

于子珍-Mira

- 独角兽跨境电商企业北美市场金牌操盘手
- 2019年国培教师企业实践培训讲师
- 全国跨境电商岗位培训师
- 山东省跨境电商产教联盟特聘讲师
- 山东省开放人才专项培训行动讲师团成员
- 2017年1月在《教育科学》2017年01月07期发表《跨境电商平台处境分析》被评为全国教研成果一等奖。
- 擅长利润化选品，精细化平台操作，品牌化运营
- 2年跨境电商团队管理经验,团队运营销售额超过8000万美金
- 服务助力传统零售/贸易/工厂50多家企业成功转型跨境B2C品牌卖家
- 综合培训孵化近500名学生，助其成为跨境电商优秀人才
- 组织并主讲多场全国性高级跨境电商培训，为多家知名企业和工厂进行跨境电商顶层设计
- 帮助中小企业卖家和初创公司打造多款亚马逊细分品类Best seller



青岛跨境电商孵化基地
Qingdao Cross-border E-commerce Incubation Base

跨境电商平台分析与企业经营



分享人：于子珍-Mira

目 录

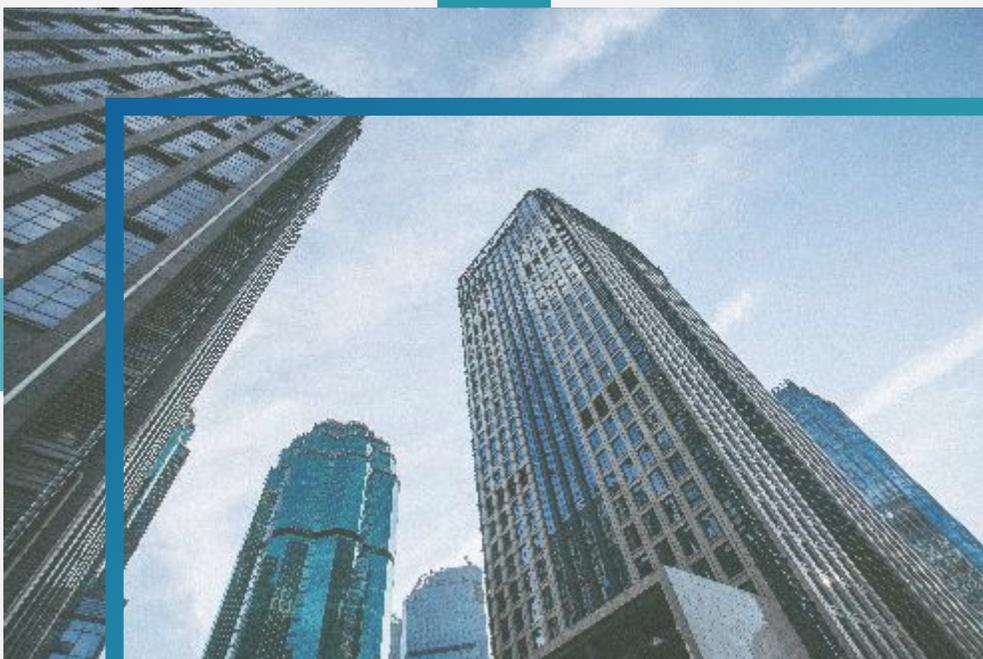
- c o n t e n t s -

01 PART

跨境电商
平台分析

02 PART

跨境电商
发展趋势



PART ONE

平台分析

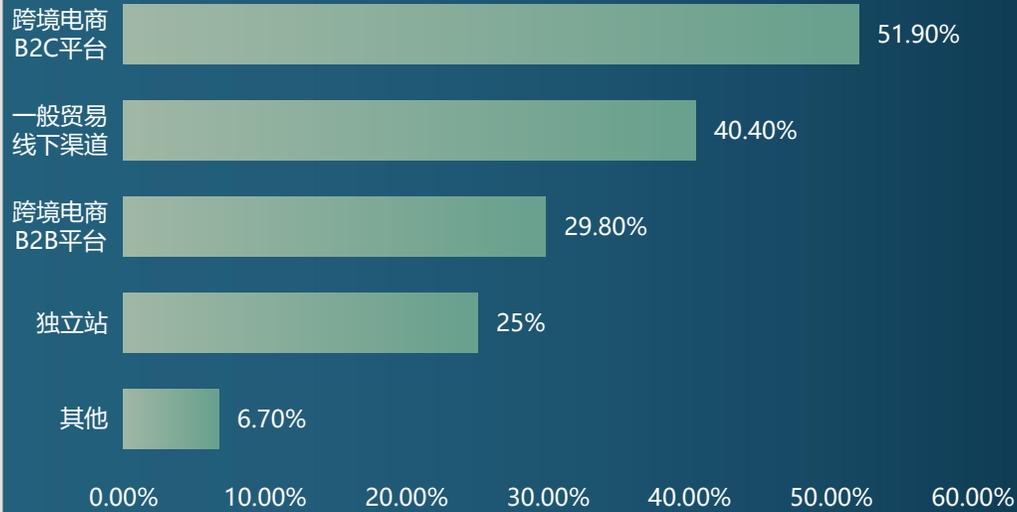
