

关继超◎著

CROSS-BORDER E-COMMERCE

跨境电商

运营基础

策略技巧

案例实战

新型跨境电商模式层出不穷，何种模式将成为主流形态？

传统外贸企业开展跨境电商，拥有怎样的优势和劣势？

以“互联网+经济”新思维，探寻无国界贸易的方向与未来

关继超



SPM

南方出版传媒
广东人民出版社



关继超◎著

CROSS-BORDER E-COMMERCE

跨境电商

运营基础

策略技巧

案例实战

以“互联网+经济”新思维，探寻无国界贸易的方向与未来



SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电商/关继超著. —广州: 广东人民出版社, 2016. 11

ISBN 978 -7 -218 -11284 -8

I. ①跨… II. ①关… III. ①电子商务—商业经营—研究
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 248566 号

Kuajing Dianshang

跨境电商

关继超 著

版权所有 翻印必究

出版人: 肖风华

责任编辑: 温玲玲

封面设计: 张建民

责任技编: 周杰 易志华

出版发行: 广东人民出版社

地址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电话: (020) 83798714 (总编室)

传真: (020) 83780199

网址: <http://www.gdpph.com>

印刷: 广州市怡升印刷有限公司

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 17 字数: 230 千

版次: 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

定价: 39.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020 - 83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240

前 言

近几年，我国电子商务依然保持着快速发展态势，其中跨境电商的大规模引爆尤为引人注目。在政策支持以及市场需求的推动下，各式各样的跨境电商企业受到了资本的青睐，不断成功融资，从而将跨境电商行业推向了风口。不过，随后而来的资本寒冬也让很多单纯依靠资本投入而没有核心竞争力的企业走向衰败或转型，跨境电商行业生态进入“洗牌重组”阶段。

这使得从业者以及相关的研究者不得不去思考：在瞬息万变的互联网经济新常态中，跨境电商的方向和未来在哪里？在层出不穷的新型跨境电商模式中，哪种模式又最为契合商业发展趋势，会成为主流形态？对传统外贸企业而言，跨境电商意味着什么，其开展跨境电商又拥有怎样的优势和劣势？

总体而言，跨境电商有两大类：一种是进口电商，主要业务是将海外商品引入国内市场；还有一种是出口电商，主要业务是把我国生产的商品销往其他国家。其中，出口电商占据我国跨境电商的绝大部分。中国电子商务研究中心发布的《2015年中国网络零售市场数据监测报告》显示：2015年，我国跨境电商交易规模为

5.4 万亿元，同比增长 28.6%；在跨境电商的进出口结构比例中，出口电商占比 83.2%，进口电商占比 16.8%。

出口跨境电商是我国跨境电商的主体，其能够获得快速发展，主要有四方面的原因：其一，由于人口等方面的红利，我国拥有大量外贸企业，这些企业在长期的运营过程中积累了丰富的外贸经验和客户资源，为我国出口跨境电商的发展奠定了坚实的基础。其二，随着跨境电商行业的发展，一批能够帮助中国卖家拓展海外市场的跨境电商平台迅速崛起，比如全球速卖通、eBay、亚马逊、Wish、Lazada 等，这些平台有的门槛较低，有的覆盖范围广，有的具有先进的物流系统，有效地助推了我国的商品出口。其三，海外仓的建立以及智能物流系统的完善，拓展了我国出口跨境电商企业的业务范围，节省了它们在物流环节的支出，并帮助它们提升了客户的购物体验。其四，跨境支付系统的优化，提高了跨境出口电商交易的安全性，解决了跨境电商的一大痛点。

而进口跨境电商与国内消费者的关联十分紧密。消费者对海外高品质商品需求不断增加，传统电商已然无法充分满足快速变化的市场需求，也无法有力应对新商业环境的挑战，在此背景下，跨境电商模式的创新演变集中爆发在进口电商领域，使之成为当前跨境电商最具活力和创造力的地方。

整体来看，进口跨境电商也包括传统型和新型两种模式。前者主要是指天猫国际、京东全球购、唯品会、聚美优品等早已存在并拥有较为成熟的供应链和盈利模式的电商平台。这些进口跨境电商以互联网为新的渠道和平台，将传统营销渠道转移到线上，以庞大的用户流量和多元丰富的产品品类取胜，能够满足不同消费者的多元化、个性化需求。而新型进口跨境电商以洋码头、小红书等为代表，更加符合移动互联时代“小而美”的特质，注重在垂直细分领域深耕市场和用户，常常能够获得一批高忠诚度的粉丝。

