

行業概覽

除非另有註明，本節呈列的資料來自各種政府出版物和其他出版物，以及由我們委聘的獨立第三方行業顧問弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告。我們相信本「行業概覽」章節的資料來源是有關資料的恰當來源，且在摘錄和複製有關資料時已採取合理審慎態度。我們並無理由相信有關資料屬虛假或具誤導成分，或遺漏任何事實致令有關資料屬虛假或具誤導成分。此外，我們相信市場資料自行業報告日期以來並無出現不利變化，致使本節所載資料可能受限制、出現矛盾或受到影響。然而，我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士(弗若斯特沙利文除外)均未獨立核實資料(摘錄自官方政府來源)，不會就其準確性發表任何聲明。本節所載資料和統計數據可能與其他地方編撰的資料和統計數據不一致。有關我們行業的風險討論，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險」。

中國B2C出口電商市場

B2C出口電商，即企業與個人消費者之間跨境交換產品、服務和信息的電子商務活動。

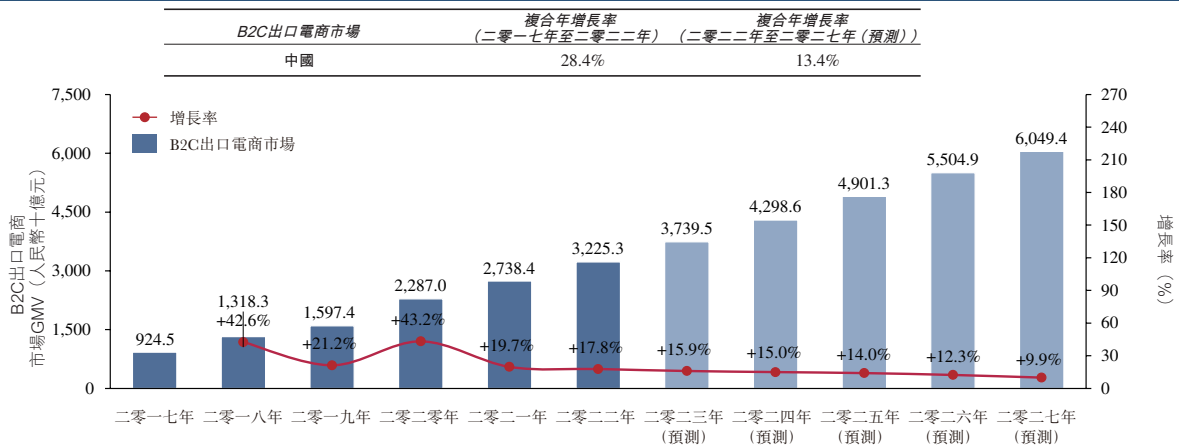
二零一三年以來，在支付系統進一步完善、跨境物流交付效率改善、新B2C出口電商平台持續增加以及全球消費者逐漸形成網購習慣的推動下，B2C出口電商市場快速增長。

中國B2C出口電商市場的GMV迅速增長，從二零一七年的人民幣9,245億元增長至二零二二年的人民幣32,253億元，複合年增長率為28.4%。

未來，中國B2C出口電商市場GMV預計將在二零二七年達到人民幣60,494億元，二零二二年至二零二七年的複合年增長率為13.4%，主要是受(1)全球經濟持續增長；(2)全球消費者購買力增加；及(3)各個國家之間的國際貿易及經濟合作進一步加強所影響。

