

2026 中国跨境电商行业 薪酬与人才趋势研究报告

CHINA CROSS-BORDER E-COMMERCE
SALARY & TALENT OUTLOOK 2026

公开招聘样本观察 | 薪酬结构 | 人才趋势

2026
Research Report

2026 中国跨境电商行业薪酬与人才趋势研究报告

2026 年 10 月公开招聘报价观察（首刊）

发布机构：优必猎（UB HUNTER） | 数据截止：2026 年 10 月 18 日

报告目录

CONTENTS / 2026

01 核心发现



02 行业与人才市场背景



03 薪酬全景



04 重点城市薪酬差异



05 核心岗位薪酬研究



06 薪酬溢价与人才稀缺性



07 企业薪酬策略及招聘难点



08 2026—2027 年趋势观察



09 结论与企业建议



附录 方法、样本与资料来源



501 有效样本 条公开招聘广告	8 岗位类别 覆盖主要岗位方向	6 重点城市 覆盖城市样本
28 岗位详情复核 条详情页人工复核		

数据说明 本报告所有岗位薪酬数字，除特别注明外，均来自 2026 年 10 月 18 日采集的公开招聘广告，是招聘方的**报价**，不是实际录用薪酬，也不是在岗员工的实际收入。广告未写提成，不等于没有提成；月薪区间也未必是全部固定工资。年度数字按"月薪×薪月数"折算，广告未写明薪月数的按 12 个月计算——这只是统一口径的算法，不代表企业承诺。样本量规则：达到 30 条的岗位组给出中位数和"中间一半"（排序后约四分之一到四分之三位置的广告区间）；10—29 条只列最小到最大范围；不足 10 条只说明条数。

01 /

核心发现

本报告基于 501 条有效样本（8 个岗位类别、6 个重点城市）、28 条岗位详情页人工复核、11 家上市跨境电商企业年报，以及官方统计。以下四条是样本支持最充分的观察。

一、平台运营岗的报价按城市拉开梯队，且整体排序与执行岗排序不同。

平台运营岗（以亚马逊运营为主）报价中位数：深圳 2.30 万/月，高于上海（1.85 万）、杭州（1.75 万）、广州（1.50 万）和宁波（1.25 万）（各组 37—43 条）。但只看执行岗（各城 18—23 条，条数未达 30，仅供参考），顺序反过来：上海 1.50 万最高，深圳 1.28 万、杭州 1.25 万居中，广州 0.90 万最低。换句话说，深圳的领先主要来自经理及以上岗位的报价，执行岗在深圳并不最贵。

二、跨境业务总经理岗的市场报价集中在年化 70—90 万元，近半数广告折算超过 100 万元。

综合管理类 34 条广告（全部来自深圳）的月薪中位数为 7.0 万元，年化中位数约 90 万元；44% 折算后达到或超过 100 万元，最高可见月薪 21—24 万元、写明 14 薪。需要提醒：样本集中在少数雇主——发布最多的三家合计占 38%；每家雇主只保留报价最高的一条后，月薪中位数升至 8.0 万元。岗位详情显示，最高报价带普遍要求"10 亿以上规模的全平台操盘经验"（28 条详情页中有 3 条写明此类条件，全部对应最高报价）。

三、同城经理岗上，品牌营销与平台运营报价基本持平；真正的差距在薪酬结构——品牌方更常写明 13 薪以上。

深圳经理岗：海外品牌与产品类中位数 3.0 万/月（33 条），平台运营经理岗中点同为约 3.0 万（14 条，条数较少仅作参考）。但写明 13 薪以上的广告占比，海外品牌与产品类为 64%，独立站类为 50%，平台运营类仅 25%。比较年度总包时，品牌与营销岗位比月薪数字显示的更高；只看月薪会低估品牌方约两成的年度报价。

四、提成信息集中在骨干岗的广告里，管理岗几乎不写；没有一条广告完整写清提成或奖金的计提规则。

28 条岗位详情页逐条人工复核：写明提成的 3 条全部是骨干岗（骨干岗 8 条中占 3 条），经理岗与负责人岗 14+3 条中无一写明；39% 的广告完全未提薪酬构成（底薪、薪月、奖金均未写）。写明提成的 3 条也未披露基数与比例。候选人因此无法在投递前比较年度总包，少数雇主反其道行之，把“底薪+绩效+提成+奖金+年终奖”完整写进广告，作为吸引投递的手段。

对企业负责人的三点参考

（详细依据见第四、五、七章）：

1. 搭建执行班底，上海报价最高，广州、宁波、义乌弹性更大；招聘经理级运营岗，深圳样本报价最高。
2. 与品牌方争夺营销人才时，应按年度总包而非月薪比较——对方常以 13—16 薪报价。
3. 在广告中写清薪酬构成，目前只有极少数企业这样做，是成本极低的差异化动作（对到面率的实际效果，建议用本企业招聘数据检验）。

02 /

行业与人才市场背景

产业规模。据海关总署，2025 年我国跨境电商进出口 2.75 万亿元，较 2020 年增长 69.7% [1]。政策层面，2025 年 4 月国务院批复新设 15 个城市（地区）及海南全岛跨境电子商务综合试验区，综试区总数达 178 个 [2]；2025 年 7 月，“跨境电商运营管理者”列入人力资源和社会保障部第七批新职业 [3]，该岗位首次进入国家职业分类。

经营模式。中金公司研究部的跟踪研究认为，2025—2026 年跨境电商平台加速从全托管转向半托管与本地化履约，头部卖家转向精品化、品牌化与多平台布局 [13][14]（机构观点，摘要级引用，供背景参考）。与这一方向一致，本报告岗位详情样本中，品类规划、多平台经验、从 0 到 1 搭建团队等要求高频出现（28 条中分别为 3、3、9 条）。

企业人力投入的两种方向。上市公司 2025 年年报显示，扩张与收缩同时发生：傲基股份雇员由 2,040 人增至 3,051 人（+49.6%），赛维时代员工由 3,285 人减至 2,706 人（-17.6%）、同年归母净利润增长 32.2% [16]。人均员工成本从安克创新的 59.6 万元到吉宏股份的 14.3 万元不等（图 7）。该指标是公司整体口径（含社保等公司支出，分母为期末人数），不等于任何岗位的工资；扩张中的公司会被期末人数摊低，收缩中的公司反之，A 股与港股口径也不完全相同。本报告仅把它用作企业类型的背景坐标。

“人才缺口”数字的使用方式。商务部中国国际电子商务中心报告称，我国电子商务从业人数超 7,000 万，直播、农村、跨境等电商业态合计人才缺口约 1,500 万 [11]；浙江工商大学《中国跨境电商人才培养白皮书（2025）》（高校研究）测算跨境电商专项缺口为 400 万人 [12]。两个数字统计对象不同（多业态合计 vs 跨境专项），不宜直接对比。企业制定招聘计划时，建议以自身岗位的简历量、通过率与到岗周期为准，不宜直接引用行业总量数字。

