

# GLOBAL NEW DISCOVERY

## Tmall GLOBAL

Tmall GLOBAL –

Ihr Zugang zum  
chinesischen Markt



## INHALTE

- 01 Der Marktführer im Cross-Border-E-Commerce: Tmall Global
- 02 Geschäftsmodell (Cross-Border B2C)
- 03 Zentrale Konsumentengruppen
- 04 Trendkategorien bei Tmall Global
- 05 Partnermarken
- 06 Ausblick 2026

## 01 Tmall Global als Marktführer im Cross-Border-E-Commerce



**Nr. 1**

Marktanteil im chinesischen Import-E-Commerce



**Nr. 1**

Top-of-Mind bei chinesischen Konsumenten (TOMA)



**44.000+ Marken**

Schnelles Onboarding neuer Marken



**7.700+ Kategorien**

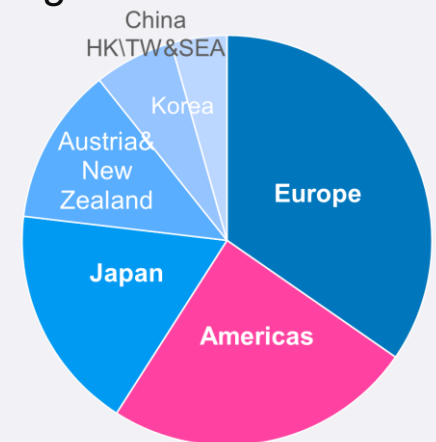
Reine Importplattform mit über 7.700 Kategorien



**110+**

**Ländern und Regionen**

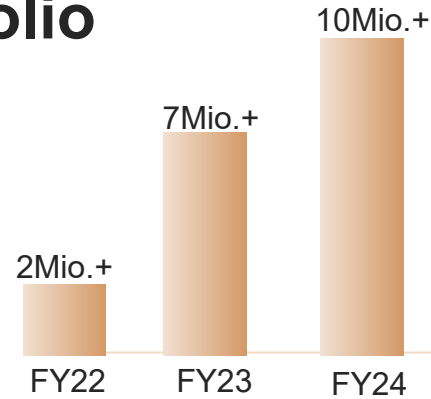
Produkte aus über 110 Ländern und Regionen



## Starke Unterstützung beim Markenaufbau

### Großes Produktportfolio

10 Mio.



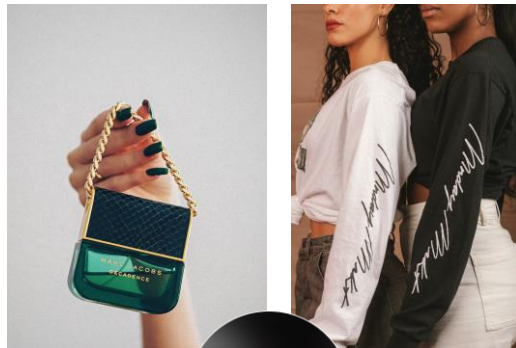
### Marken-Flagship-Stores

50 %



### Neue Marken 2024

8000+





New

GMV>100Mio. CNY 20 Marken

GMV>10Mio. CNY 80 Marken

## 02 Geschäftsmodell: Cross-Border-B2C-Modell

<p><b>Tmall Global</b> hilft internationalen Marken, über den grenzüberschreitenden Handel in den chinesischen Markt einzutreten.</p> <p><b>Tmall</b> unterstützt Marken, die bereits in China etabliert sind.</p>	 <p>Produkte und Marken aus dem Ausland</p>	 <p>Produkte und Marken in China</p>
<b>Rechtseinheit</b>	Außerhalb Chinas	In Festlandchina (Tochtergesellschaft oder Distributor)
<b>Bankkonto</b>	Im Heimatland	In Festlandchina
<b>Zahlung</b>	In USD / Landeswährung	In CNY
<b>Markenregistrierung</b>	Im Heimatland	In Festlandchina
<b>Lagerstandort</b>	Zolllager in China / Auslands-Lager	In Festlandchina
<b>Versand an chinesische Konsumenten</b>	Direkt aus dem Ausland	Aus dem chinesischen Inland