行業概覽

B2C出口電商市場GMV（中國），二零一七年至二零二七年（預測）



附註：

1. B2C出口電商市場的市場規模指所有跨境電商平台GMV之和。
2. GMV指商品交易總額，是一種衡量選定時限內所有電商銷售總額的方式。

資料來源：中諮公司及弗若斯特沙利文分析

於B2C出口電商市場中，電商賣家客戶面臨以下主要痛點：

- **信息碎片化**：供應鏈解決方案的每一環節的成本和有效性，如國內收集、分揀、運輸等受到許多變量的影響。如果沒有可見及可控的供應鏈，電商賣家客戶難以整合有關不同利益相關方及所涉及物流程序的所有資料。
- **訂單管理**：大多數電商賣家客戶需實施全渠道策略以滿足來自多個電商平台的訂單。如果沒有適當的業務流程和技術基礎設施的支持，則難以整合所有來自各種電商平台的消費者訂單。
- **對當地法規了解有限**：電商賣家客戶的貿易活動受到不同地方法規的嚴格監管，如稅收、商品准入、貿易政策、海關等。電商賣家客戶（特別是剛進入該行業的參與者）通常不熟悉相關當地法規。對於計劃擴展到新的地理區域的電商賣家客戶來說，對地方法規的瞭解有限是一個挑戰。

行業概覽

- **終端消費者對快速配送的需求**：傳統而言，在沒有海外倉存儲預售庫存的情況下，大多數電商賣家客戶只能在海外消費者下單後直接從中國發貨。因此，消費者需忍受漫長的運輸時間，而這會削弱他們向電商賣家客戶訂購商品的意願。為留住消費者，電商賣家客戶不得不提供與當地賣家一樣具競爭力的運輸時間，如在當天或第二天配送。
- **高成本售後服務**：電商賣家客戶通常面臨處理產品退換的難題，例如在處理產品退換要求時，他們需要承擔高昂的成本及忍受漫長的運輸時間。冗長的產品退換過程通常會導致終端消費者糟糕的購物體驗及電商賣家客戶頗高的售後服務成本。

中國的B2C出口電商供應鏈解決方案市場

近年來，B2C出口電商市場的快速增長刺激了人們對B2C出口電商供應鏈解決方案的需求，這些解決方案可以解決配送貨物至海外終端消費者複雜、分散且成本高昂的過程。B2C出口電商供應鏈解決方案是指在B2C電商出口全過程中提供的供應鏈解決方案。因此，對於B2C出口電商供應鏈解決方案市場的參與者來說，特別是對提供涵蓋貨物運輸、報關及清關服務、倉儲、需求預測和庫存管理的端到端解決方案供應商來說，湧現了大量的機會。

B2C出口電商供應鏈解決方案供應商採用兩種模式，即(i)直郵模式和(ii)海外倉模式。

直郵模式被認為是傳統的跨境運輸方式，通過直郵模式，訂單下達後商品從電商賣家客戶的國內倉庫直接運送至終端消費者。電商賣家客戶因其消除了海外庫存積壓的風險而具有更大的靈活性。

海外倉模式是行業內較新的模式，即通過海外倉模式，電商賣家客戶先將其貨物提前運輸到目的地地區的海外倉庫進行備貨，以令其在終端消費者下達訂單後，可將貨物從海外倉庫直接運送到消費者手中。通過這種模式，電商賣家客戶可縮短終端消費者與貨物之