平台选择、案例分析>>

跨境电商平台分析

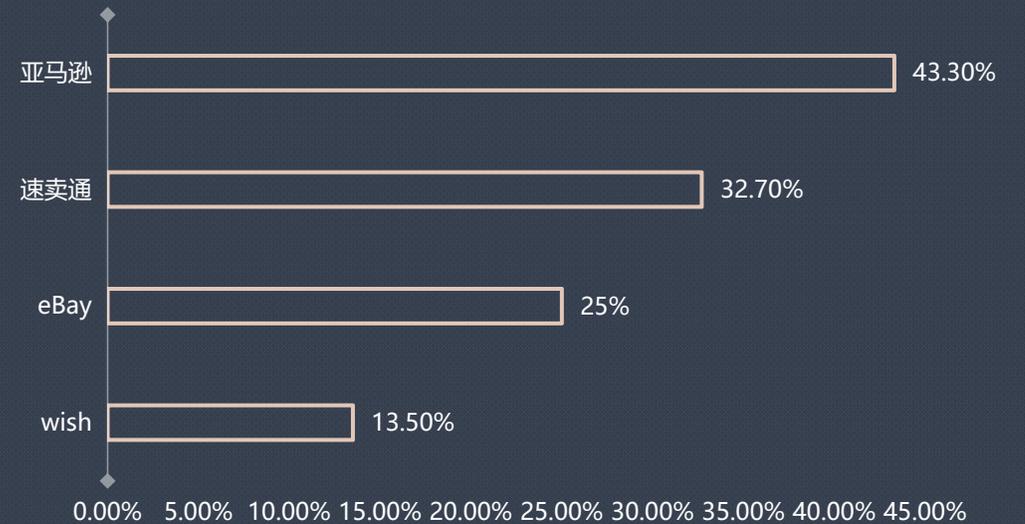
2013年以后，跨境B2C市场的平台型电商强势崛起，eBay，亚马逊，速卖通，wish等第三方平台逐步成为主流。

2020年跨境电商企业在亚马逊速卖通的入住率位居前列

2020中国跨境电商企业渠道布局情况



2020年中国跨境电商企业入驻平台情况



以亚马逊平台为例—庞大的流量池

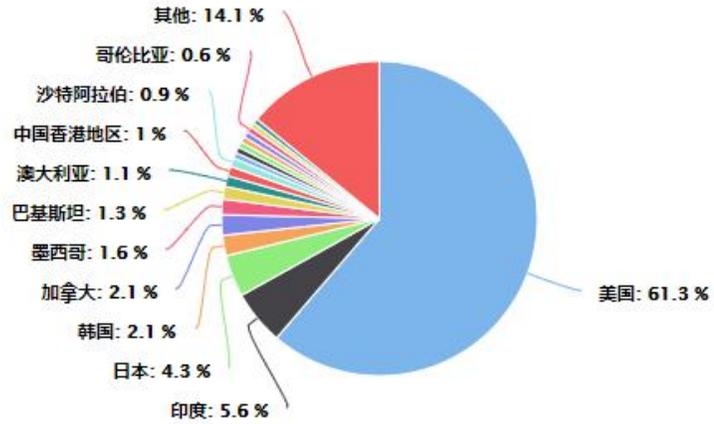
根据Alexa网站排名显示，亚马逊美国站点全球排名第11，预估日均PV量3.4亿，预估日均UV量3412.5万

Alexa排行综合信息		7天排名趋势图	排名前后榜单
站点名称: Amazon.com	下期预估排名: 11		9位 360.cn
访问速度: 1891 Ms / 39分	所属目录: Shopping/Entertain...		10位 jd.com
域名年龄: 26年9月11天	IP: 205.251.242.103		11位 amazon.com
反向链接: 11万9000	备案号: --		12位 yahoo.com
预估日均IP: 3412.50万	预估日均PV: 33954.38万		13位 wikipedia.org
域名注册商: MarkMonitor Inc			14位 weibo.com