## Vielfältige und flexible Geschäftsmodelle

### Overseas-Fulfillment



INKUBATION

### Marken-Flagship-Store



BESTSELLER

### Direktimport



#### -Schnell, flexibel, effizient

- Mehrere Lager in Europa und Direktversand nach China

#### -Branding, B2C Aufbau einer starken Markenidentität

- Zolllager / Lager in Europa
- Eigenständiger Betrieb / Vertriebspartner / Operativer Partner (TP)

#### -Großes Bestellvolumen

- Zolllager in Festlandchina
- Direkter Großkauf / Kommissionsverkauf

## 03 Zentrale Konsumentengruppen auf Tmall Global

**100Mio.+**

Über 100 Mio. aktive Konsumenten pro Jahr



Über 35 Mio. 88VIP-Mitglieder, ein stark wachsendes Premium-Segment.



Kernzielgruppe: weibliche Premium-Konsumenten, Städte erster und zweiter Rang, 25–39 Jahre, mittlere bis hohe Kaufkraft



Hoher Anteil junger Konsumenten (Gen Z)



## 04 Wichtige Trendkategorien

### Sportausrüstung & Outfits



### Clean Beauty & funktionale Kosmetik



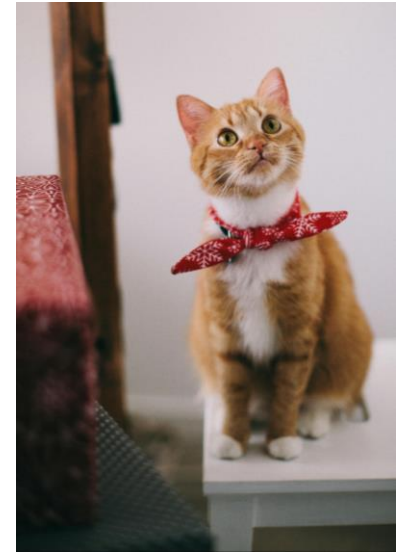
### Nahrungsergänzungsmittel für Gesundheit und Schönheit



### Wellness für Best Ager



### Haustiere als Familienmitglieder





# Partner-Marken

# 05

2024 neu eingestiegen  
 Durchschnittlicher Bestellwert über 500 €  
 Über 2.000 Verkäufe

# PYRENEX



38焕新周 Pyrenex男女同款 Pyrenex女士羽绒外套立领



2024 neu eingestiegen  
Durchschnittlicher Bestellwert über 250 €  
Über 5.000 verkaufte Lampen

# Nordicnest

天猫国际 我的全球新发现

NORDIC NEST

天猫国际

★★★★★ 4.3

客服


进店

NordicNest北欧之巢海外旗舰店

天猫国际

★★★★★ 4.3

天猫年货节



Time:1.4-2.11

入会领取6元无门槛券

官方立减12%起

瑞典直邮 | 正品保障 | 实付满900包邮

颜色分类

多人加购

气球吊灯 炫彩小号

气球吊灯 炫彩大号

加入购物车

领券购买

收藏

长颈鹿灯

搜天猫国际

搜本店

已售 38 | 超200人加购

券后 ¥1783

年货补贴周

1月19日24点 结束

优惠前 ¥2098

进口税 价格已含税

满480减60

官方立减315元

萌盒探宝 轻松领红包, 惊喜周边免费拿!

