

创新引领 生而全球

2025中国出口跨境电商发展趋势白皮书
产品创新出海品牌五十强

中国出口跨境电商 从价格竞争 迈向价值创造

需求端

↑ 90.3% Z世代网购人群的比例将在未来四年快速攀升至

供应端

64% 中国卖家的新选品策略，
将重点转向更多全新品类的产品、和更多现有产品下的更新迭代

~ 35% 过去12个月，
亚马逊上中国卖家的产品销量来自一年内创建的新选品

亚马逊全球开店

产品创新出海品牌五十强



洞察维度



创新
价值



差异化
优势



商业
表现



用户
反馈



持续创新
能力

亚马逊全球开店

产品创新出海品牌五十强

ANKER		Afen		Baleaf		Beatbot		BougeRV		Cicybell	
Coolski		Creality		Donner		Ecoflow		Govee		HEYBIKE	
Hoverair		Hollyland		Hotouch		Insta360		JYXCN		Laifen	
LiberLive		LOONA		LOFREE		LOOI		Mammoth		MEEPO	
MIULEE		Momcozy		NIIMBOT		ODODOS		Petkit		Penstar	
POP MART		PPMIC		Roborock		RIGOL		RownFusny		Shokz	
SMOKPUB		Sojos		Satellai		Sunzel		Tineco		TAILI	
Timekettle		UGREEN		Valerion		VITURE		VIVAIA		XPPen	
				YARBO		3i					

*排序不分先后

产品创新出海品牌 呈现“高质量发展”特征

自主创新实力强

> **88%** 首发原创产品占比 ~ **32%** 首发品类占比

涵盖AI技术、智能硬件和新一代信息技术等前沿领域

产品科技含量高

> **75%** 智能家居、消费电子、专业器材等高科技含量产品占比

行业认可度高

> **4.3分** 亚马逊用户评价 (Customer Review) 平均评分 > **60%** 获产品类国际大奖

全球布局加速度

94% 计划将创新产品逐步推广到全球更多站点

解锁出海产品 创新密码



三大维度 捕捉“未被满足”的真实需求

解决现有产品的不足
从用户反馈中挖掘消费痛点



全球首创“告别换水”扫地洗地机器人，终结传统洗地机换水难题，解放用户双手：免加水、免倒水、免接上下水。上线亚马逊3个月销售额即破百万美元。

提升使用体验
从生活和应用场景中深度观察

HOVERAir

将无人机定义为“飞行的相机”，创新研发口袋大小、一键起飞的智能产品，用户无需专业技能即可随时捕捉生活精彩瞬间。产品上线亚马逊不到两年，年销售额增长超300%。

满足个性化诉求
从调研和数据中捕捉新趋势

LOfree

洞察女性消费潮流，以“柔美机械键盘”为创新点，将个性化审美需求转化为生活方式单品。2025年上半年，亚马逊上累计销量突破30,000台。

创意落地， 打造“用户可感知”的价值

创新定位

以用户价值为导向, 平衡用户需求、技术可行性和商业价值



将创新构思转化为技术突破, 全球首创四驱全向轮发明专利, 以及割草集草倒草一体化智能割草机器人, 开辟智能庭院护理新赛道。截至2025 Q1, 旗下系列包揽亚马逊德、法、美站点割草机器人类目Best Seller榜单榜首。

RownFusny

基于亚马逊用户差评, 通过“场景-预算-使用频次”三维分析, 将商用耳机的创新功能与用户需求精准匹配, 通过细分创新产品实现混合办公全场景覆盖, 带动海外业务占比在一年内从0快速提升至30%。

用户共创

建立需求洞察与创新设计的闭环

LOOI

组建科技爱好者、家庭用户和内容创作者的多元化测试小组, 将用户共创贯穿AI陪伴机器人全周期研发。创新产品在CES 2025上被评为七大最酷产品之一。

敏捷测品，激活创新效能

82% 中国卖家在推出全新产品时，会优先选择亚马逊进行首发

小批量测试 降低试错成本

ZIBUYU
子不语集团

通过“智能选品+快速设计+小批量验证”的模式，将产品开发缩至7天，采用小批量库存测试市场反应，快速验证并调整设计，有效降低创新试错成本，并提高新品成功率。

快速改进

建立数据追踪和反馈处理机制
设定清晰的改进周期和目标

CREALITY

基于AI分析产品评价和200+真实使用场景数据，快速重构软件，优化校准功能和改进性能，并建立24小时售后响应机制。采用“小规模测试-快速迭代-持续优化”策略，实现低成本敏捷迭代。新品上线亚马逊首月即登顶Best Seller No.1。

优化出单

提高新品的visibility和转化

momcozy

针对AI婴儿监护器新品冷启动，构建三层转化链路：专家和KOL真实测评建立信任背书、产品详情页突出AI监护价值、配备1对1育儿顾问在线咨询。新品上线亚马逊三个月，获得4.7星用户评价和超90%好评率。

突破单品， 布局 创新增长矩阵

96% 入榜品牌计划在未来12个月
上新更多产品

78% 入榜品牌的创新产品已推广到
2个以上的亚马逊站点

跨站点复制和应用

BougeRV

从美国站锁定核心创新卖点，通过“验证-复制-本地化”策略，基于目标站点的消费场景、习惯和认证要求等进行本土化改造，将成功的产品详情结构和营销框架快速部署到欧洲、澳洲等站点。