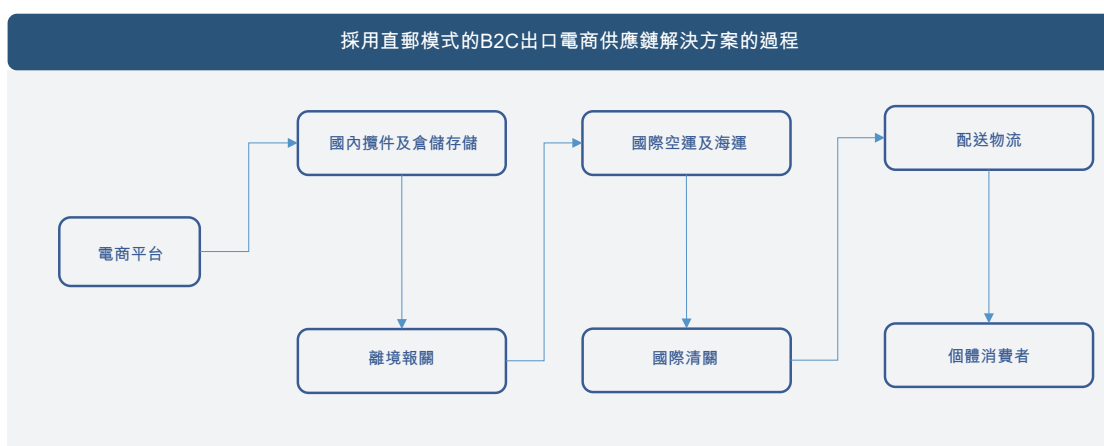
行業概覽

間的距離，提高商品的質量控制，效率更高，並使電商賣家客戶可以較低成本及更快的交付時間向其終端消費者提供諸如產品退換貨等售後服務。

B2C出口電商供應鏈解決方案市場的價值鏈分析

直郵模式指從國內賣家到海外個人消費者的國際運輸過程，一般需要兩到四個星期。B2C出口電商供應鏈解決方案供應商接到電商賣家客戶的物流訂單後，進行相應的業務流程，涉及國內收貨、報關及清關、跨境運輸和向個人消費者配送貨物。

下圖顯示採用直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的價值鏈：



資料來源：弗若斯特沙利文分析(包括弗若斯特沙利文對主要市場參與者專家進行的採訪以及對其他市場參與者的年報及文件進行的審閱，內容涉及彼等於B2C出口電商供應鏈解決方案市場及彼等之主要業務)

與直郵模式不同，在海外倉模式下，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商提前將貨物從賣家運往目的地地區的海外倉庫作預售備貨，隨後在終端消費者下單後直接從海外倉庫發貨。該服務可分為「頭程」國際貨運服務和「尾程」履約服務。

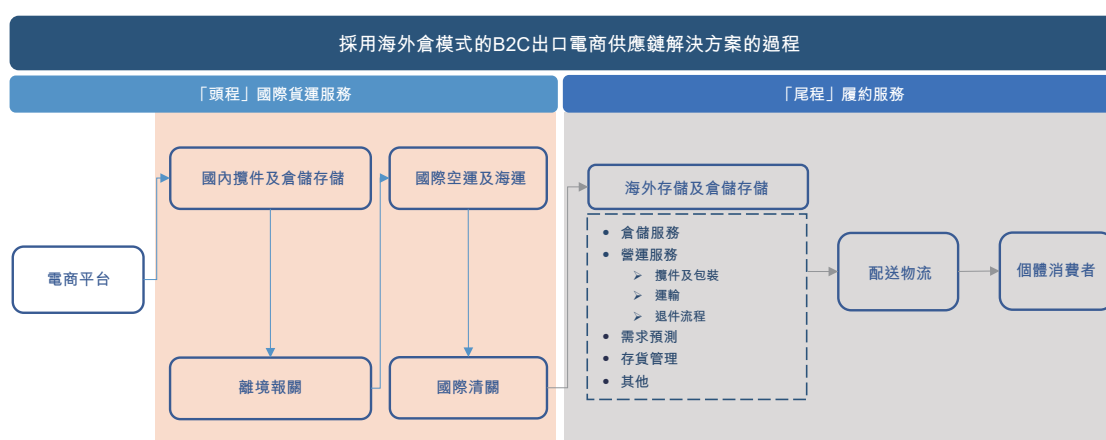
「頭程」國際貨運服務是指貨品從供應商到進口港的運輸服務。「頭程」國際貨運服務一般包括國內收貨服務、國內倉儲存儲服務、報關及清關服務和跨境運輸服務。在海外倉模

行業概覽

式下，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商通過將全部流程外包給有能力提供「頭程」國際貨運服務的第三方物流供應商，整合整個供應鏈。

「尾程」履約服務涉及從海外倉庫直接向個人消費者發貨。就「尾程」履約服務而言，海外倉模式下的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商提供倉儲服務和其他增值服務，包括運營服務，例如攬件及包裝、運輸及退件處理服務，需求預測和庫存管理服務以及支持零售商和供應商銷售彼等產品的分銷服務和售後服務等其他配套服務，並整合配送物流，將貨品送到個人消費者手中。

下圖顯示採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案市場的價值鏈：



資料來源：弗若斯特沙利文分析(包括弗若斯特沙利文對主要市場參與者專家進行的採訪以及對其他市場參與者的年報及文件進行的審閱，內容涉及彼等於B2C出口電商供應鏈解決方案市場及彼等之主要業務)