以亚马逊平台为例—庞大的流量池

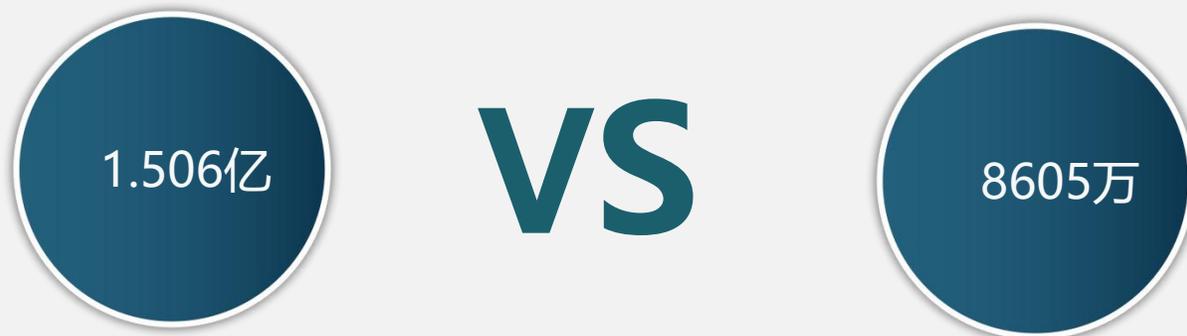
网站amazon.com国家/地区排名、访问比例



国家/地区名称	国家/地区代码	国家地区排名	页面浏览比例	网站访问比例
美国	US	3	68.4%	61.3%
印度	IN	12	4.3%	5.6%
日本	JP	11	3.8%	4.3%
韩国	KR	9	2.2%	2.1%
加拿大	CA	9	2.1%	2.1%
墨西哥	MX	13	1.3%	1.6%