3.1 样本与岗位分类

本报告把岗位分为 8 个类别：综合管理、平台运营（以亚马逊运营为主）、TikTok 运营、独立站与增长、海外品牌与产品、供应链与物流、数据与商业分析、海外业务；按岗位名称把职级归为执行岗、骨干岗、经理岗、负责人岗四档（按名称关键词归类，未逐一核实实际职责）。

501 条有效样本的构成：平台运营 222／TikTok 运营 120／海外品牌与产品 59／独立站与增长 40／综合管理 34／供应链与物流 12／数据与商业分析 11／海外业务 3。城市构成：深圳 219／广州 100／杭州 80／上海 38／宁波 40／义乌 24。样本来自国内头部招聘平台的公开页面（单一渠道），猎头发布占比高，偏向中高端岗位与规模企业，执行岗与小微卖家可能收录不足（详见附录 A）。

FIGURE 1
图1 样本覆盖：8个岗位类别×6个城市（条数）

平台运营	43	37	40	38	40	24
TikTok运营	40	40	40	—	—	—
独立站与增长	40	—	—	—	—	—
海外品牌与产品	36	23	—	—	—	—
综合管理	34	—	—	—	—	—
数据与商业分析	11	—	—	—	—	—
供应链与物流	12	—	—	—	—	—
海外业务	3	—	—	—	—	—
	深圳	广州	杭州	上海	宁波	义乌

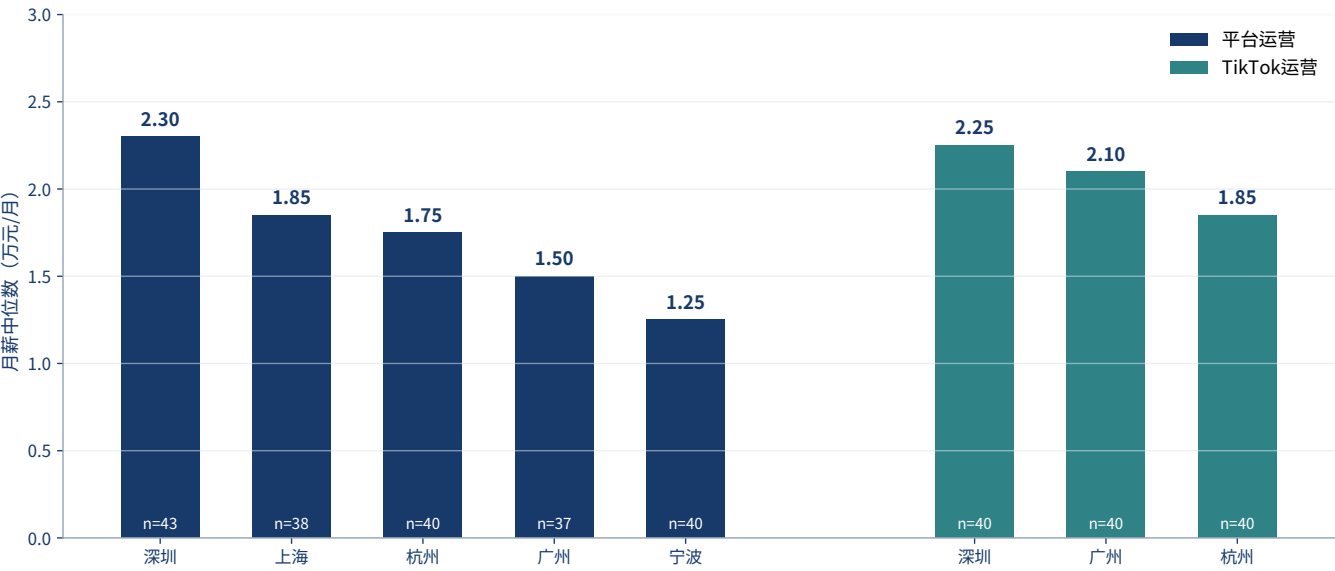
来源：优必猎研究整理 | 2026年10月国内头部招聘平台公开广告（501条） | 数字为广告报价，非实际录用薪酬 | 条数多的格子只说明本次收录多，不代表招聘需求或人才储备更多

图1 样本覆盖

3.2 岗位类别×城市报价

FIGURE 02

图2 同类岗位的城市报价中位数（均达到30条展示门槛）



来源：优必猎研究整理 | 2026年10月国内头部招聘平台公开广告（501条） | 数字为广告报价，非实际录用薪酬 | 各组岗位构成、经验与雇主类型未对齐，差额不能直接当作城市本身的差距