主要參與者分析

市場上有各種類型的參與者，包括端到端出口電商供應鏈解決方案供應商、國際貨運代理服務供應商、空運／海運承運商及「尾程」履約服務供應商。

行業概覽

端到端出口電商供應鏈解決方案供應商通過價值鏈全流程數字化，更加專注於增值服務。電商企業依靠這些解決方案供應商，旨在通過無憂和可追蹤的解決方案將產品交付給海外終端消費者。此外，對於某些擁有自有供應鏈基礎設施的電商企業來說，端到端出口電商供應鏈解決方案供應商也能夠在旺季補充其運力和倉儲能力。

主要參與者	業務範圍／服務特徵	市場定位
端到端出口電商供應鏈解決方案供應商	<ul style="list-style-type: none"> 端到端出口電商供應鏈解決方案供應商（通過第三方物流服務供應商）將賣方的貨物運送至進口口岸或終端消費者，其中包括「頭程」國際貨運服務及「尾程」履約服務。 基於全面及靈活的優勢，端到端出口電商供應鏈解決方案供應商可滿足產品物流及配送整個週期的各個階段，並具備提供增值服務的能力。 	<ul style="list-style-type: none"> 絕大部分端到端出口電商供應鏈解決方案供應商專注於全流程信息整合及數字化，並無自身的物流基礎設施。
國際貨運代理服務供應商	<ul style="list-style-type: none"> 一般而言，國際貨運代理服務供應商（通過空運及海運承運商）專注於「頭程」，負責通過空運或海運將貨物從一個地區運送到另一個地區。 	<ul style="list-style-type: none"> 國際貨運代理服務供應商自身並無運輸能力。彼等整合不同空運或海運承運商的運輸能力。 彼等與端到端出口電商供應鏈解決方案供應商合作以接獲更多客戶訂單。
空運／海運承運商	<ul style="list-style-type: none"> 空運或海運承運商通過空運或海運提供從出口港到進口港的傳統運輸服務，專注於「頭程」國際貨運服務的交付。 	<ul style="list-style-type: none"> 空運或海運承運商投放大量資金於建立其自身的運輸物流網絡及基礎設施，並向其他行業參與者提供物流服務。 除少數大型企業外，大多數空運或海運承運商專注於價值鏈領域以節約成本。
「尾程」履約服務供應商	<ul style="list-style-type: none"> 「尾程」履約服務供應商通常將貨物從港口或海外倉庫交付予終端消費者，專注於「尾程」履約。 	<ul style="list-style-type: none"> 「尾程」履約服務供應商建立其本地物流網絡及基礎設施，並向其他行業參與者提供物流服務。 由於資金投入多，大多數「尾程」履約服務供應商專注於價值鏈的某一環節以實現營運效率。

資料來源：弗若斯特沙利文分析（包括弗若斯特沙利文對主要市場參與者專家進行的採訪以及對其他市場參與者的年報及文件進行的審閱，內容涉及彼等於B2C出口電商供應鏈解決方案市場及彼等之主要業務）

按服務模式劃分的B2C出口電商供應鏈解決方案市場的規模

在過去的幾年裡，出口電商供應鏈解決方案市場顯著增長。尤其是，B2C出口電商供應鏈解決方案市場的市場規模增長更迅速，由二零一七年的人民幣1,136億元增加至二零二二年的人民幣4,024億元，複合年增長率為28.8%。於二零一九年至二零二零年，COVID-19的爆發推動線上購物的需求，並成為B2C出口電商供應鏈解決方案需求大幅增加的主要推動力。於二零二七年，市場規模預計將達到人民幣6,213億元，二零二二年至二零二七年的複合年增長率為9.1%。一般而言，B2C出口電商供應鏈解決方案市場可劃分為海外倉模式及直郵模式。

行業概覽

海外倉模式

近年來，海外倉模式日益盛行，因為其可為個人消費者提供更快、更可預測的交貨時間，從而優化他們的購物體驗。自二零一七年至二零二二年，採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模由人民幣401億元增加至人民幣1,771億元，複合年增長率為34.6%。

