客方式后，我们总结了一些策略。列举两个例子：

· 主动获客：用「海关数据」挖掘客户、分析客户

外贸生意，信息差就是利润。如果想要获得更大的利润，就需要比别人拥有更多的信息。通过海关数据这一渠道，外贸企业可以查到各国海关出口数据，掌握主流买家信息，同时通过外贸工具匹配海关数据，能够直接找到目标客户的信息，便捷触达关键决策人。

「实际案例」

南京某太阳镜外贸企业，在去年初开始使用「网易外贸通」的外贸大数据功能来获客。其中他们日常会通过海关数据来筛选采购商和挖掘联系人。在这过程中，他们不仅找到了精准客户的联系方式，还通过「采供应链穿透」这一功能了解了客户上下游供应链，分析客户近期的采购情况和竞品情况，然后通过这些信息与客户沟通，大大提高了成单率。

“基于网易外贸通提供的数据挖掘功能，现在我们用半个小时挖掘的信息，相当于人工搜索一天的量，大大节约了开发客户的时间和人力成本，让我们有更多的时间聚焦在有效询盘上。”该企业老板表示。

另外，这家企业通过海关数据对进口商进行研究，还发现自己售卖产品的进口商不仅有一直在做的光学仪器零售和批发商，还有很多女装用品分销商、饰品经销商等也都是目标客户。基于这些信息，该企业又抓住了市场时机，拓宽了目标客户群。

如果您想通过海关数据具体了解行业发展趋势、采购商交易数据、同行的上下游客户，以及精准找到目标客户的联系方式等，可以试试网易外贸通的「海关数据」功能：

- 30亿+海关数据
- 覆盖全球230+国家和地区
- 1.2亿企业数据
- 含精准客户联系方式
- 2亿+海外企业联系数据



来源：网易外贸通测试账号截图



扫码咨询网易外贸通小助手，立即了解

· 被动获客：基于「海外独立站」，扩展流量、建立品牌

除了通过线下参展、线上搜索引擎渠道找客户外，外贸独立站也逐渐成为外贸企业获客的一种新型方式。因为建立了一个自己的独立站，可以通过独立站展示品牌荣誉资质、产品优势特点、客户好评反馈、服务保障体系等来吸引客户对品牌的信任，同时通过合理布局关键词，提高网站的谷歌排名，也可以让更多的目标客户关注到品牌，做到品效合一。

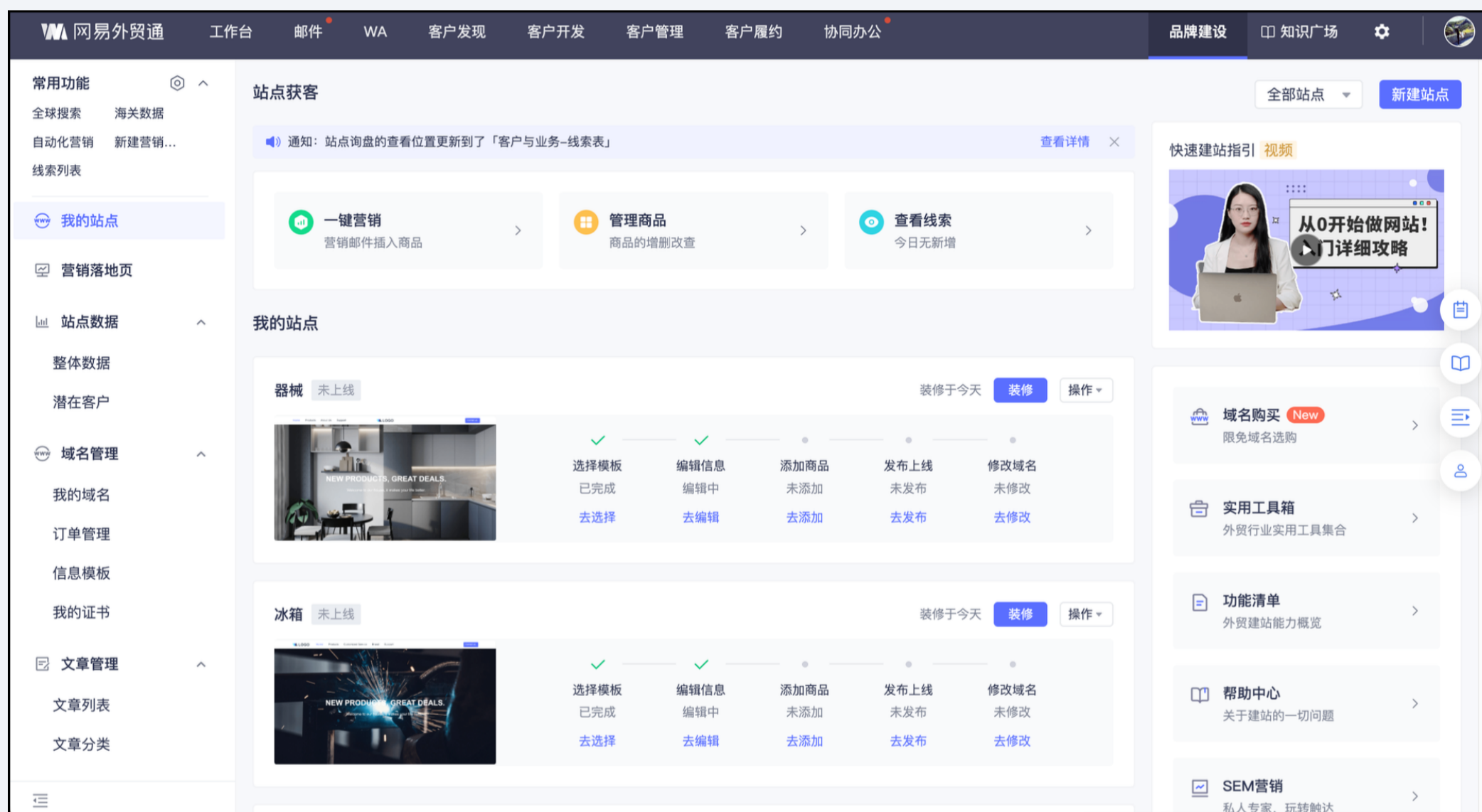
「实际案例」

宁波某酒店供应商，拥有10年酒店用品供应商行业营销经验。过去几年中，这家企业想在知名的B2B平台上做到行业类目第一，需要投入大量的成本，而且因为同行竞争大、入驻门槛高、受限规

则多等原因，所以很难发展。因此这家企业开始做独立站，经过一年的运营，从谷歌来的目标客户访客有12000多。“如果转化率达到1%，一年至少新增120个优质询盘客户或订单合作客户。相较于在B2B平台每年投入十几万的门槛来说，独立站更适合小企业、个体户、外贸SOHO们尝试。”这家企业老板表示。

如果您想了解如何通过外贸独立站获取更多客户，可以试试网易外贸通的「建站」功能：

- 无需技术人员，即可快速生成网站，200+行业模版拿来即用
- 备案/域名/证书等配套功能打通，企业无忧建站
- 多维的数据看板，助力企业营销及复盘
- CDN全球加速，秒级打开速度
- 营销专家，提供代运营服务



来源：网易外贸通测试账号截图



扫码咨询网易外贸通小助手，立即了解

关于网易外贸通

用科技赋能传统贸易

网易外贸通是专为外贸企业打造的海外营销管理与协同一站式平台。通过网易领先的邮件、AI、大数据技术，帮助外贸企业高效触达全球精准海量客户，用数智化思维转化客户，最终实现订单增长。

全链路多渠道营销管理方案