24:00前付款, 1月21日送货上门, 晚到必赔 | 金华保税仓发货 至 深圳市 宝安区

信用卡支付

颜色分类

多人加购

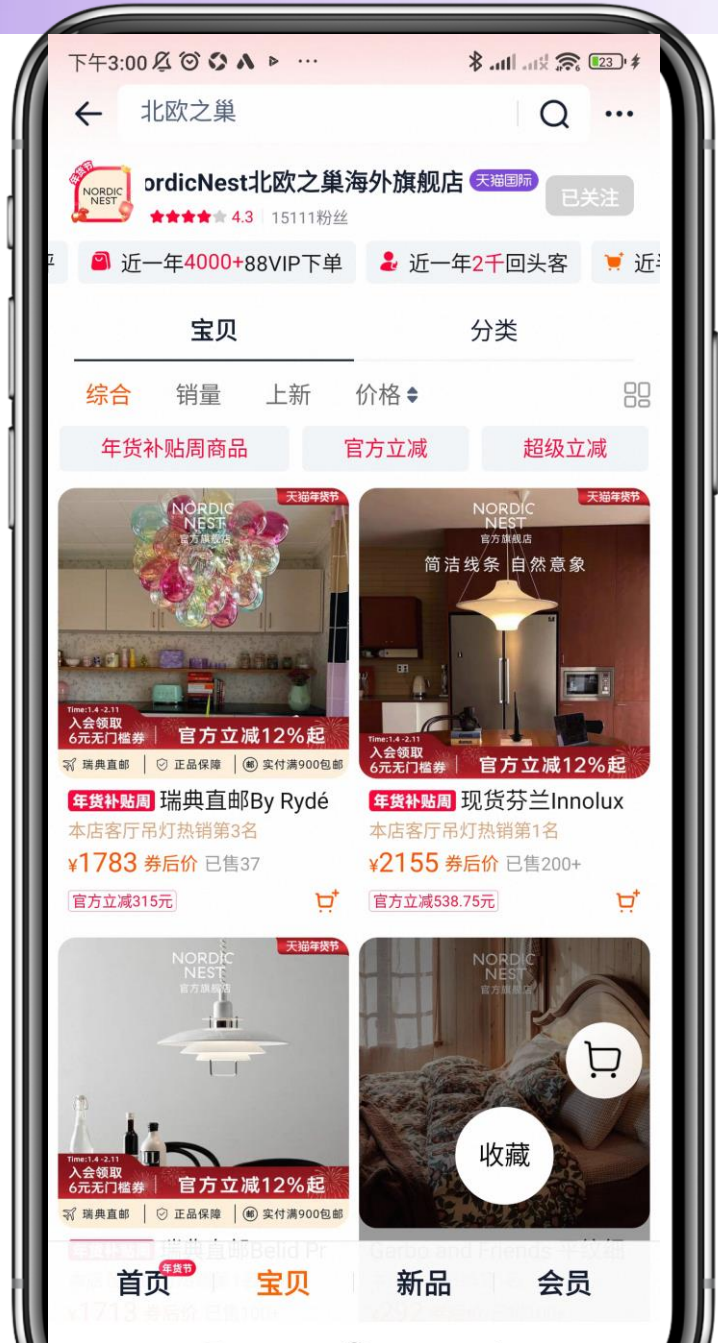
气球吊灯 炫彩小号

气球吊灯 炫彩大号

加入购物车

领券购买

收藏





2023 neu eingestiegen  
Durchschnittlicher Bestellwert über 70 €  
Über 20.000 verkaufte Flaschen