二零一九年至二零二一年，在COVID-19爆發期間，由於二零二一年疫情導致港口擁堵及貨物卸貨週期延長，不僅終端消費者已養成線上購物的習慣，而且許多電商賣家客戶亦意識到海外倉模式的優勢。因此，採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模於二零一九年至二零二一年期間實現大幅增長。

然而，於二零二二年，隨著COVID-19的疫情逐步改善，線下購物逐步恢復，採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模略有下降。此外，於二零二三年，由於運費下降，市場規模預計將稍有減少，但仍將高於二零一九年COVID-19之前的水平。

鑒於二零二二年至二零二七年的複合年增長率為14.5%，預計於二零二七年採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模將達到人民幣3,486億元。

直郵模式

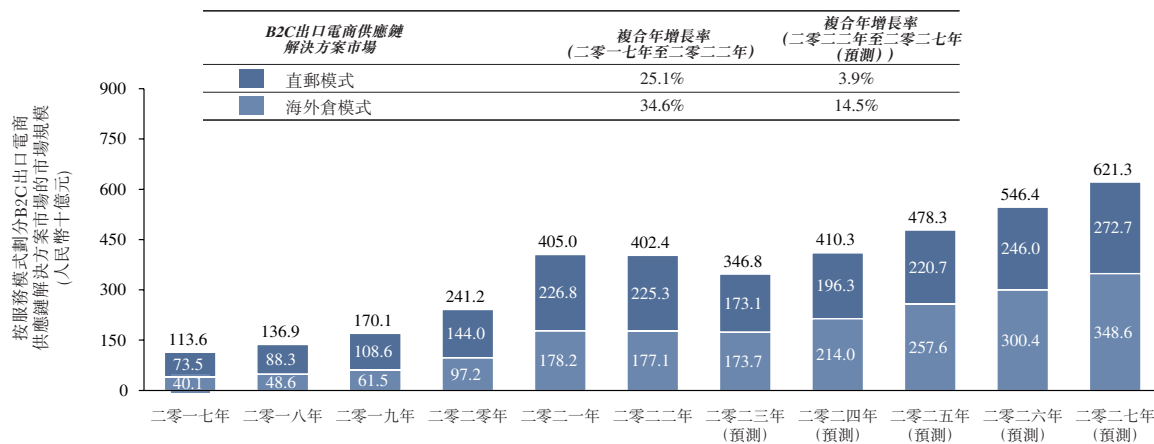
自二零一七年至二零二二年，採用直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模由人民幣735億元增加至人民幣2,253億元，複合年增長率為25.1%。受運費下降的影響，市場規模於二零二二年至二零二三年呈下滑趨勢，但預期未來將恢復至正常水平。因此，預計於二零二七年採用直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模將達到人民幣2,727億元，自二零二二年至二零二七年的複合年增長率為3.9%。

採用直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模的預期恢復基於(i)直郵模式通常採用空運，其市場規模與空運費率密切相關。於COVID-19期間，由於網購需求增長，貨運費率迅速增長，隨著空運運力供應不斷增加，貨運費率有望在後疫情時期恢復正常。由於跨境航班於COVID-19期後恢復，並緩解空運運力短缺，貨運費率於二零二三年上半年回

行業概覽

復至約3,500美元每噸，與COVID-19疫情前的費率相近。由於下半年通常是電商旺季，預期費率將較上半年有所增加。此外，自二零二三年十月起，美國受暴雨及暴雪等極端天氣影響，空運運力供應減少，空運費率因此上漲。同時，受巴以衝突影響，二零二三年下半年的空運費率開始好轉。然而，由於衝突結束時間尚未明確，預期空運費率將繼續上升，使得日後採用直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案市場進一步發展。(ii)後COVID-19時期，B2C出口電商供應鏈解決方案的基礎設施得以進一步發展。因此，直郵模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模有望在未來持續增長。