产品线延展

VALERION

以激光家庭影院产品为核心，开发影音室、客厅和户外等场景化系列及配套用品，将单一产品优势转化为全方位品牌创新实力。上线亚马逊两个月，月销突破百万美金，快速切入北美与欧洲中高端市场。

NIIMBOT 精臣

以智能标签打印机为创新起点，构建“方案+服务+数据”系统，针对工业、医疗、园艺等场景开发定制解决方案，实现从初始的单一标签向多元化智能应用矩阵升级。在亚马逊企业购的业务年营收增速超45%。

持续升级， 构建 创新竞争力体系

81% 中国卖家计划在未来12个月，
将年营业收入的10%以上投入创新研发

供应链协同



构建高性能防护装备 “材料创新+智能制造”的垂直整合供应链体系，通过供应商战略联盟、智能协同平台和全程追溯技术，实现从快速响应需求到持续创新的系统化能力建设。

持续研发投入



在LED照明方面，设立智能照明专业光学算法实验室，通过系统化研发投入突破传统技术局限，建立“技术-产品-用户”的反馈闭环，持续推动智能照明向场景化、个性化方向创新。

创新保护和管理



20年数位板/屏技术领域深耕，以芯片数字笔、色彩管理等核心技术突破日韩品牌主导的数位板市场，并围绕核心技术形成专利保护，建立规范的知识产权管理体系，确立自主创新的产品竞争力优势。

AI赋能， 引爆产品创新加速度

> 60% 入榜品牌将运用亚马逊AI工具，实现消费洞察、选品分析、及帮助新品上市后的优化改进

45% 中国卖家使用生成式AI，主要目的是进行产品和服务创新

赋能消费洞察

从海量数据中快速、准确地挖掘用户需求和消费趋势

驱动创意开发

扩展创意边界，加速原型设计，显著缩短产品开发周期

辅助业务决策

分析消费规模与增长趋势、竞争格局和价格策略等

支持供应链协同

智能库存管理、需求预测和物流配送等环节进行全链路优化

UGREEN

将AI深度应用于产品研发、设计、营销及服务全流程。通过分析用户数据指导产品开发，利用生成式AI提升设计效率50%，优化广告投放使ROAS提升25%，并持续改进用户体验。



系统优化AI翻译耳机新品的A+页面，突出核心技术优势和场景应用，基于AI驱动的产品创新促进目标用户精准触达，使新品详情页转化率提升40%，品牌搜索量增长200%。

PPMiC

卡拉OK产品运用生成式AI分析10万条声学关键词，快速验证新需求，自研AI音高修正引擎优化音质，AI分析差评锁定创新方向。通过AI赋能，创新产品满意度提升200%，新品上线首月即登顶亚马逊新品榜第一。

卖家说 创新向未来

“

在“中国智造”走向全球浪潮中，安克以极致创新激发可能，持续不断超越用户最本质需求。我们认为，未来十年会是硬件领域最黄金的十年，企业想在细分品类做出高创新度的产品，需要非常强的赋能层，吸引更多的创造者。

”

—— 安克创新创始人&CEO 阳萌

“

技术驱动创新可分为原创式创新、跟随式创新、成本下降创新与微创新。韶音致力于在硬科技领域做技术创新（基础研究突破驱动）和原创式科技创新，基于对数学、科学、技术、工程学和系统工程的深度认知，致力于用科技创新推动世界进步。这不仅是我们自身发展的战略方向，更代表着未来中国科技企业走向全球、赢得尊重的必由之路。

”

—— 深圳韶音科技有限公司CEO 陈焯

“

很庆幸我们是在影像这个开放世界的市场去竞争——就像游戏行业，每个游戏都有独立的世界观和规则，不是只能拼资源和效率，「创造」的优先级会更高。与传统影像不同，智能影像想办法创造出新市场和新需求，靠给客户带来前所未有的体验跟愉悦来赚钱。我们要保持非常高频次不断抓到用户新的需求，通过软硬协同和AI层面的创新去满足需求，给自己不断创造产品领先的窗口期。

”

—— Insta360创始人 刘靖康

“

我认为世界正在期待下一个现象级的中国品牌崛起，而我们正是为此而来。Beatbot以比行业均价高5倍的定价，验证了用户对技术溢价的高度认可，这形成了我们不可复制的品牌资产。我们不做“性价比”，我们靠“品牌力”出海。

”

—— Beatbot 首席产品体验官 Maelle Lhoste

“

在跨境电商的星辰大海中，「美」是跨越文化壁垒的全球语言，「品牌」是穿透国界的信任方舟。当中国供应链效能碰撞全球审美趋势，二者构成的双引擎正推动行业创新，撬动着跨境出海的生意增长。

”

—— 子不语集团CEO Jason陈才雄

“

Timekettle的创新，不只是让翻译更快更准，而是重构跨语言交流的体验。我们聚焦“快、准、稳、自然”四大核心维度，结合AI技术与真实使用场景，不断打磨自研的Babel OS系统，力求让每一次对话都像母语交流一样自然顺畅。

”

—— Timekettle CEO Leal

亚马逊全链路创新赋能方案

助力中国卖家 可持续发展



全方位
创新资源



全周期
创新支持



全场景
运营方案



全球化
选品布局



全领域
本地服务

亚马逊全球开店
amazon global selling
共创全球品牌新格局

DAY ONE