# Tomorrow Labs



生发精华tomorrowlabs科研成分  
¥1030.05 券后价 300+人付款

tomorrowlabs海外旗舰店 进店 >



诺奖灵感头皮精华液tomorrowlabs  
¥600.10 券后价 800+人付款

tomorrowlabs海外旗舰店 进店 >



科研养发生发精华tomorrowlabs  
¥598.02 券后价 300+人付款

tomorrowlabs海外旗舰店 进店 >



蓬松洗发水无硅油tomorrowlabs  
¥321.76 券后价 300+人付款

tomorrowlabs海外旗舰店 进店 >



# 2023 neu eingestiegen

## Durchschnittlicher Bestellwert über 30 €

## Über 275.000 verkaufte Flaschen an Nahrungsergänzungsmitteln

# Nature Love

天猫年货节 天猫国际 活动时间:1月4日0点-2月11日24点

特添99.7%高纯K2  
高效健骨 快乐阳光瓶

维生素D3K2滴剂 50ml



官方8.8折  
每件直降46元

目 录 d3k2维生素D NATURE LOVE

¥222.30 券后价 1000+人付款

天猫国际自营全球超级店 进店 >

天猫年货节 天猫国际 活动时间:1月4日0点-2月11日24点

20大精选活菌株  
焕活肠道护健康

复合益生菌胶囊 180粒



官方8.8折  
每件直降43元

目 录 【自营】NatureLove维护肠胃健

¥250.80 券后价 100+人付款

天猫国际自营全球超级店 进店 >

海外旗舰店 天猫国际

4+1超级镁  
4重整合镁+氧化镁

✓肌肉 ✓骨骼  
✓睡眠 ✓情绪



1粒含 400mcg 镁 限时下单赠同款正装  
次日达 全国部分地区 | 品牌直供正品保障

德国NatureLove镁补充剂甘氨酸镁

¥192.09 券后价 1000+人付款

Naturetech海外旗舰店 进店 >

天猫年货节 天猫国际 活动时间:1月4日0点-2月11日24点

99.9%高纯MSM  
关节·肌肉·肤发甲

MSM维骨片 365片

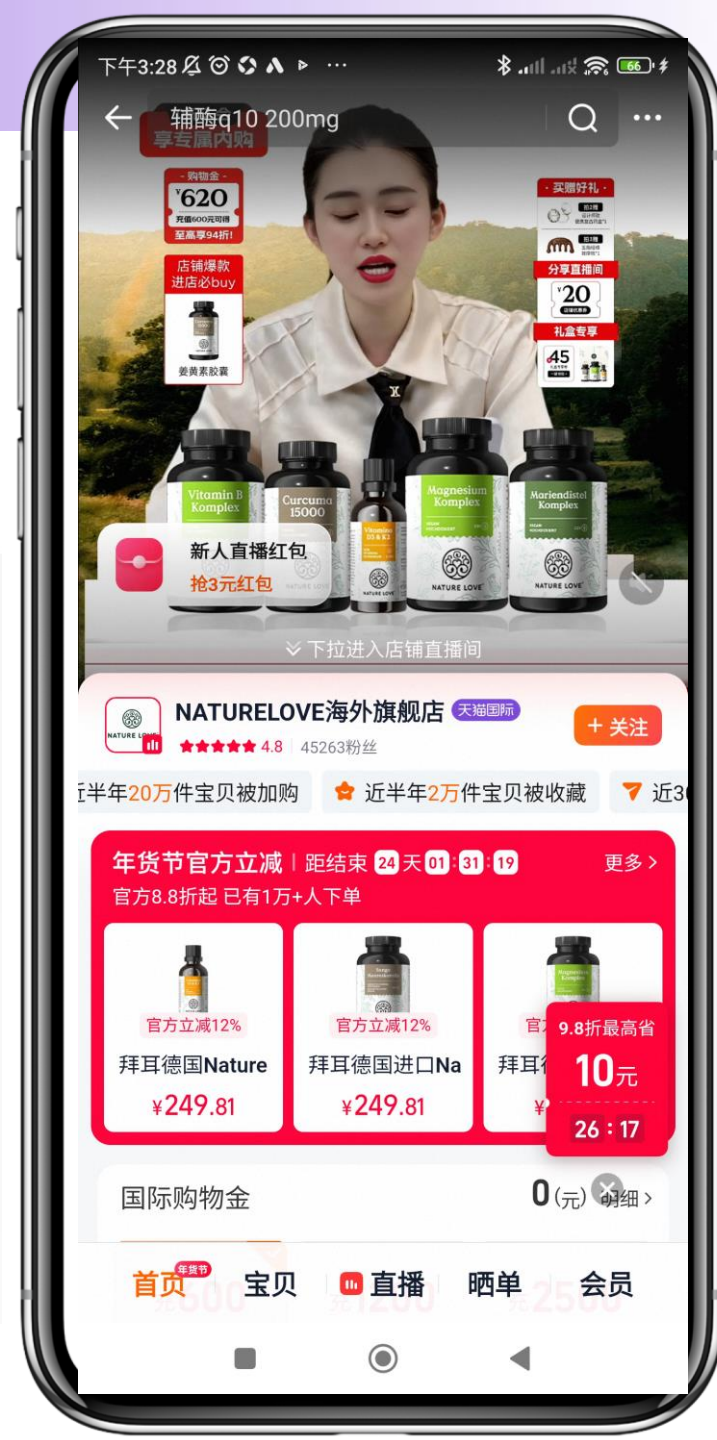


官方8.8折  