跨境电商涉及的市场多元、环节众多、模式复杂，加之相关的政策不断变更，给跨境电商领域的从业者尤其是新手带来了比较大的挑战。例如2016年3月跨境电商税改新政的发布，就对一批跨境电商企业造成了不小的冲击。

因此，本书不仅对跨境电商行业的现状和趋势进行了分析，解读了最新政策，指出了应对策略，对比了国内跨境电商平台的主流运营模式及玩法，而且详细阐述了跨境电商平台运营涉及的策略、技巧和工具。另外，对“互联网+”时代传统外贸企业的转型、跨境电商物流模式以及跨境电商营销推广，书中也分章进行了介绍。可以说，几乎与跨境电商运营相关的基础知识、策略技巧，本书都有所涉及。希望读者阅读本书之后，能够在跨境电商实战中有的放矢、战无不胜。

目录 contents

◆ 第1章 跨境电商崛起：“互联网+外贸”时代的来临

- 1.1 互联网+外贸：跨境电商颠覆传统外贸格局 / 2
 - 1.1.1 互联网+外贸：重构传统外贸商业格局 / 2
 - 1.1.2 “互联网+外贸”发展现状及商业模式 / 5
 - 1.1.3 “互联网+外贸”行业发展的3大特征 / 8
 - 1.1.4 “互联网+外贸”模式的6大发展趋势 / 12
- 1.2 跨境蓝海：“互联网+外贸”时代的新经济增长点 / 15
 - 1.2.1 驱动因素1：从买方市场看跨境电商崛起 / 15
 - 1.2.2 驱动因素2：从卖方市场看跨境电商崛起 / 17
 - 1.2.3 新蓝海市场：跨境电商面临的机遇与挑战 / 20
 - 1.2.4 跨境电商对传统外贸零售商带来哪些启示 / 24
- 1.3 政策解读：税改新政下，跨境电商企业的应对策略 / 27
 - 1.3.1 跨境电商税改新政：行业规范化落地 / 27

- 1.3.2 格局之变：跨境电商迎来新一轮洗牌 / 29
- 1.3.3 应对策略1：打造优质的产品服务体验 / 32
- 1.3.4 应对策略2：避免触及消费者的敏感点 / 33
- 1.3.5 应对策略3：构建完善的海外仓储模式 / 35

◆ 第2章 国内跨境电商平台的主流运营模式及玩法

- 2.1 模式之争：揭秘国内跨境电商平台的运营模式 / 40
 - 2.1.1 海代模式：海外代购的两种运营玩法 / 40
 - 2.1.2 直发模式：实现与顾客需求无缝对接 / 42
 - 2.1.3 自营模式：跨境模式中的“重运营” / 45
 - 2.1.4 导购模式：跨境模式中的“轻运营” / 48
 - 2.1.5 闪购模式：限时特卖、定期推出商品 / 50
 - 2.1.6 模式点评：跨境电商平台运营模式PK / 53
- 2.2 出口跨境电商：贸易全球化时代的“走出去”战略 / 54
 - 2.2.1 出口跨境电商的4大主流平台及玩法 / 54
 - 2.2.2 我国出口跨境电商产业链及市场格局 / 59
 - 2.2.3 我国出口跨境电商的发展趋势及发力点 / 63
- 2.3 跨境电商时代，小微外贸企业如何拓展全球市场 / 65
 - 2.3.1 我国小微外贸企业的发展现状与特点 / 65
 - 2.3.2 困境：“互联网+小微外贸”面临的问题 / 67
 - 2.3.3 破局：“互联网+小微外贸”的实现路径 / 70
 - 2.3.4 中小企业发展跨境电商的4个关键要素 / 73