美国地区排名第3，流量仅次于Google、Youtube

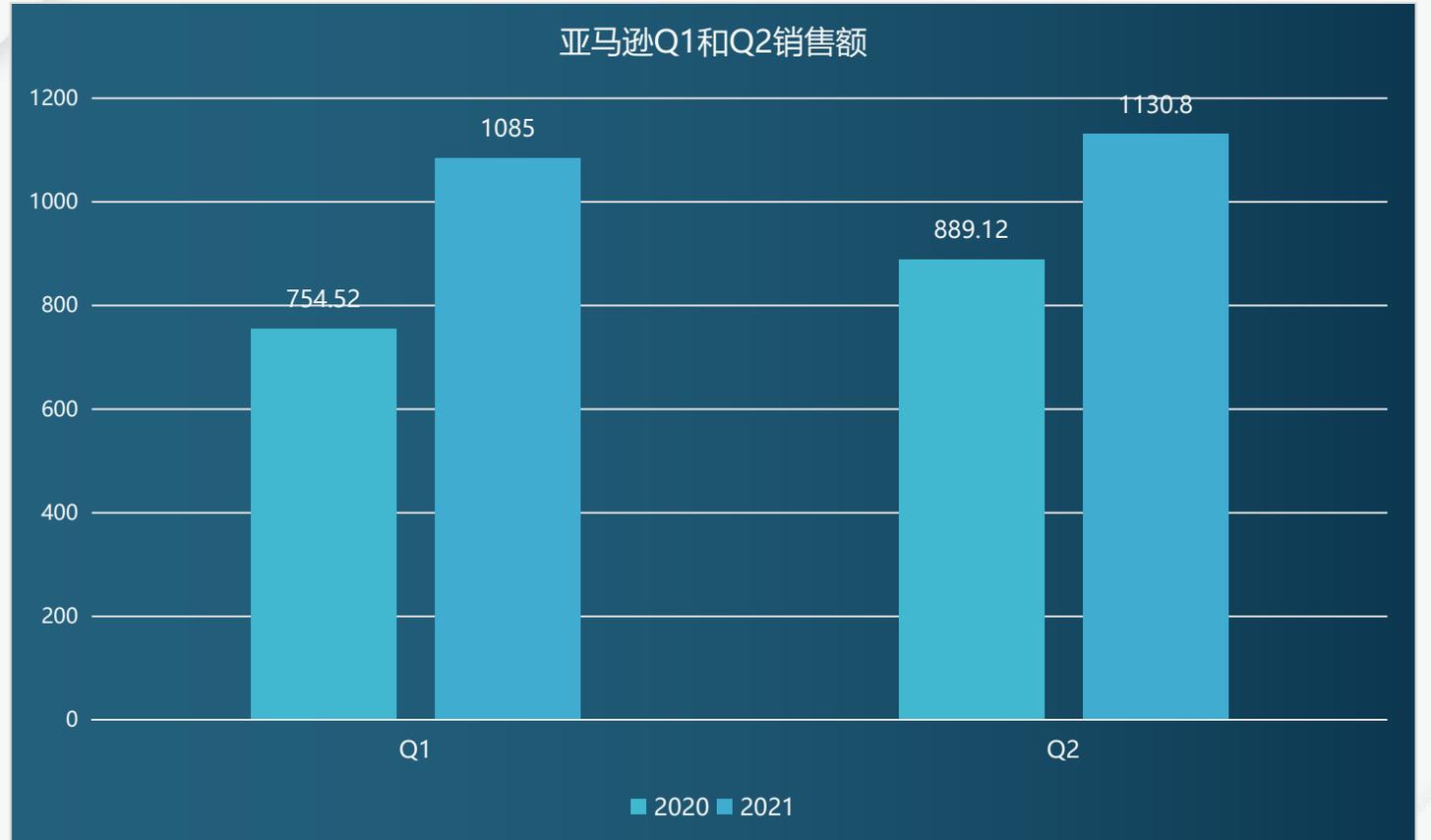
■ ■ ■ 以亚马逊平台为例—市场体量



2019年9月有1.506亿移动用户访问了Amazon应用程序。排名第二的购物应用程序是沃尔玛 (Walmart) 其每月的移动应用程序用户仅为8605万

以亚马逊平台为例—销售额

2021年4月29日，亚马逊发布2021Q1财报，财报显示在2021年前三个月中，亚马逊净销售额增长了44%，达到1085亿美元。7月30日发布第二季度财报，亚马逊第二季度净销售额为1130.80亿美元，与去年同期的889.12亿美元相比增长27%，净利润77.78亿美元，同比增长48%。



■ ■ ■ 以亚马逊平台为例—营收净利润

根据亚马逊2020年财报显示：整个2020年，亚马逊营收达到3860.64亿美元，同比增长38%，净利润为213.31亿美元，同比增长84%。其中第四季度营收1256亿美元（历史首次破千亿），相比19年同期874亿美元增长44%，净利润为72亿美元，同比增长121%。

亚马逊2020年全球净收入：Global net revenue of Amazon.com

(百万美元)	Net revenue	Online stores	Physical stores	Retail third-party seller services	Subscription services	AWS	Other
2020-Q1	75,452	36,652	4,640	14,479	5,556	10,219	3,906
2020-Q2	88,912	45,896	3,774	18,195	6,018	10,808	4,221
2020-Q3	96,145	48,350	3,788	20,436	6,572	11,601	5,398
2020-Q4	125,555	66,451	4,022	27,327	7,061	12,742	7,952
2019全年	2805亿美元	1412亿美元	172亿美元	538亿美元	192亿美元	350亿美元	141亿美元
2020全年	3861亿美元	1973亿美元	162亿美元	804亿美元	252亿美元	454亿美元	215亿美元