每件直降6元

目 录 【自营】NatureLove氨糖骨关节

¥260.30 券后价 100+人付款

天猫国际自营全球超级店 进店 >





Seit 2020  
Durchschnittlicher Bestellwert über 150 €  
Über 100.000 verkaufte Taschen

# COACH

COACH | 年货节

¥270  
入会领券

直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥200  
立减券  
¥60  
直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥1790起 官方立减 入会享礼

COACH/蔻驰官方 奥莱款女士老花  
¥1790.00 券后价 500+人收货

COACH海外旗舰店 进店>

COACH | 年货节

¥270  
入会领券

直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥200  
立减券  
¥60  
直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥2490起 官方立减 入会享礼

COACH/蔻驰官方 奥莱款Laurel中号女  
¥2490.00 券后价 500+人收货

COACH海外旗舰店 进店>

COACH | 年货节

¥270  
入会领券

直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥200  
立减券  
¥60  
直播下单  
抽大红包

会员预估到手价  
1.4-2.11  
¥2290起 官方立减 入会享礼

COACH/蔻驰官方 奥莱款女士  
¥2290.00 券后价 400+人收货

COACH海外旗舰店 进店>








# GLOBAL NEW DISCOVERY

## TMAIL GLOBAL

PERSPECTIVE 2026

06

- Segmentierte Kundenbedürfnisse analysieren, um gezielt Wachstumschancen zu identifizieren  
(Gesichtspflege, Make-up & Parfum)