按服務模式劃分中國B2C出口電商供應鏈解決方案市場的市場規模，二零一七年至二零二七年（預測）



資料來源：Drewry、國際民航組織航空運輸報告、Freightos FBX、上海出口集裝箱運價指數及弗若斯特沙利文分析

行業壁壘

行業知識：由於涉及不同地方法規和各類服務商（如貨運代理服務商、履約物流服務商等），B2C出口電商供應鏈解決方案服務市場的價值鏈高度複雜。市場上具有豐富經驗的B2C出口電商供應鏈解決方案服務供應商已積累廣泛的行業知識，因此可克服潛在障礙，並減少在提供服務過程中的不確定性，如配送和海關報關及清關服務、倉儲和存儲服務。然而，新進入者短期內難以積累足夠的行業知識，由此對新進入者形成行業壁壘。

發展與客戶及市場參與者的長期合作關係：長期合作和多元化的客戶群為B2C出口電

行業概覽

商供應鏈解決方案提供可持續需求。具體而言，龐大的客戶群和穩固的客戶關係保證了訂單規模和頻率不斷增加，使市場參與者能夠充分利用資源和基礎設施。由於時間的積累，有經驗的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商與貨運服務供應商發展出共生關係，且與該市場的「尾程」履約服務供應商維持深入合作關係。新進入者短期內難以與客戶及市場參與者建立相同層次的合作關係。

技術：在提供B2C出口電商供應鏈解決方案時應用大數據和數字化技術等技術，使解決方案供應商能夠整合和分析不同渠道資料，優化服務質量，提升效率。持續採用這些技術，為電商賣家客戶以及消費者提供了更高的運營效率和服務質量。然而，由於資源和行業經驗不足，新進入者通常無法在短時間內熟練應用這些技術。

海外當地專業知識：海外當地專業知識乃新進入者的另一個行業壁壘。例如，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商在長期經營過程中，積累了當地知識和海外市場專業經驗，大大提高了解決方案供應商的運營效率。此外，覆蓋全面的網絡可提供靈活多樣的電商供應鏈解決方案，從而滿足客戶瞬息萬變的需求。然而，新進入者短期內難以在出口電商供應鏈解決方案市場建立屬於自己的海外當地人才資源庫。

中國B2C出口電商供應鏈解決方案市場競爭格局

中國B2C出口電商供應鏈解決方案市場較為分散，市場參與者超過4,000家，其中部分參與者採用直郵模式，部分參與者則採用海外倉模式。有時，為方便客戶，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商同時採用直郵模式和海外倉模式。相較於以小件為主的行業參與者，以中大件為主的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商通常具備更高的毛利率和客戶忠誠度等差異化優勢。由於中大件的形狀和尺寸較大，需要特別注意，所以中大件的送貨員通常會收取額外費用。無論如何，電商賣家客戶願意選擇擁有行業專業知識的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商，以處理中大件並確保倉儲和出庫流程的效率。因此，以中大件為主B2C出

行業概覽

口電商供應鏈解決方案供應商通常較其他供應商擁有更強的議價能力，並獲得更高的毛利率。按二零二二年收入計，中國前十大B2C出口電商供應鏈解決方案供應商佔比約為7.5%。

按二零二二年收入計，本集團在中國所有主要採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商中排名第七，市場份額約為0.4%。本集團於整個出口電商供應鏈解決方案中國市場中佔比約0.07%。此外，本集團是在中國採用海外加倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商之一。

二零二二年中國十大B2C出口電商供應鏈解決方案供應商
(按採用海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案的市場規模劃分)