■ ■ ■ 以亚马逊平台为例—客户信任度

亚马逊深受全球客户信赖



美国消费者满意指数
连续八年排名第一
2010-2017



哈里斯民意调查年度企业声誉指数
连续三年排名第一
2016-2018



2017
美国最值得信赖品牌



2018 英国消费者满意指数
连续五年排名第一
2014-2018



2018
加拿大最受信赖奖



2018
德国消费者喜爱品牌



2017
西班牙最佳用户体验品牌



最佳意大利客户服务奖
连续四年获奖
2015-2018

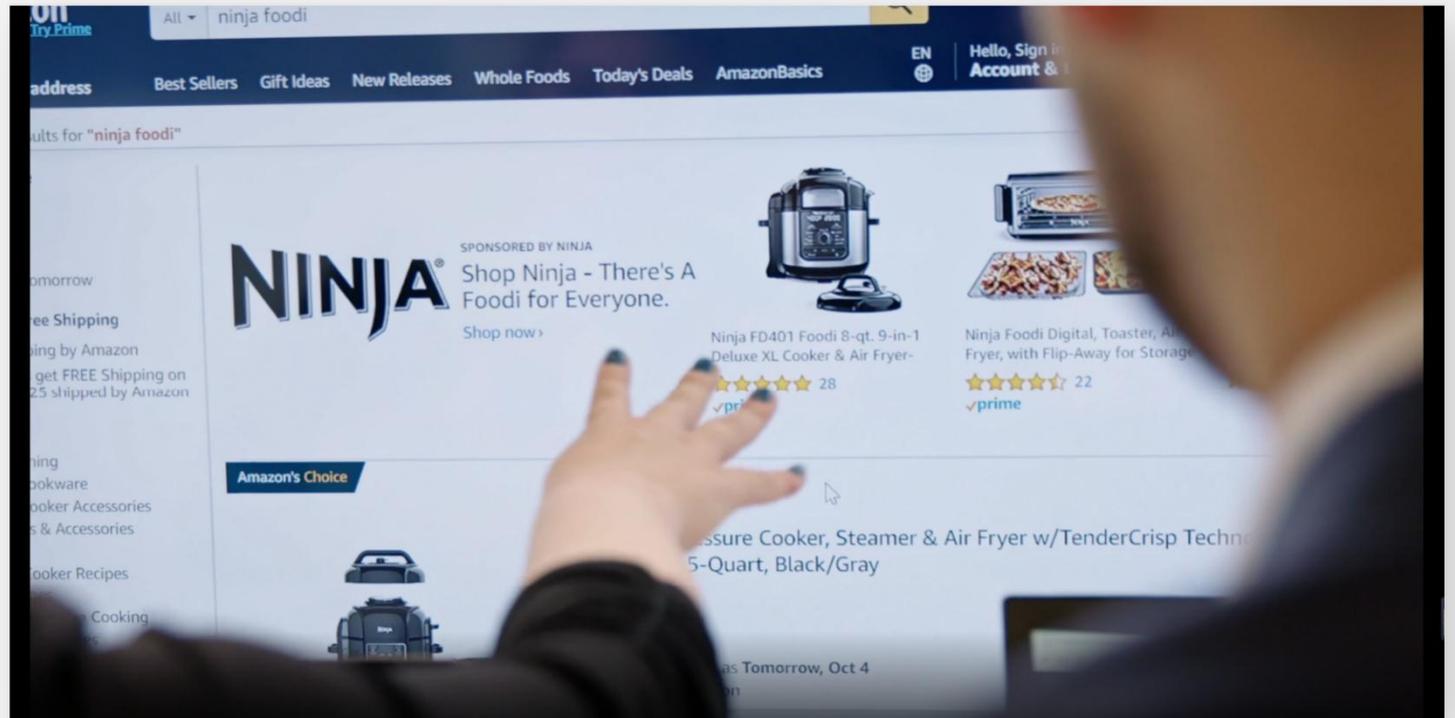


2017
印度「最受信任品牌」

■ ■ ■ 以亚马逊平台为例—客户信任度

客户信任度极高

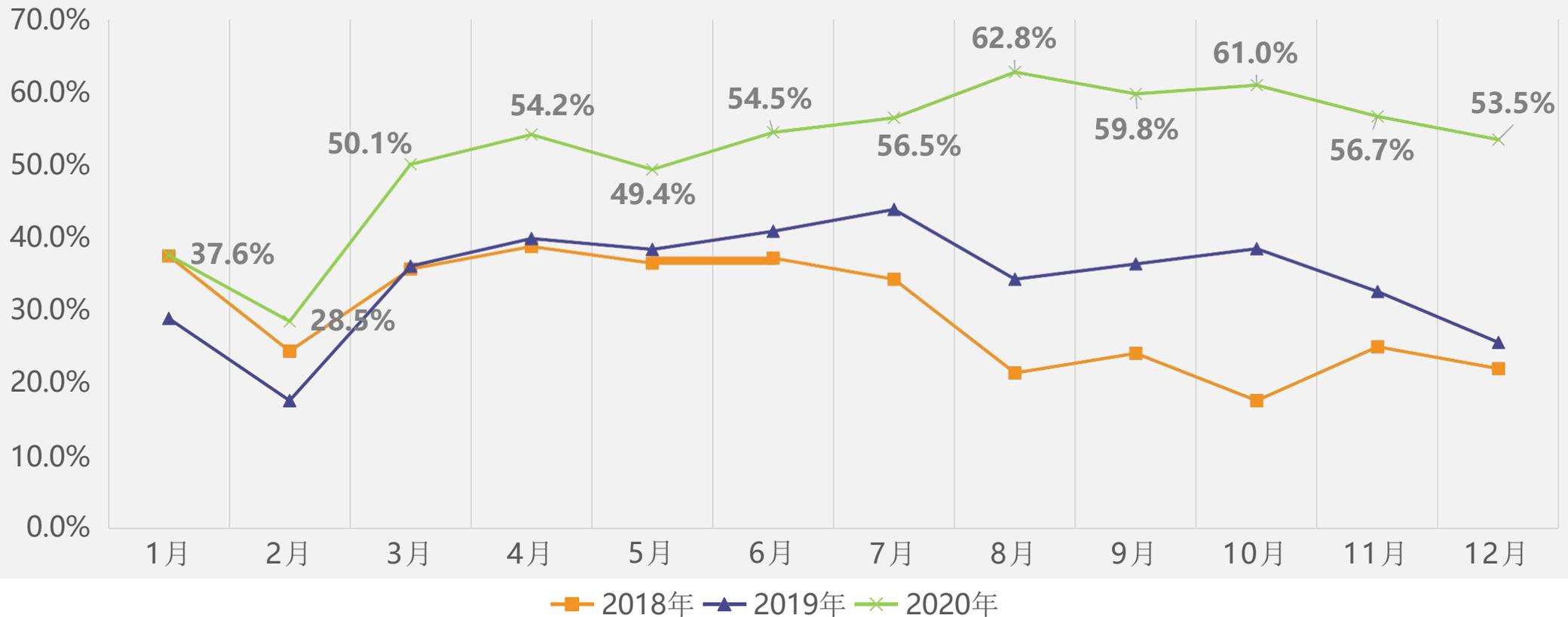
基于一项对2000多名美国客户的调查，89%的买家认为他们更有可能从亚马逊购买产品，而不是其他电商平台（Feedvisor,2019）。98%的人每天或几乎每天都在亚马逊上购物，99%的人每周在亚马逊上购物几次。