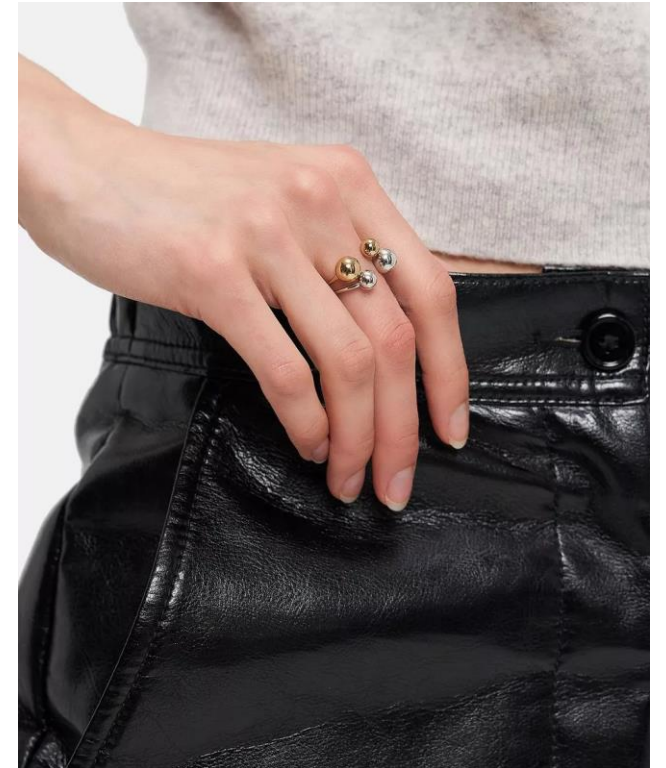
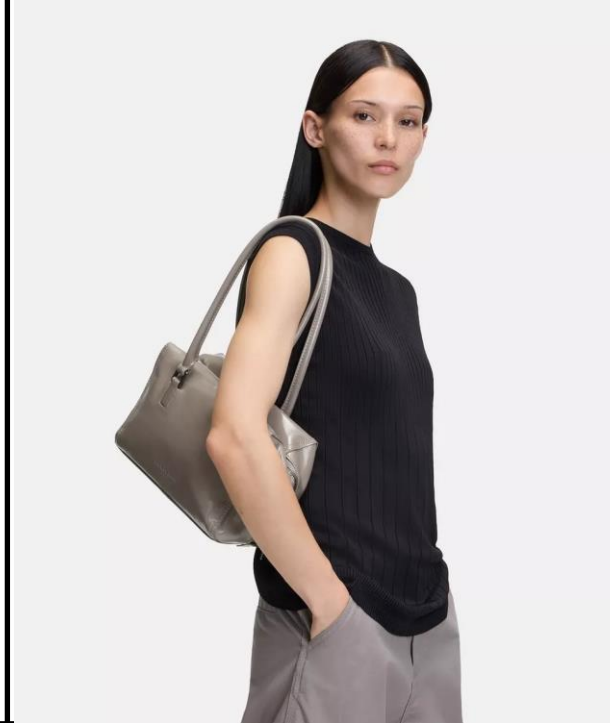
Neuester Trend	Richtung	Anti-Aging	Aufhellung von Haut und Zähnen	Regenerierende Funktionen	Grundreinigung		Sonnenpflege		Foundation		Parfum									
	Hauptkategorie	Gesichtsserum	Lotion / Creme	Maske	Gesichtsreiniger	Make-up-Entferner	Sonnenschutz		Gesichtsbereich	Augen	Parfum	Ätherische Öle								
	Trends & Konzepte	<div>Wirkstoff-Star</div> 			<div>Clean beauty</div> 		<div>Maximaler Schutz</div> 		<div>Hautpflege</div> 		<div>Duft</div> 									
	Schlüsselwort	Wirkstoff				Sicher & effektiv		Unterschiedliche Sonnenschutz-Situationen		Pflegendes Make-up		Einzigtartiger Duft								
		Retinol		Thiamidol (Prototyp VC)		Ectoin		Natürliche Inhaltsstoffe, umweltfreundliche und minimalistische Verpackungsmaterialien		Sonnenschutz vor dem Make-up Sonnenschutz für empfindliche Haut Sonnenschutz-Foundation-Cushion nach dem Make-up Blaulichtschutz für Innenräume UV-Schutz für den Außenbereich		Hautpflegend + Inhaltsstoffe Make-up-Effekt: mattes, feuchtigkeitsspendendes und natürliches Make-up		Duft der Herkunft entdecken						
		Mikrobiom-Pflege																		
	Coenzym / NMN / Traubenkern																			
Repräsentative Marke	<div>Murad</div> <div>BIOSSANCE.</div> <div>OBAGI</div> <div>Eucerin</div> <div>SKINCEUTICALS</div> <div>CELLEX-C</div>				<div>Aēsop</div> <div>FARMACY</div> <div>REN</div> <div>DRINK BEAUTY</div>				<div>VICHY</div> <div>ISDIN 怡思丁</div> <div>LA ROCHE-POSAY</div> <div>理肤泉</div> <div>MISTINE</div>				<div>SUQQU</div> <div>Kanebo</div> <div>ZELENS</div>				<div>MEMO PARIS</div> <div>SERGE LUTENS</div> <div>Jo LOVES</div>			
Hightech-Hautpflege				Sicherheit				Detailansprüche				Individualität								