第3章 跨境电商多平台运营：策略、技巧、工具、实战

- 3.1 全球速卖通平台运营基础与实战策略 / 78
 - 3.1.1 全球速卖通平台商业模式分析 / 78
 - 3.1.2 全球速卖通平台账号注册流程 / 83
 - 3.1.3 全球速卖通平台卖家规则介绍 / 88
 - 3.1.4 全球速卖通平台店铺选品策略 / 92
 - 3.1.5 全球速卖通平台产品发布技巧 / 98
 - 3.1.6 全球速卖通平台产品运营实战 / 99
 - 3.1.7 全球速卖通平台店铺推广技巧 / 102
 - 3.1.8 全球速卖通平台客服工作流程 / 105
 - 3.1.9 速卖通平台物流选择与运费计算 / 108
- 3.2 eBay 平台运营基础与实战策略 / 110
 - 3.2.1 eBay 平台发展历程及特点 / 110
 - 3.2.2 eBay 平台运营发展趋势 / 112
 - 3.2.3 eBay 平台账号注册流程 / 119
 - 3.2.4 eBay 平台选品实战策略 / 123
 - 3.2.5 eBay 平台店铺运营攻略 / 125
- 3.3 亚马逊全球开店项目运营与实战策略 / 130
 - 3.3.1 亚马逊全球开店项目介绍 / 130
 - 3.3.2 亚马逊全球开店业务范围 / 133
 - 3.3.3 亚马逊全球开店基本费用 / 136
 - 3.3.4 亚马逊全球开店物流选择 / 141
 - 3.3.5 亚马逊全球开店产品运营 / 145
 - 3.3.6 亚马逊全球开店绩效指标 / 149

◆ 第4章 移动跨境电商：Wish、Lazada 平台运营实战

- 4.1 Wish 平台介绍、运营基础与实战攻略 / 154
 - 4.1.1 Wish：移动跨境电商领域的“黑马” / 154
 - 4.1.2 Wish 移动跨境电商平台的市场定位 / 156
 - 4.1.3 Wish 移动跨境电商平台的运营技巧 / 158
 - 4.1.4 Wish 平台的数据收集与产品曝光率 / 161
- 4.2 Lazada 平台介绍、运营基础与实战攻略 / 164
 - 4.2.1 Lazada：东南亚版“亚马逊” / 164
 - 4.2.2 Lazada 平台的开店注意事项 / 168
 - 4.2.3 Lazada 平台订单管理与物流选择 / 171

◆ 第5章 “互联网+”时代，传统外贸企业的转型之战

- 5.1 跨境电商：传统外贸企业转型升级的最佳路径 / 178
 - 5.1.1 传统外贸企业转型的必然选择 / 178
 - 5.1.2 传统外贸企业转型的平台策略 / 181
 - 5.1.3 传统外贸企业转型存在的问题 / 183
 - 5.1.4 传统外贸企业转型的应对策略 / 186
- 5.2 传统外贸企业如何有效布局跨境电商 / 189
 - 5.2.1 布局跨境电商第一步：市场定位 / 189
 - 5.2.2 跨境电商的市场区域与产品类别 / 191
 - 5.2.3 传统企业转型跨境电商的4个误区 / 195
 - 5.2.4 传统企业转型跨境电商的4个关键 / 197

- 5.3 实战攻略：传统外贸企业如何玩转跨境电商 / 200
 - 5.3.1 产品为王：注重产品质量和客户需求 / 200
 - 5.3.2 重度垂直：产品细分，明确目标市场 / 202
 - 5.3.3 选择合适的平台，善于社交媒体营销 / 204
 - 5.3.4 转型落地的关键：跨境电商平台体系 / 206

◆ 第6章 跨境物流：“一带一路”战略下的物流新模式

- 6.1 得物流者得天下：跨境电商的核心竞争力 / 212
 - 6.1.1 跨境物流领域的发展趋势 / 212
 - 6.1.2 我国跨境电商物流面临的5大痛点 / 214
 - 6.1.3 赢在供应链：跨境电商的必争之地 / 218
 - 6.1.4 跨境电商国际物流的5大主流模式 / 220
- 6.2 我国跨境电商物流模式及优劣比较 / 224
 - 6.2.1 我国跨境电商物流的3大模式 / 224
 - 6.2.2 第三方物流模式的优劣势分析 / 226
 - 6.2.3 海外仓储模式的优劣势分析 / 228
 - 6.2.4 物流联盟模式的优劣势分析 / 230
- 6.3 海外仓：突破跨境电商“最后一公里”难题 / 231
 - 6.3.1 海外仓储：新型跨境物流模式 / 231
 - 6.3.2 跨境电商企业的海外仓储模式 / 233
 - 6.3.3 跨境电商卖家如何选择海外仓 / 236