以亚马逊平台为例—卖家群体

根据Marketplace Pulse的数据显示，亚马逊在全球市场中共有近千万个卖家账户，其中许多卖家在多个站点进行销售。亚马逊第三方卖家数量超过600万，平均每年新增卖家近100万。

亚马逊美国站新卖家中中国卖家的占比



以亚马逊平台为例—买家群体



全球最大的购物网站，覆盖60+国家，几乎包含了全球经济最发达的国家和地区



3亿+买家数量，2亿+的Prime会员



中高端客户，消费能力高，复购率高

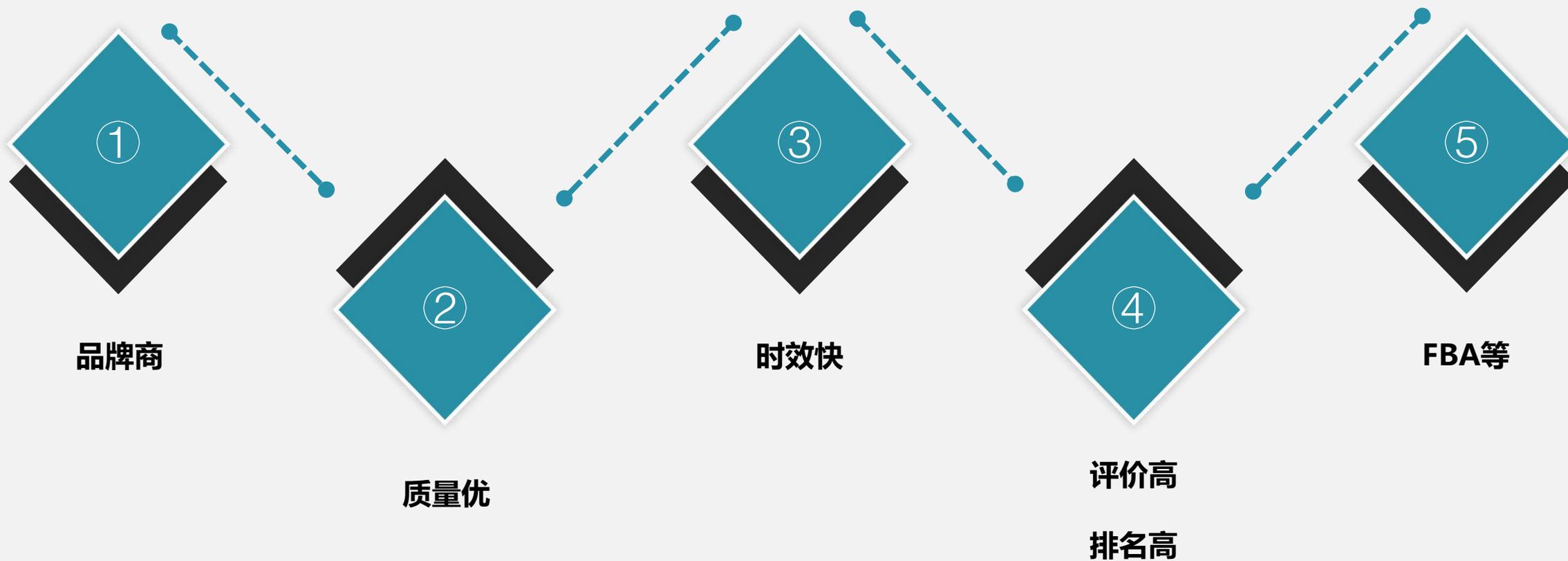
■ ■ ■ 以亚马逊平台为例—Prime会员

亚马逊Prime会员

- 2021年4月亚马逊前CEO杰夫·贝索斯 (Jeff Bezos) 在年度股东信中宣布，亚马逊现在的Prime用户数量为**2亿人**，高于2020年初的1.5亿人。这一数据在2016年只有6300万。
- 根据亚马逊统计显示，该平台**63%**的用户都是Prime会员。
- 根据CIRP的数据，有**64%** 试用Prime会员的消费者都转为了付费会员，**93%**的Prime会员在使用一年后会继续订阅，而98%的消费者在成为Prime会员两年后仍继续使用。