名次	公司	背景資料	市場份額 (%)
1	公司A	於二零零九年成立，為中國領先的電子出口商務供應鏈解決方案供應商之一，專門從事海外倉儲、「頭程」國際貨運和「尾程」交付服務等。	1.7%
2	公司B	於二零一二年成立，為中國領先的出口電商供應鏈解決方案供應商之一，提供海外倉儲和專線物流等服務。	1.5%
3	公司C	於二零零四年成立，為中國領先的出口電商供應鏈解決方案供應商，專注海外倉儲、FBA和專線物流等領域。	1.3%
4	公司D	於二零一五年成立，為中國快速增長的一站式出口電商供應鏈解決方案供應商，提供海外倉儲和「頭程」國際貨運等服務。	0.9%
5	公司E	於二零一六年成立，為中國知名的出口電商供應鏈解決方案供應商，專注「頭程」國際貨運和海外倉儲等領域。	0.6%
6	公司F	於二零一二年成立，為中國知名的出口電商供應鏈解決方案供應商，專注海外倉儲和物流解決方案等領域。	0.5%
7	本集團	見本文件的「業務」	0.4%
8	公司G	於二零零二年成立，為中國人體工程學解決方案產品的上市頂尖製造商，其亦提供海外倉儲服務。	0.2%
9	公司H	於二零零九年成立，為中國公認的出口電商供應鏈解決方案供應商，提供海外倉儲、FBA和專線物流等服務。	0.2%
10	公司I	於二零一六年成立，為中國知名的出口電商供應鏈解決方案供應商，專注「頭程」國際貨運和海外倉儲等服務。	0.2%
前十			7.5%

附註：

1. 排行榜所列的所有B2C出口電商供應鏈解決方案供應商均為第三方公司。
2. 公司G的收入不包括自用海外倉儲服務產生的收入。

資料來源：年度報告、弗若斯特沙利文對領先市場參與者的專家進行的訪談及弗若斯特沙利文分析

主要驅動因素

政府支持：近年來，中國政府出台了一些扶持政策，推動B2C出口電商供應鏈解決方案服務市場的發展。舉例而言，二零二一年廣東省人民政府辦公廳印發《關於推進跨境電商高

行業概覽

質量發展若干政策措施的通知》以爭取海外建倉數達到500個、總面積超過400萬平方米，將逐步形成專業化、智能化海外倉網絡。因此，政府的扶持政策促進了B2C出口電商供應鏈解決方案市場的發展。

B2C出口電商市場快速增長：跨境網購活動增加和電商的快速發展持續推動對B2C出口電商供應鏈解決方案的需求。互聯網發展加速改變海外消費者的購物習慣，蓬勃發展的網購需求刺激出口電商市場的增長，從而為B2C出口電商供應鏈解決方案市場的增長創造機遇。

海外倉模式的普及性：近年來，更多新興的電商賣家客戶更傾向於委聘採納海外倉模式的B2C出口電商供應鏈解決方案供應商。在海外倉模式下，消費者下單後，產品直接從海外倉庫發貨，縮短了尾程履約服務的配送時間。此外，在該模式下，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商可提供產品退換貨等售後服務，從而改善整體效率。

新技術應用：SaaS解決方案、大數據等新技術的應用一直推動B2C出口電商供應鏈解決方案供應商節約成本和提高效率。例如，應用SaaS解決方案使跨境電商供應鏈解決方案供應商能夠提供更多服務，如可視化及控制供應鏈，通過整合所有訂單支持賣家的全渠道運營。此外，智能機器人在貨物分揀和貨物儲存方面的使用在實現降低人工成本方面發揮重要作用。此外，大數據和其他技術的應用有助於B2C出口電商供應鏈解決方案供應商優化B2C出口電商供應鏈解決方案的整體路徑，從而節省成本並幫助客戶縮短交貨時間。

市場趨勢

綜合供應鏈解決方案平台：B2C出口電商供應鏈解決方案市場複雜，涉及端到端電商供應鏈解決方案供應商、國際貨運代理服務供應商、空運或海運承運商及「尾程」履約服務供應商等多方，因此，未來B2C出口電商供應鏈解決方案供應商如何獲得並整合整個價值鏈上分散的資源，形成端到端的一站式B2C出口電商供應鏈解決方案平台尤為重要。綜合平台

行業概覽

可以促進實時數據集成和共享，從而減少各個環節所需的時間，保證更好的供應鏈時效性，進一步獲得客戶的認可，最終實現收入增長的目標。此外，B2C出口電商供應鏈解決方案供應商可以提供增值服務，如提供庫存建議，以幫助賣家優化庫存和商品選擇。

