


《跨境周刊》

主题：跨境年终大盘点 - 特别周刊

封面图




过去“一年”这些事物高频出镜

2021年最后几天了，我将600条“跨境每日说”共计3w余字汇总起来，做了一个词频统计。 

记录时间不长，但不妨当作样本用来窥视“一年”的跨境事物。那么，过去一年，都有哪些事物高频出镜呢？

抽取词频靠前 150 的“关键词”，制作成词云图如下：

 top-150-words

我们可以看到2021年跨境电商：


主角是亚马逊、Shopee、eBay、Shopify等这些大平台，第二梯队的是TikTok、沃尔玛、速卖通、lazada、Wish、Esty；

主调是：增长、品牌、融资。

请读者注意，这里只是基于一个很小的自媒体视角做的统计分析，并不能准确反应客观真实。

因为样本数量有限，一些庞然大物可能并未列入统计中——但无论如何，在列的各位，通过“成功的搞事情”，却是真真实实的而脱颖而出了（否则一个微小视角也捕捉不到它们）！

进一步聚焦2021年跨境电商高频事物：

 top-60-words

除了一些大型平台，我们还可以看到，直播、社交（电商）、疫情是紧密交织在（跨境）电商中的话题。这些何不是 2021年的特别主题呢？

2021年 更底层的逻辑

尽管2021年4月-5月，亚马逊的“封号”事件着实撒泼了一把，但这或许只是一些“强”逻辑运行下的表象。我们从更大的“框架”来回顾一下 2021 年。

我们看到黑天鹅还在头顶上空盘旋，我们看到了大国博弈，还看到机遇之箭的方向。

疫情

全世界还笼罩在这只巨大的黑天鹅的翅膀下，由此而下，已然产生了一系列连锁反应。

RECP 正式生效在即

尽管RECP的签署是在 2020年11月，但 2021 是正式执行前紧密筹备的一年，2022年1月1日正式生效，这将意味着一个新20年经济周期的开始。

格拉斯哥气候峰会

2021年11月2日，格拉斯哥气候峰会上，二十国集团国家（G20）及全球领导人作出减少碳排放的承诺并签署历史性的协议。

中国力争2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和。中国承诺实现从碳达峰到碳中和的时间，远远短于发达国家所用的时间，需要中方付出艰苦努力。中国支持有条件的地方和重点行业、重点企业率先达峰。

全球航运涨价

疫情打断了供应链的连续性，给本身为供应链而生的航运，埋下了巨大变数。

全球统一最低企业税

10月21日G20峰会，136国就全球15%最低企业税达成协议，预计2023年开始实施。最低税率可为全球带来约1500亿美元的额外税收，并让全球大约100间规模最大及利润最高的跨国企业，将超过1250亿美元利润，重新分配到世界各地。

用系统化视角看待这些巨大的结构性变动。这些顶层“设计”，与我们普罗大众看似无关，但经过层层渗透，假以时日，将最后影响到我们每一个人。

本周动态 (week53)

1. 后疫情时代，各国经济的恢复将成为中国出口增长的可持续动能之一。
2. 专家：全球物流供应网络有望在2022年下半年恢复。
3. 美国将投资170亿扩建港口，为缓解港口拥堵。
4. 2022年电商世界预测，亚马逊仍将占据主导地位。
5. 菲律宾Shopee11月销售额首次攀至东南亚五国之首。
6. 2021年底，亚马逊广告的CPC达到1.33美元。比年初上涨43%。
7. 2020年ACoS为22%。2021年上升至30%以上。平均转化率相对稳定在12%-13%。2020年的平均销售成本为6-7美元，2021年升至9-10美元。
8. 阿里巴巴制定目标，将Lazada平台的商品交易总额提高到1000亿美元，达到此前的五倍。
9. Cloudflare：2021年TikTok超越谷歌，全球流量Top1，亚马逊位居第6。
10. eMarketer：过去2年美国电商销售额增长了32.4%。未来两年，美国亚马逊仍是其市场最大收益者。
11. 保订单、稳预期，国常会进一步鼓励跨境电商发展。

结束语

「让我们继续携手前行，提前祝大家2022年新年快乐，生意兴隆，万事如意！」

——小明哥 xmg360

(以上一段话是由~随机程序抓取~送给大家的，《跨境周刊》自己也不知道下一盒"巧克力"是什么味道.....我们明年见!)



版权声明：自由转载-非商用-非衍生-保持署名（[创意共享3.0许可证](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/)）