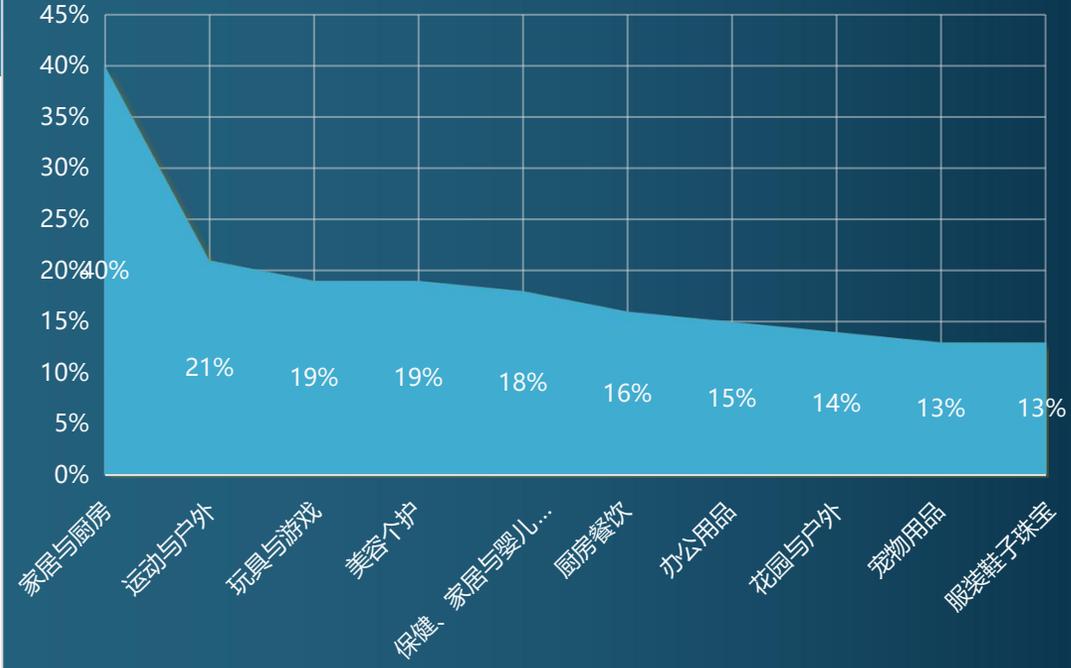


以亚马逊平台为例—优秀卖家的标准



以亚马逊平台为例—产品类目

第三方卖家的热门亚马逊产品类目

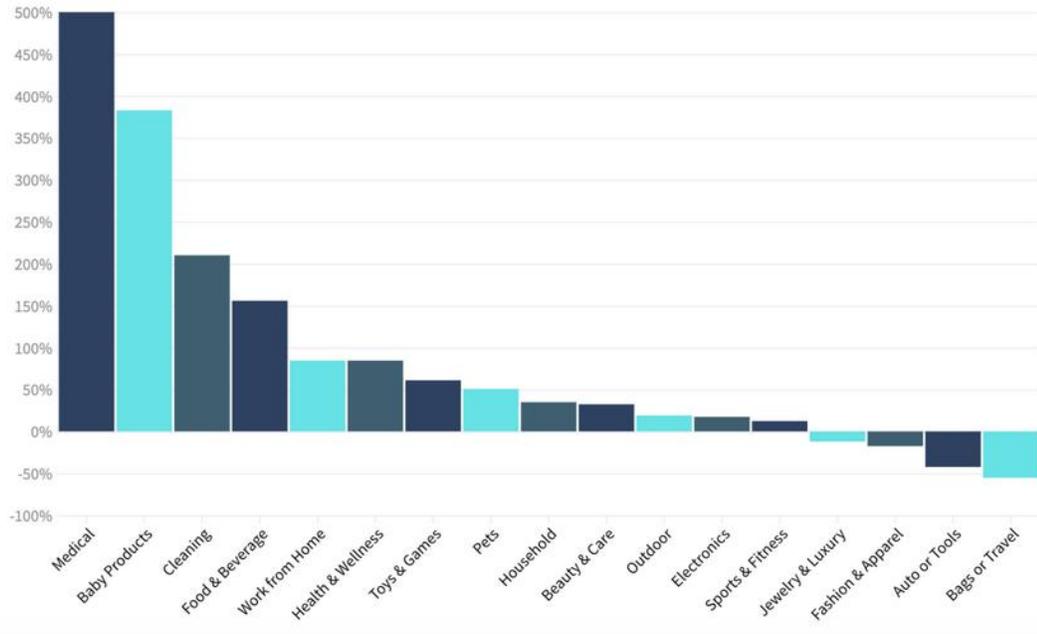


- 亚马逊产品类目
- 亚马逊提供了从日用百货、数字书籍和音乐、盲盒到汽车等几乎所有商品，但是第三方卖家更专注于消费者喜爱的有形产品，可以相对轻松地通过自己的自由品牌进行生产和销售，家居和厨房产品是最常用的类别。