數字化：近年來，數字化為B2C出口電商供應鏈解決方案市場創造了強大的增長潛力。B2C出口電商供應鏈解決方案供應商利用如SaaS和物聯網等各類型的數字化應用，簡化交易流程，提高供應鏈解決方案的效率，增加消費者粘性。憑藉數字化工具提供的支持，市場上的解決方案供應商逐漸降低其運營成本，從而提高利潤。

海外加盟倉模式的流行：近年來，加盟倉模式越來越流行，未來有望被B2C出口電商供應鏈解決方案供應商廣泛採納，主要有下列幾個優勢。首先，加盟倉模式下的服務供應商可以節省海外倉庫的租金成本，從而減少資金開支。此外，加盟倉模式具可拓展性，使B2C出口電商供應鏈解決方案供應商可輕易擴展其現有倉庫網絡，尤其是那些具有良好技術基礎及強大的管理能力的供應商。因此，預計未來會有越來越多的行業參與者選擇加盟倉模式。

成本分析

大多數B2C出口電商供應鏈解決方案供應商的主要成本為海運運費及「尾程」履約交付費。

在二零二零年以前，從中國出發的海運運費維持穩定，保持在低於每標準箱1,400美元。二零二零年，COVID-19在全球範圍內的爆發和傳播令線上購物激增。隨後，由於主要港口處理大量增加的貨運量的能力有限，疫情期間全球海運能力分配不均，最終導致海運運費上漲。海運運費由二零一七年的每標準箱1,360.6美元攀升至二零二二年的峰值每標準箱7,321.0美元，複合年增長率為40.0%。隨著中國平均集裝箱運價綜合指數自二零二二年八月以來不斷下降，運費下降標誌著B2C出口電商供應鏈解決方案市場已於二零二三年恢復正常。於二零二七年，中國海運運費預計將降至每標準箱2,526.3美元，二零二二年至二零二七年的複合年增長率為-19.2%。

行業概覽

近年來，美國的平均「尾程」履約費持續增加，導致B2C出口電商供應鏈解決方案供應商須承擔的成本不斷上漲。於二零一七年至二零二二年，美國的平均「尾程」履約費由二零一七年的每件包裹6.3美元增加至二零二二年的每件包裹8.0美元，二零一七年至二零二二年的複合年增長率為4.9%。於二零二七年，在美國的平均「尾程」履約費預計將達到每件包裹10.2美元，二零二二年至二零二七年的預期複合年增長率為5.0%。

資料來源

我們委託了獨立市場研究機構和顧問弗若斯特沙利文對中國的出口電商市場以及B2C出口電商供應鏈解決方案市場進行分析和報告。弗若斯特沙利文是一家於一九六一年在紐約成立的獨立全球諮詢公司。弗若斯特沙利文提供(其中包括)各行各業的市場研究。本文件所披露來自弗若斯特沙利文的資料摘錄自我們以費用人民幣500,000元委託編製的報告，並經弗若斯特沙利文同意進行披露(「弗若斯特沙利文報告」)。

我們在本文件中納入了弗若斯特沙利文報告中的某些資料，因為董事認為這些資料有助於潛在投資者了解相關市場。弗若斯特沙利文報告的市場研究過程是通過詳細的初步研究進行的，當中涉及與領先的市場參與者和行業專家討論中國B2C出口電商出口市場的現狀以及B2C出口電商供應鏈解決方案市場。次要研究包括審查公司報告、獨立研究報告以及基於弗若斯特沙利文自身研究數據庫的數據。

弗若斯特沙利文報告所載分析和預測基於編製這些報告時的下列主要假設作出：(i)未來十年全球和中國經濟可能保持穩定增長；(ii)在預測期內，中國的社會、經濟和政治環境可能維持穩定；(iii) COVID-19將在短期內影響市場穩定；及(iv)城市化率提高、政府政策支持、經濟增長、外貿穩定增長、網絡技術持續發展等市場驅動因素將帶動B2C出口電商供應鏈解決方案市場的發展。董事確認，經合理審慎考慮後，自弗若斯特沙利文報告發佈之日起，整體市場資料並無出現會使這些資料存在保留意見、相抵觸或對這些資料產生影響的重大不利變動。