图2 城市报价中位数

达到 30 条展示门槛的岗位组（月薪，万元/月；年化为折算值，万元）：

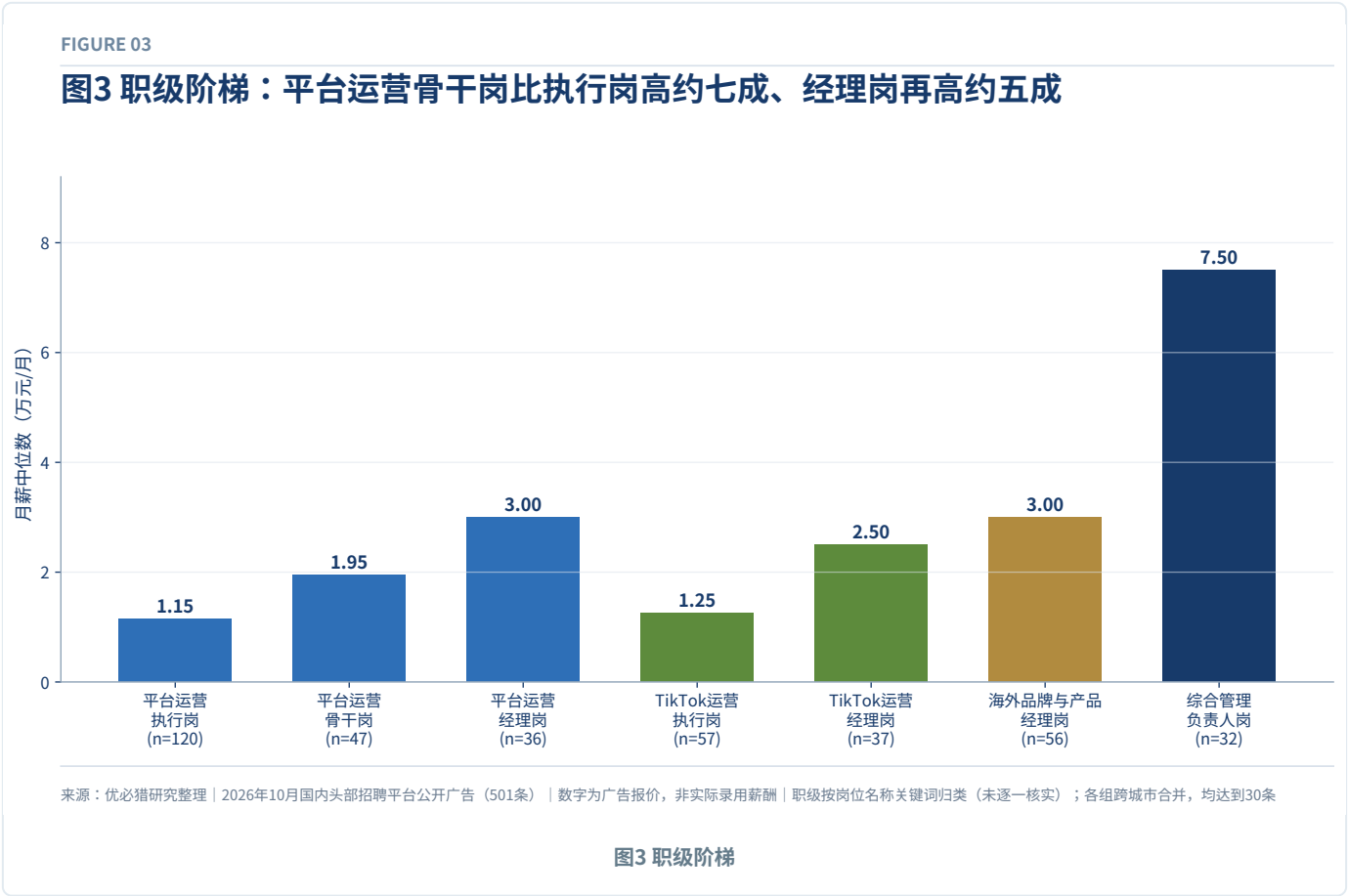
DATA TABLE

岗位类别	城市	偏低	中位数	偏高	年化中位数	条数
平台运营	深圳	1.60	2.30	3.32	30.0	43
平台运营	广州	0.90	1.50	1.85	18.0	37
平台运营	杭州	1.25	1.75	2.52	21.9	40
平台运营	上海	1.42	1.85	2.50	24.0	38
平台运营	宁波	1.04	1.25	2.50	15.6	40
TikTok运营	深圳	1.38	2.25	3.29	28.1	40
TikTok运营	广州	1.25	2.10	2.56	26.4	40
TikTok运营	杭州	1.15	1.85	2.50	22.8	40
独立站与增长	深圳	2.01	2.75	4.00	34.8	40
海外品牌与产品	深圳	2.50	3.00	4.00	39.8	36
综合管理	深圳	5.50	7.00	8.88	90.0	34

（"偏低/偏高"为中间一半的上下端。来源：优必猎研究整理 [17]。条数 10—29 的组只列范围：海外品牌·广州 12 条，1.25—6.50 万；平台运营·义乌 24 条，0.60—3.00 万；供应链·深圳 12 条，1.60—7.50 万；数据分析·深圳 11 条，1.55—4.75 万；海外业务 3 条，不作统计。）

两个结构性观察：其一，独立站与增长岗（深圳 2.75 万）高于同城的平台运营岗（2.30 万）约 20%，其岗位要求普遍叠加建站、投放与数据分析，属于复合岗位；其二，TikTok 运营岗的城市差距较小（广州为深圳的 93%），内容与直播类岗位对单一城市产业基础的依赖较弱。

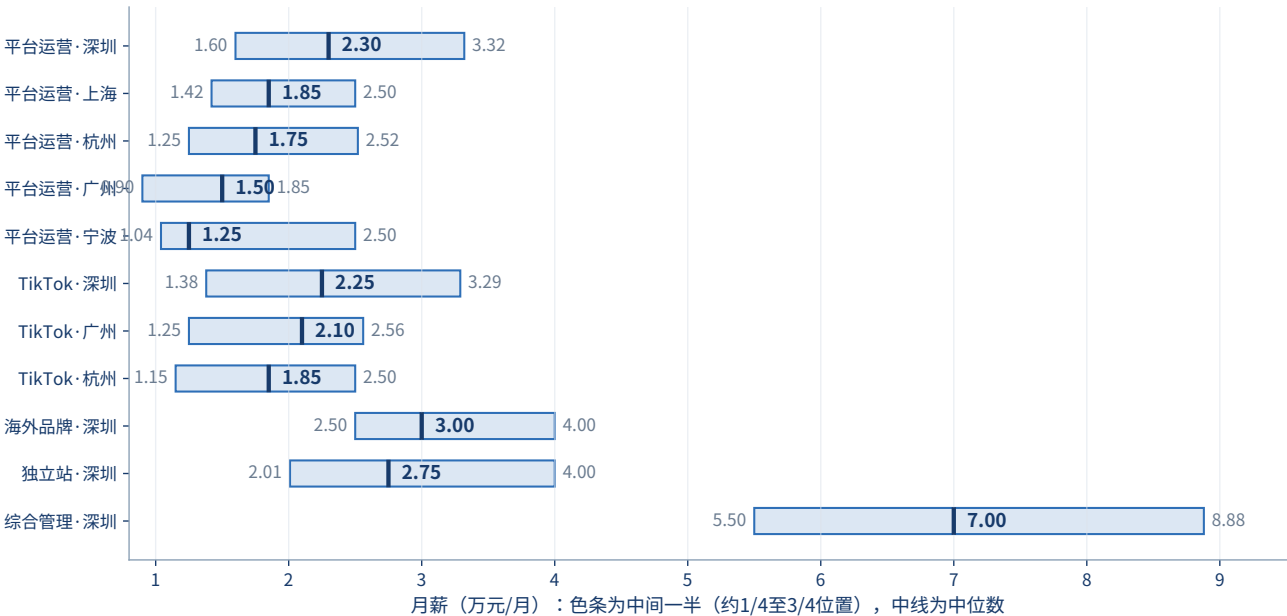
3.3 职级阶梯与报价分布



跨城市合并（各组均达 30 条）：平台运营执行岗 1.15 万（120 条）→骨干岗 1.95 万（47 条）→经理岗 3.00 万（36 条），相邻两档分别高约 70% 与 54%；TikTok 运营执行岗 1.25 万（57 条）→经理岗 2.50 万（37 条）；综合管理负责人岗 7.50 万（32 条）。