◆ 第7章 精准营销：跨境电商营销推广实战技巧

- 7.1 社交媒体营销：SNS 站外引流，提高店铺转化率 / 240
 - 7.1.1 跨境电商社交媒体营销的主要平台 / 240
 - 7.1.2 跨境电商在 Facebook 的营销操作实战 / 244
 - 7.1.3 跨境电商在 Twitter 的营销操作实战 / 249
- 7.2 品牌营销：跨境电商企业如何构建自主品牌 / 252
 - 7.2.1 品牌对跨境电商企业带来哪些优势 / 252
 - 7.2.2 跨境电商品牌化之路的制约因素 / 254
 - 7.2.3 跨境电商构建自主品牌的4大策略 / 256

第 1 章

跨境电商崛起：“互联网 + 外贸”时代的来临



1.1 互联网 + 外贸：跨境电商颠覆传统外贸格局

1.1.1 互联网 + 外贸：重构传统外贸商业格局

近年来，我国经济总体形势低迷，再加上能源等大宗商品价格大幅下降，给我国外贸行业的发展带来不利影响。根据商务部的统计结果，2015年我国进出口总额为24.58万亿元，同比下降7%。其中，进口总额为10.45万亿元，同比下降13.2%；出口总额为14.14万亿元，同比下降1.8%。

传统领域的出口陷入低谷状态，外贸行业的发展受到很大冲击，我国整体经济发展受到许多因素的限制。同一时期，欧美地区的市场需求量没有显著提高，我国外贸行业整体缺乏前进的动力。全球经济不景气只是影响传统外贸行业的一方面因素，除此之外，商品原料及人力资源成本的提高，也在一定程度上限制了该领域的发展。如今，外贸企业不仅要解决成本方面的问题，还要面临海外市场需求下降、同类企业竞争加剧的挑战，同时，行业本身也有很多地方需要完善。

全球经济增长速度放缓，加上我国传统行业的领先地位日渐消退，导致我国的出口领域面临严峻的挑战，不过，这也推动了相关技术的研发与产业的转型升级。进入2014年后，外贸行业经过一系列改革，呈现出新的面貌，服务贸易的迅速发展使其在整个外贸行业中占据着越来越重要的地位。

近年来，国内传统制造领域逐渐进入全面调整阶段，跨境电子商务能



够在促进产业链的升级的同时，给中小企业带来更多的机遇，提高了就业率，从宏观角度来讲，则推动了国际产业链的改革，加速了世界贸易规则体系的完善。

◆改变价值链的结构组成

随着跨境电子商务的不断发展，国际贸易供应链的等级区分逐渐弱化，之前存在于跨境贸易中的部分中间过程在整个商品交易中所占的地位下降，或完全被省略掉，跨境商品在中间环节的成本消耗降低。

这一方面使得产品生产厂家能够获得更大的利润空间；另一方面，商品最终在市场上呈现出来的价格也有所回落，消费者能够以更低的价格水平买到同等的商品。在跨境电商领域采用互联网与外贸相结合的模式，能够提高国内制造业的盈利能力。

◆推动中小外贸企业的发展

在网络技术不断发展的今天，线上支付也逐渐普及开来，同时，物流系统日趋完善，通过电商平台的运营，国内制造业的商品出口流程不断简化，营销渠道更加多元，对外贸易的操作也不再像之前那样复杂。在传统模式下，外贸行业需要聘请在外语、国际贸易、金融等方面的精英人员，而今，跨境电商平台将这些服务融合到一起，加速了国际贸易的运转。

如此一来，降低了对中小企业涉足国际贸易业务经营的资质要求，其跨境贸易的成本需求规模也大幅降低，能够推动这些企业的发展。通过跨境电商平台的应用，中小企业可以获得与巨头企业同等的发展机遇，在具体运营中与行业巨头一较高下。由此可以看出，互联网的应用，使中小企业进军国际经济贸易领域成为可能。



◆提高国内制造行业的国际竞争地位

利用网络平台的优势力量，拓宽传统外贸行业的交易渠道，降低中间环节的成本消耗，加速进出口贸易，有助于企业品牌推广，同时推动国内制造业的品牌建设，扩大品牌覆盖范围，为中小企业的发展提供平台支持。