以亚马逊平台为例—产品类目布局

Ecommerce Consumer Sales (COVID-19) +28.48%

Aggregated via ShipBob, ShipHero, Attentive, Stackline, CTC, Klaviyo & Adobe



疫情期间卖家可以根据社会消费结构的变化调整产品布局

- 医药、母婴、清洁和食品品类增长均超过150%。
- 在家办公、保健品、娱乐休闲和宠物品类也有超过50%的上涨。
- 奢侈品、时尚品、出行相关品类出现负增长。

以亚马逊平台为例—亚马逊特色



平台特色

- 重推荐，轻广告
- 重展示，轻客服
- 重产品，轻店铺
- 重客户，轻卖家
- FBA，跟卖

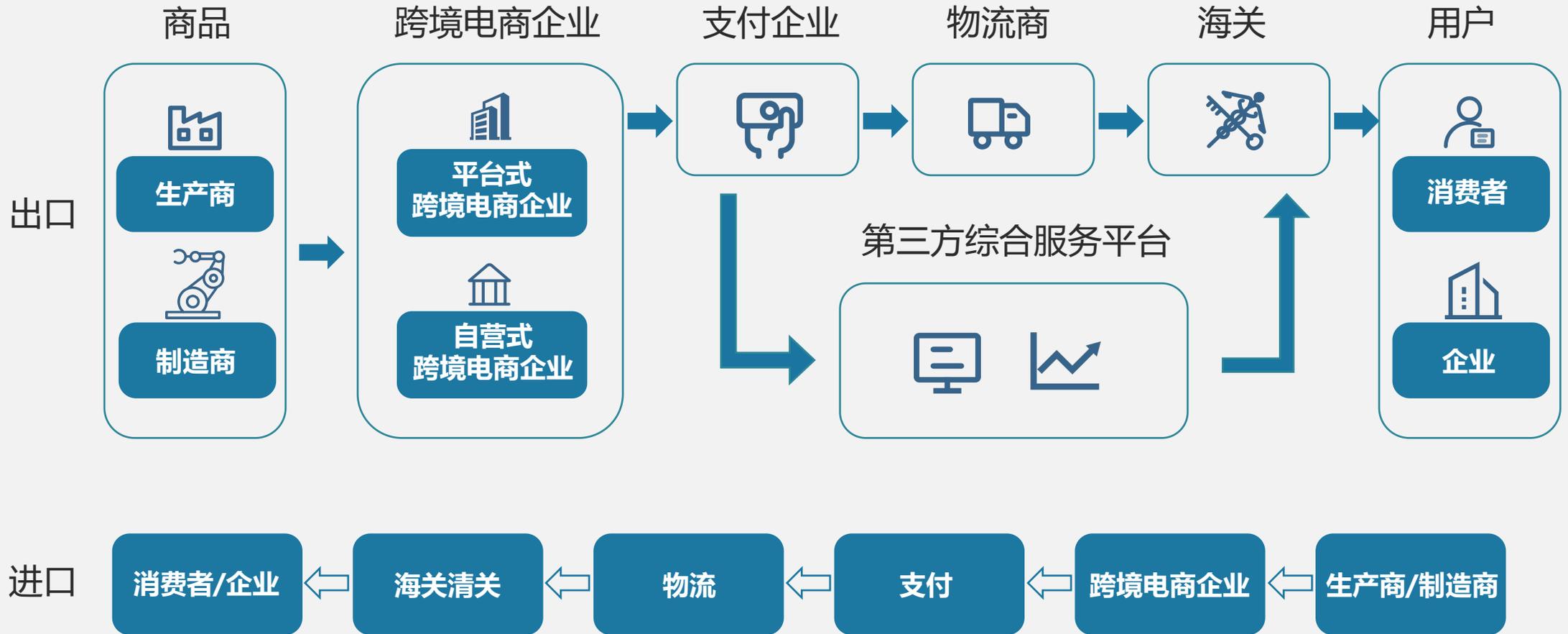


PART TWO

跨境企业经营 Cross-border business operation

经营流程、要素等详解>>

跨境电商企业经营一般流程



■ ■ ■ 跨境电商企业经营三要素



互联网的商业思维



专业技能强且
稳定成长的团队



柔性化的供应链

■ ■ ■ 跨境电商企业发展的三阶段



卖货逻辑
(3千万以下)



精品逻辑
(3千万至一个亿)



品牌逻辑DTC
(一亿以上)

■ ■ ■ 跨境电商企业发展的三阶段



➔ 产品力

➔ 营销力

➔ 组织力



实操型人才

专业型人才

复合型人才

了解行业、平台及政策，能够熟练完成店铺操作；包括选品、产品编辑、产品上架、店铺装修、物流发货、运营、客服服务等。

只需实操型人才所必备的一两种即可。

除了必备实操型人才所需技能外，在职业心态、团队管理、行业把握等方面都有所了解。即不只需要业绩拔尖，还要能培养团队骨干的预备人员。

T H A N K S

感谢观看 谢谢合作