FIGURE 04

图4 主要岗位组的报价分布（均达到30条展示门槛）



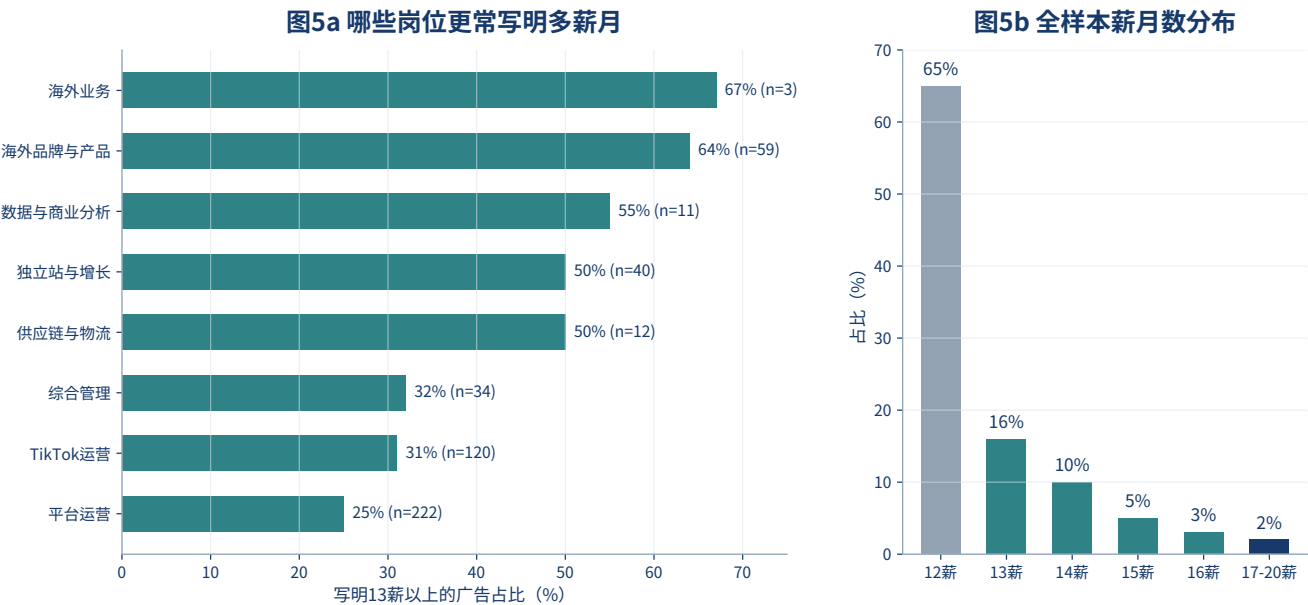
来源：优必猎研究整理 | 2026年10月国内头部招聘平台公开广告（501条） | 数字为广告报价，非实际录用薪酬 | 样本量见图2/图1；中间一半为排序位置，不是企业承诺区间

图4 报价分布

3.4 薪月结构

FIGURE 05

图5 薪月数披露情况



来源：优必猎研究整理 | 2026年10月国内头部招聘平台公开广告（501条） | 数字为广告报价，非实际录用薪酬 | 35%的广告写明薪月数；未写明的按12个月折算，实际待遇可能更高

图5 薪月结构

35% 的广告写明薪月数；写明 13 薪以上的占全部样本的 35%。按岗位类别看写明 13 薪以上的占比：海外品牌与产品 64%、数据与商业分析 55%、供应链与物流 50%、独立站与增长 50%、综合管理 32%、TikTok 运营 31%、平台运营 25%。全样本最高为 20 薪（某 A 股上市公司旗下电商企业的总经理岗）。未写明薪月数的广告按 12 个月折算，这些岗位的实际年度待遇可能更高。

04 /

重点城市薪酬差异

4.1

两个层次的排序

整体层次（各组达 30 条）：平台运营岗中位数为深圳 2.30 万>上海 1.85 万>杭州 1.75 万>广州 1.50 万>宁波 1.25 万；TikTok 运营岗为深圳 2.25 万>广州 2.10 万>杭州 1.85 万。

执行岗层次（各城 18—23 条，未达 30 条，仅供参考）：顺序反转为上海 1.50 万>深圳 1.28 万>杭州 1.25 万>宁波 1.05 万>义乌 1.00 万>广州 0.90 万。

两种排序并存的一种解释是：上海外资与品牌方机构的执行岗底薪定价更高；深圳的高报价集中在经理及以上岗位；广州、宁波、义乌以卖家执行班底为主，底薪较低但更常搭配浮动提成（广州广告中"上不封顶提成"类表述与此相容）。这些是推测，样本不能分离企业类型、品类与渠道结构的影响。

骨干岗与经理岗的跨城比较：多数"城市×职级"格子条数不足（深圳骨干岗仅 7 条、多数格子不足 10 条），按本报告规则不展示数字。深圳骨干岗 7 条的报价范围（2.25—3.50 万）高于广州骨干岗中值（1.70 万，12 条），方向上提示深圳骨干层报价偏高，但条数太少，不足以形成结论，待后续扩样。

4.2

城市产业生态对照

DATA TABLE

城市	2025 年跨境电商规模（口径）	生态特征	本报告观察到的报价特征
深圳	2,845 亿元；卖家 12 万家；上市企业 18 家 [5]	卖家密度全国之最，岗位类别齐备	各类别中位数最高；唯一总经理岗达 30 条的城市
广州	2,100 亿元（市商务局 [10]）；海关监管口径超 2,000 亿元 [9]	品牌与营销机构密集；服装美妆产业带	海外品牌岗样本量最大（清洗后 12 条）；平台运营为深圳的 62%
杭州	进出口 1,691 亿元（+10.6%） [7]	平台总部+内容电商+服务商集聚	平台运营居中；TikTok 内容岗密集
上海	（综合型口岸城市）	外资与品牌方中国区总部	执行岗报价最高（参考）
宁波	出口 488.5 亿元（+3.3%） [8]	工贸一体、海外仓 200+ 个	平台运营为深圳的 52%；执行岗占 57%
义乌	（金华都市区，小商品市场）	小微卖家、工贸档口	92% 为执行岗，范围 0.60—3.00 万

（来源：各城市官方发布 [5][7][8][9][10]；广州两个口径并列。）

选址参考：铺设执行班底，广州、宁波、义乌的底薪成本弹性更大，上海最贵；招聘经理级运营岗，深圳样本报价最高、可选范围也最大，杭州居中。骨干岗与经理岗的跨城比较样本不足，企业应以自身询价为准。