通过跨境电商平台的应用，能够突显中国品牌的竞争优势。借助平台连接的资源及渠道，国内制造类企业可以采用线上零售与商品批发模式，面向国外市场出售产品，将国内的产品销售至世界各地，不断开拓海外市场。

迄今为止，我国跨境电子商务领域内的各企业之间已经形成良好的协调发展效应，负责产品推广、商品运输、交易环节及相关金融服务的商家相互配合，推动了中国传统制造业的改革与升级，提高了国内外贸领域的技术含量，改变了其传统的业务组成方式，增强了企业对品牌建设的意识。从长远发展角度来看，有利于进行企业规划与布局。

◆给外贸服务行业的发展带来动力

跨境电商平台在国内中小企业与海外市场之间搭建了桥梁，将消费者需求信息直接传达给小规模企业，省去了许多中间环节，优化了企业的商品生产。外贸综合服务企业通过平台化运营，促进了中小企业对外贸易业务的发展，使跨境贸易能够更加顺利地展开。

在 market 需求的带动下，外贸综合服务业应运而生，其借助于网络技术优势，为国际贸易提供各方面的服务，使传统国际贸易服务行业加速了自身的调整与变革。

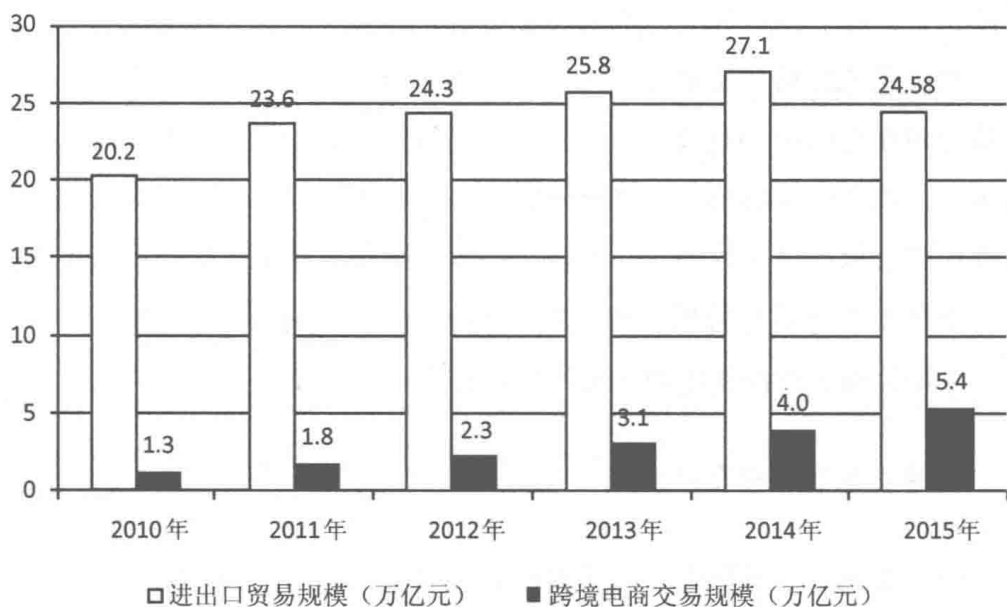
与此同时，外贸综合服务平台建立了完善的服务体系，形成了标准的操作流程，帮助中小企业解决在货物进出口、商品运输、资金筹集、交易



支付等过程中遇到的问题，能够有效提高小规模企业的运作效率，提升其跨境贸易的专业化水平，增加企业的营收规模。

1.1.2 “互联网+外贸”发展现状及商业模式

中国电子商务研究中心对国内跨境电商历年来的发展状况进行了统计，如下图所示，国内跨境电商在2013年的交易规模达到3.1万亿元；2014年，其总体规模上升到4万亿元，增长率为30.6%；2015年，我国跨境电商交易规模已达5.4万亿元，同比增长28.6%。



图：2010—2015年中国进出口贸易及跨境电商交易规模^①

近年来，政府部门推出一系列支持跨境电商发展的措施，同时，该领域内的参与主体不断努力，产业链的各个环节在发展过程中日趋成熟。由

^① 数据来源：中国电子商务研究中心