- Neue Marken durch internationales Fulfillment gezielt unterstützen

## HOME—Nordicnest



## FASHION—Liebeskind Berlin





## ■ Weiterentwicklung des Live-Streamings

### 01 Self-operated Livestreaming



Offizieller Anbieter für Livestreaming-Services

### 02 TMG Live Streaming



Offizieller Livestreaming-Kanal mit über 4,7 Millionen Followern

### 03 KOL/KOC-Matrix



Ein lokales Taobao-Livestreaming-Netzwerk

### 04 Spezialthema: Rückverfolgbarkeit

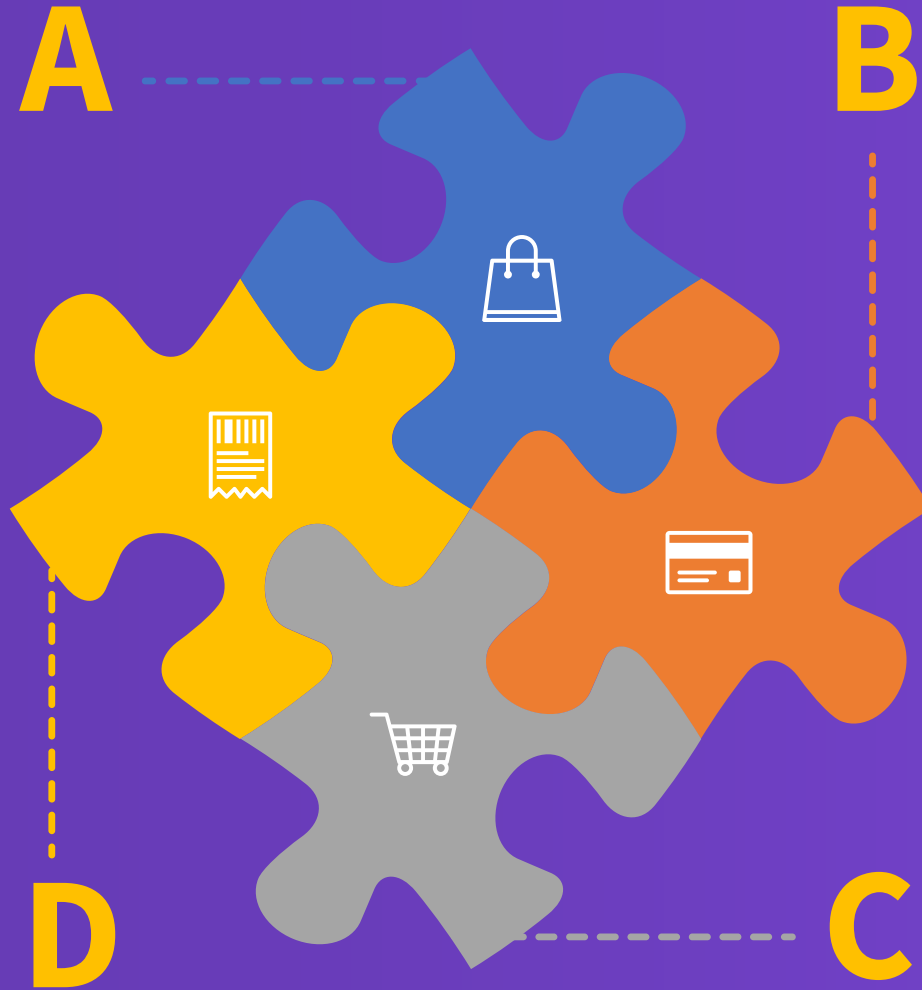


Weleda-Themenkampagne

Taobao Live bietet interaktives Livestreaming rund um die Uhr, bei dem KOLs und Händler ihre Produkte direkt an ein breites Publikum vermarkten. Zwischen dem 1. April und dem 8. Mai ist die Zahl der Nutzer von Taobao Live im Jahresvergleich um über 70 % gestiegen, und die Anzahl der Nutzer, die durch Livestreams in die Shops geleitet wurden, hat sich im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt.

# Einstieg in den chinesischen E-Commerce

Zusammenfügen der Puzzleteile



## Innovation & Lokalisierung

Anpassung von Produktgeschmack, -Größe und Verpackung

## Ein starker chinesischer Partner

Zuverlässiger Distributor oder professioneller E-Commerce-Dienstleister

## Ihr USP

Den Mehrwert klar über die Preispositionierung kommunizieren

Verständnis für die chinesische Konsumkultur

## Marketing

KOLs, Livestreaming und Social Media

# Zeitplan zur Eröffnung eines Stores auf Tmall Global

## Start auf Tmall Global – Ablauf der Store-Eröffnung





# GLOBAL NEW DISCOVERY

## Tmall GLOBAL

Xi SHEN

Senior BD, Alibaba Tmall Global  
[qian.shen@taobao.com](mailto:qian.shen@taobao.com)

Vielen Dank!