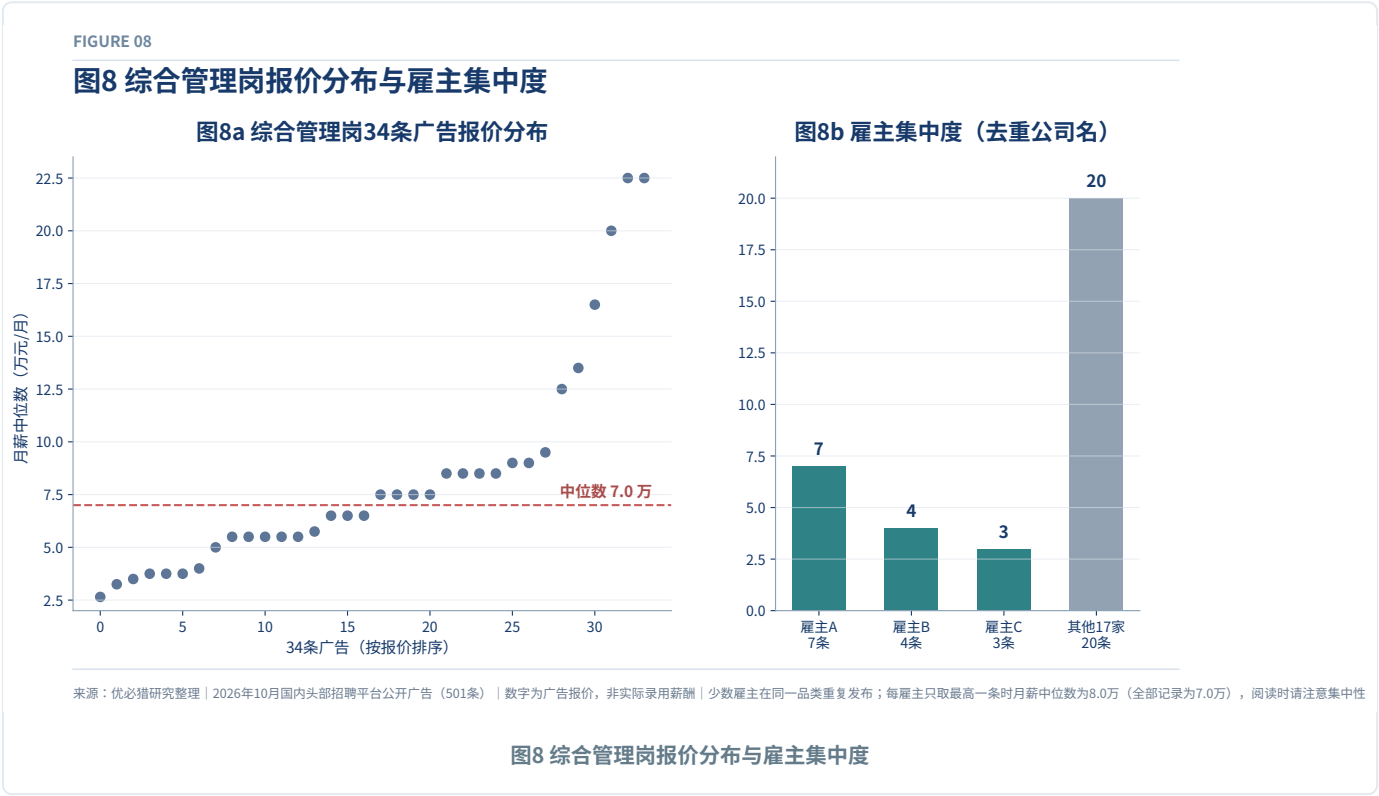
05 /

核心岗位薪酬研究

5.1

跨境业务总经理 / 事业部总经理（综合管理类，深圳，34 条）

报价：月薪中位数 7.0 万元，中间一半为 5.5—8.88 万；年化中位数约 90 万元；全部范围 2.65—22.5 万/月；44% 折算达到或超过 100 万元；32% 写明 13 薪以上，最高 20 薪。



两个阅读注意：其一，样本集中在少数雇主，发布最多的三家合计 13 条（38%），每家雇主只保留报价最高一条后月薪中位数升至 8.0 万元——两个口径都应参考；其二，猎头发布占比高，可能偏高估计。

岗位要求（详情页）：最高报价带普遍写明"10 亿以上规模的全平台操盘经验"；品类操盘（3C 数码、小家电、家居为主）、从 0 到 1 搭建、本科及以上与 10 年左右经验为常见条件。分层看：中小卖家总经理 3.0—5.0 万/月，规模企业事业部总 5.5—9.0 万/月，上市公司及头部企业 10 万/月以上。

5.2

运营总监（平台运营/TikTok 负责人岗）

深圳平台运营经理岗中位数 3.0 万（36 条，跨城市口径）；总监级样本分布在 2.5—7.5 万/月（如某上市企业跨境运营总监 4.0—7.0 万、写明 20 薪）。详情页显示总监岗普遍要求年度目标拆解、10 人以上团队管理、对 GMV 与利润负责；操盘体量（是否过亿）与报价上限相关联（个案层面）。

5.3 海外营销经理 / 总监（海外品牌与产品类）

深圳中位数 3.0 万/月（36 条，以经理岗为主）；广州清洗后为 12 条、范围 1.25—6.50 万。详情页显示：DTC 品牌要求 Meta/Google 投放体系与全链路数据能力（某 DTC 泳装品牌 5.0—8.0 万）；区域型岗位叠加市场经验（拉美方向要求西班牙语）。64% 写明 13 薪以上，为各类别最高。另有 23 条制造业海外营销岗（整车、机械、新能源等）不属于跨境电商统计口径，单列于参考组（明细留存于研究底稿，可应询提供），供制造业出海企业对照。

5.4 供应链总监 / 负责人（深圳，12 条）

范围 1.60—7.50 万/月（未达 30 条）：经理级（1.5—2.0 万、写明 13 薪）与总监/总经理级（6.0—9.0 万、写明 16 薪）并存，类别内部分化明显。个案层面，致欧科技（301376）2025 年年报披露，其主管供应链的副总经理年度税前报酬 433.92 万元 [16]——这是单个公司单个高管的报酬情况，反映其职责与该公司治理安排，不能据此推断全行业供应链负责人的水平。

5.5 数据与商业分析岗（深圳跨境相关，11 条）

范围 1.55—4.75 万/月（未达 30 条）。外部参照：某外资零售商业分析高级经理 3.0—4.5 万、写明 15 薪及完整福利。详情页显示，该类别高阶要求已从工具操作（SQL、GA4，运营岗亦普遍要求）转向体系搭建（绩效指标体系、经营分析体系、用户画像体系）。样本量小，以上为方向性描述。

薪酬溢价与人才稀缺性

6.1 读这一章前

本章所说的"溢价"，都是**岗位组之间报价中位数的差异**，没有控制城市、经验、企业规模等混杂因素，职级本身也按名称近似归类。这些差异只能说明"与某特征相关联的报价差别"，不能当作该特征的因果性回报。岗位详情中某要求出现的次数，只说明它写进广告的频率，不能证明具备与不具备该能力的人工资相差多少。

6.2 观察到的关联（按样本量排列）

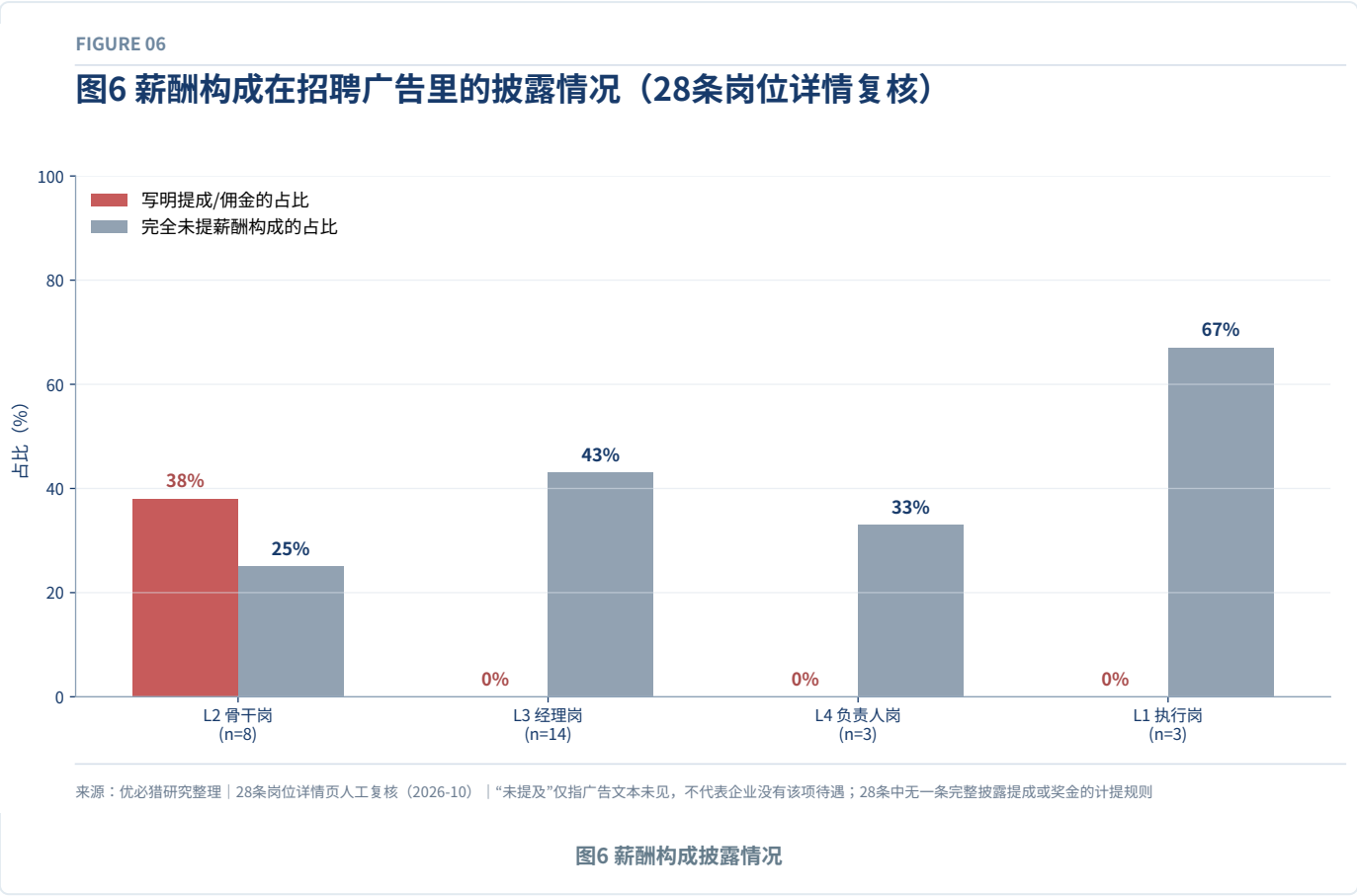
DATA TABLE

特征	观察结果	样本与限制
职级名称（总监/负责人/总经理）	此类标题岗位中值 5.0 万 vs 全样本 2.25 万/月	99 条；职级与岗位类别、城市混杂，差值不能全归为职级
从 0 到 1 搭建（标题写明）	中值 3.0 万 vs 全样本 2.25 万/月	30 条；多为负责人岗，与职级高度重叠
区域市场×小语种组合	西班牙语+拉美方向经理岗 2.8—5.0 万 vs 深圳 TikTok 中位 2.25 万	个案（2 条详情页）；单一区域标签（北美/欧洲）未见差别

特征	观察结果	样本与限制
10 亿+ 大体量操盘	对应综合管理类最高报价带	详情页 3 条，均为头部报价；属于门槛描述而非回报测算
英语	详情页 8/28 写明要求（含执行岗要求四级）	出现频率信息；样本不能识别其独立回报
数据工具（SQL/GA4 等）	详情页 9/28 提及（含执行岗）	同上

股权激励：全部样本标题与 28 条详情页中，股权/期权字样出现次数为零。可以推断股权不属于公开招聘文本的常规范畴；不能推断企业未使用——高管岗位"合作方式面谈"类表述提示长期激励谈判存在于公开文本之外。

6.3 薪酬构成的披露差异

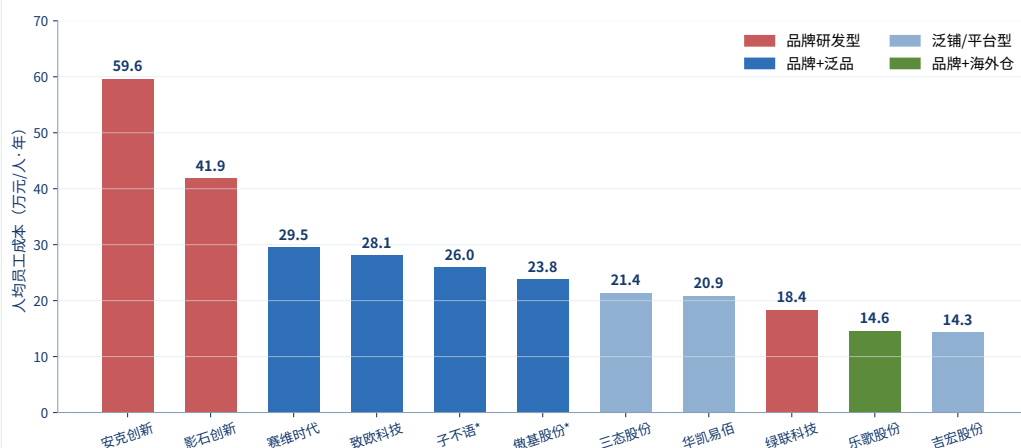


28 条详情页逐条人工复核（发现四）：写明提成的 3 条全部是骨干岗，经理岗与负责人岗无一写明；39% 完全未提薪酬构成；写明提成的也未披露基数与比例——**计提规则在全部 28 条中无一条完整写清**。这意味着：候选人投递前无法比较年度总包；管理岗浮动部分（业绩奖金、利润分成）缺乏公开参照，谈判高度个案化。少数雇主把"底薪+绩效+提成+奖金+年终奖"完整写进广告，甚至写明"运营薪资高出同行 20% 以上"——把结构透明当作抢人手段。该做法能否实际降低到面成本，需要各企业自己的招聘漏斗数据验证。

7.1 人才成本坐标

FIGURE 07

图7 上市跨境电商企业人均员工成本（2025年报，公司整体口径）



来源：各公司2025年年报/业绩公告，优必猎整理计算 | *港股为费用口径，A股为现金口径，两者不可精确互比；分母为期末人数（扩员年份偏低、减员年份偏高）；含社保等公司支出，是公司整体口径，不等于岗位工资，仅作参考

图7 上市公司人均员工成本

11家上市公司人均员工成本（图7）的合适用法：判断自身所处成本带——品牌研发型40—60万元、品牌+泛品型23—30万元、泛铺/平台型14—21万元。不合适用法：当作岗位定价依据，或与招聘报价直接对照。扩员中的公司（如傲基+49.6%）该比率被期末人数摊低，减员中的公司（如赛维）反之；港股公司为费用口径，与A股现金口径不可精确互比。

7.2 观察到的企业行为（个案，不作行业推论）

傲基股份2024年雇员结构中销售营销占55.1%、供应链占18.8%、研发占17.9% [16]；赛维时代2025年末供应链板块1,173人、营销板块1,201人（期末数，无同口径同比）；致欧科技供应链岗位505人，为第二大职能板块。这些是各公司单一时点的披露情况。人力预算是否在全行业层面面向品牌、营销、供应链集中，需要多公司同口径多年数据验证，本报告不作此推论。

7.3 招聘难点的候选解释

1. **骨干岗供给偏紧**（报价证据：深圳骨干岗范围观察值偏高，但仅7条，需扩样）。一个基于行业周期的推测：骨干层供给依赖三到五年前执行层的培养，2021—2022年行业收缩期入行减少可能影响当前供给——此为推测，不是统计结论。
2. **顶层岗位候选池窄**（详情页证据：写明10亿+经验的仅3/28，全部对应最高报价带）。
3. **薪酬构成不透明的筛选成本**（详情页证据：39%不写构成、计提规则0完整披露）。
4. **产业带城市吸引力**（间接证据：宁波、义乌执行岗占比高、经理岗样本少）。

7.4 策略参考（均建议用本企业数据检验后再推广）

- 在广告中写明底薪区间、绩效规则、提成计提与年终奖覆盖范围——目前极少企业采用，差异化成本低；
- 执行班底落位广州/宁波/义乌成本带，经理级岗位接受深圳报价或以杭州平衡；
- 以年度总包（月薪×薪月数+明确浮动规则）与品牌方竞争营销人才；
- 骨干层外采偏紧时，执行层批量培养加 18—24 个月晋升通道可作为中期对冲（培养周期为推断）。

08 /

2026—2027 年趋势观察

本报告数据为 2026 年 10 月单次采集，没有同渠道、同结构的历史数据，无法判断薪酬水平的时间变化。本章只列出值得跟踪的信号，均为前瞻性判断。

基准情形：行业维持中速扩容，报价总水平温和变化、结构分化延续——品牌、营销、供应链负责人报价相对坚挺（与品牌化经营方向一致），执行岗报价平稳（产业带供给充足）。**可能的上行：**新兴平台放量引发抢人，首先冲击骨干层与内容运营岗。**可能的下行：**主要市场关税与合规成本进一步上升，泛铺型企业延续减员（2025 年已有个案），执行岗报价承压，核心岗位报价相对刚性。

三个可跟踪信号：

1. **AI 岗位的形态：**本次采集未见专职“AI 应用负责人”类高管岗；已出现“AI 数据分析经理”等 AI+数据复合岗（标题含 AI 字样的 4 条中 2 条为专职复合岗），28 条详情页正文尚无 AI 工具硬性要求。值得按季度跟踪专职 AI 岗的出现频率——目前看，AI 更可能以改造现有岗位内容的方式影响薪酬体系，而非立刻创造新的高管序列。
2. **海外本地化招聘分离：**平台与头部卖家的海外本地团队扩张，国内外薪酬体系将进一步分离；本报告未覆盖海外岗位，后续版本拟单独观察。
3. **职业标准化：**跨境电商运营管理师列入新职业后 [3]，技能等级认定的落地进度值得跟踪——标准化通常压缩信息不对称，但其对骨干层报价的影响方向尚不确定。

09 /

结论与企业建议

9.1 结论

在本次可复核的公开数据范围内，跨境电商招聘市场呈现四个稳定特征：平台运营岗报价按城市分层（整体深圳最高、执行岗上海最高）；总经理级岗位年度报价集中在 70—300 万元区间；品牌营销岗与运营岗月薪持平，但以多薪月结构拉开年度总包；

薪酬构成信息在管理岗系统性稀缺。薪酬水平的时间趋势无法从单次截面判断；更准确的定位是"2026 年 10 月跨境电商相关岗位公开招聘报价观察"。

9.2 分规模建议

- **初创与小微卖家（年营收 1 亿元以下）**：执行班底落位义乌、宁波、广州成本带；以结构透明对冲品牌弱势；总经理职能建议创始人自担。
- **成长型卖家（1—10 亿元）**：优先锁定 1—2 名骨干层操盘手；营销人才比较年度总包；启动执行层内部培养通道。
- **规模企业与品牌方（10 亿元以上）**：总量预算参照自身所属成本带（图 7 口径）；总经理级按 70—300 万元/年区间准备（深圳口径），长期激励以个案谈判补充。

9.3 后续研究计划

1. 提成比例、奖金兑现等浮动薪酬，需企业访谈与真实录用数据补齐；优必猎拟以匿名化成交案例建立"成交口径"对照；
2. 供应链、数据、海外业务类与"城市×职级"交叉样本扩容（本版多处条数不足）；
3. 杭州独立站岗位（渠道受限缺席本版）与海外本地化岗位观察；
4. 建立同渠道、同结构的年度复采机制，使趋势判断成为可能。

附录

附录 A：方法与数据

1. **数据链**：586 条去重后的归档广告中，剔除薪资异常 1 条、非目标岗位 9 条、数据类非跨境相关 37 条、品牌类非跨境电商口径 23 条，形成有效样本 501 条。另有 15 条金华周边记录与 23 条制造业海外营销记录单列，不进入本报告统计。
2. **采集**：2026-10-18 采集于国内头部招聘平台公开页面；只读公开页面，不登录、不绕过反爬机制、不采集任何个人信息。部分平台因反爬机制无法合法直采，未进入样本。单一渠道偏差（猎头岗偏多、偏中高端、执行岗与小微卖家可能收录不足）已在正文相应位置注明。
3. **清洗与统计**：薪资单位统一（整元写法换算为万元并保留标注，共 133 条）；异常剔除（月薪上限超 30 万或上下限倒置，1 条）；月薪中点=(下限+上限)/2；年化=中点×薪月数（未写明按 12 计）；30 条以上给中位数与中间一半、10—29 条给范围、更少只列条数；职级按岗位名称关键词归类。
4. **岗位详情复核**：28 条详情页逐条人工复核薪酬构成（提成/绩效/年终奖/薪月标注），复核记录留存于研究底稿。
5. **数据来源分四类**：官方统计与企业法定披露、金融研究机构公开研究（摘要级引用）、公开招聘样本、基于上述数据的自主计算（公式与输入留存于研究底稿）。本报告数据未引用其他猎头或招聘机构的薪酬调查结果。原始样本、统计过程与来源存档均可应询提供复核。

附录 B：样本结构（有效样本 501 条）

维度	构成
岗位类别	平台运营 222／TikTok 120／海外品牌 59／独立站 40／综合管理 34／供应链 12／数据分析 11／海外业务 3
城市	深圳 219／广州 100／杭州 80／上海 38／宁波 40／义乌 24
职级	执行岗 198／骨干岗 67／经理岗 149／负责人岗 87
统计组	达 30 条的组 20 个；10—29 条的组 4 个；详情页复核 28 条

附录 C： 岗位分类表

DATA TABLE

05

类别	覆盖岗位	覆盖情况
综合管理	跨境业务/事业部总经理、副总经理、CEO	深圳达 30 条
平台运营	亚马逊及泛平台运营/主管/经理/总监	六城（义乌列范围）
TikTok 运营	TikTok 运营/主管/经理、直播运营	深广杭达 30 条
独立站与增长	独立站运营/主管/经理/总监、DTC 负责人	深圳达 30 条
海外品牌与产品	海外营销/品牌营销/产品营销经理、品类经理	深圳达 30 条；广州列范围；制造业出海参考组单列
供应链与物流	供应链/物流经理、总监、总经理	深圳列范围
数据与商业分析	数据分析、商业分析	深圳列范围
海外业务	区域销售/服务/客户经理	仅 3 条，定性

附录 D： 资料来源

- [1] 海关总署：《2025 年我国外贸进出口情况》系列发布（[2026-02-14](#)、[2026-01-19](#)）
- [2] 国务院：《关于同意在海南全岛和秦皇岛等 15 个城市（地区）设立跨境电子商务综合试验区的批复》（国函〔2025〕40 号，2025-04-25，[gov.cn](#)）
- [3] 人力资源社会保障部：[第七批新职业发布（含跨境电商运营管理师）](#)，2025-07/10
- [4] 国家统计局：[《2025 年城镇单位就业人员年平均工资情况》](#)，2026-05-15
- [5] 深圳市人民政府：[2025 年深圳跨境电商发展数据](#)，2026-01
- [6] 深圳市商务局：[2025 年终盘点](#)，2026-01
- [7] 杭州市统计局：[《2025 年杭州市国民经济和社会发展统计公报》](#)，2026-04
- [8] 宁波市商务局：[《2025 年全市商务工作总结》](#)，2026-05
- [9] 广州海关：2025 年广州市进出口情况新闻发布会，2026-01-23（[中国商务新闻网全文报道](#)）
- [10] 广州市商务局：2025 年广州跨境电商进出口数据，2026-03-18（[南方网报道](#)）
- [11] 商务部中国国际电子商务中心：《中国电子商务人才发展报告》发布要点，2024-03（[福建省商务厅发布](#)）
- [12] 浙江工商大学等：《中国跨境电商人才培养白皮书（2025）》，2025-07（高校研究，[杭州日报报道](#)）
- [13] 中金公司研究部：[《电商出海 2025：直面挑战，保持韧性》](#)，2025-12-22（官方摘要）

- [14] 中金公司研究部：《跨境电商景气向上，头部卖家或迎经营反转》，2026-08-06（[新浪财经全文转载](#)）
- [15] 华泰证券：《服装跨境电商：以中国效率重塑全球时尚格局》，2026-08-18（[新浪财经研报页](#)）
- [16] 上市公司 2025 年年度报告/业绩公告（法定披露）：[安克创新](#)（300866）、[华凯易佰](#)（300592）、[致欧科技](#)（301376）、[赛维时代](#)（301381）、[乐歌股份](#)（300729）、[吉宏股份](#)（002803）、[三态股份](#)（301558）、[绿联科技](#)（301606）、[影石创新](#)（688775）、[傲基股份 2025/2024](#)（02519.HK）、[子不语集团](#)（02420.HK）
- [17] 优必猎研究整理：国内头部招聘平台公开招聘样本 586 条（去重后）与岗位详情页 28 条，2026-10-18 采集；清洗与统计规则见附录 A

（原始样本、统计过程与来源存档均可应询提供复核。）

附录 E： 数据使用须知

1. 薪酬数字为 2026-10-18 单次采集的招聘广告报价，非实际录用薪酬；无同渠道历史数据，不支持时间趋势结论。
2. 单一渠道偏向中高端与规模企业；执行岗与小微卖家收录偏弱；义乌经金华入口间接覆盖。
3. 综合管理、供应链、数据分析、海外业务类仅深圳样本；海外品牌·广州清洗后条数不足 30；"城市×职级"多数格子条数不足，相应内容为参考或已撤回。
4. 提成比例、股权激励不可从公开数据获知，本报告未作推断。
5. 人才缺口类数字统计对象不同，本报告不采信单一数字。
6. 上市公司人均员工成本为公司整体口径（期末人数、A 股与港股口径差异），不与岗位报价对照。
7. 广告月薪区间未必等于底薪；年化为带假设的折算值。

© 2026 优必猎（UB HUNTER）。本报告为独立研究成果，引用请注明出处。2026 年 10 月首刊。