跨境电商与国际物流：机遇、模式及运作读书笔记六

第六章 跨境创新

跨境电商是一个综合交叉行业，核心组成是“贸易、物流及信息技术”，这种多环节、关联和模糊的业态，让专注于某些领域的专业公司都能从中获益。从“理念/模式创新、产品/服务创新、管理/营销创新、科技创新”这四个方面出发：一方面密切关注消费者的需求，另一方面不断进行技术创新，只有将两者有机结合起来才能在创新和竞争中胜出。

**6.1 投资热点**

跨境通公司的投资领域：

一是商品具备差异化、具有超值品牌运营优势。跨境电商无论是进口还是出口，线上销售额、转化率、网站流量及独立访客等指标，最终体现为商品销售，不少出口独立站都是靠品牌支撑。商品的核心竞争力在于能否提供个性需求和情感满足的服务。

二是在全渠道跨境生态的构建中取得局部突破。随着中国跨境电商越来越成熟，相关的配套产业也随之出现，这给创业者留下更多的机遇，针对电商的新业务模式将成为新一轮热点。不论是水平扩展还是垂直整合，均是以用户为中心的。水平扩展是满足用户一切可以满足的需求；而垂直整合则是完美地满足用户某方面的需求。交叉扩展，先垂直再水平更容易，垂直整合已经构建强大的价值链话语权、团队能力和控制能力。

三是从C端转向B端，流量竞争急剧削弱销售获利，其兴也勃焉、其亡也忽焉，上游供应链又成为关注点；平台竞争加剧卖家有了更多的选择，创业平台也在争夺中国商家资源，放出更多有利招商政策。  
通常，创业者在种子轮融资到A轮融资生存率较高，其后每一轮融资发展都面临“进化”考验，但产品失利并不意味着创业团队出局，较多成功创业者都是从原有失败产品的基础上转型、创新、重生。而拥有融资渠道，已成为企业应对市场竞争的长效手段。

**6.2 互联网+新经济**

移动互联、云计算、了D打印、物联网及智能化等新概念正如火如茶，新科技浪潮将信息社会的大幕彻底打开，这是技术创新大爆发的时代。因此诸如传媒、金融、零售、旅游及租赁等以信息为核心的服务业最先被互联网化，而属于贸易、制造业、工农业的相关领域同样也在被新技术渗透。IT 已从过去几十年计算机软硬件的范畴，外延至黏合了各领域的技术手段，成为企业的、产业的和经济的信息化，并对社会生活、经济规律、市场格局以及企业管理等各方面产生了颠覆式影响。

**6.3 组织管理新特征**

组织管理新特征如下。  
一是供需结构变革。中国宏观经济政策开始从需求管理向供给侧的重大转向。  
政府直接介入经济活动可能引发市场风,险，如金融信货黑洞、产业结构扭曲、产能过剩、地方债务危机等。驱动经济增长的最有效动力是依靠新技术革命和制度创新，切实提高全要素生产率。在网络经济中，消费者完全处于供应链中心，居民消费进入休闲时代，而供应端的流动性和穿透性促进了大规模社会化分工协作。  
二是管理组织创新。经营管理领域的新思潮、新概念已经不断涌现，冲击着传统商业经营思维。

三是交易结构改变。透明竞争下，传统生产周期和库存必须要配备规模市场需求，通过网络低成本收集低密度需求，控制库存、释放个性需求。长尾经济、创客、众包、维基、分享经济等都是对这一模式的多角度描述。C2B的场景在传统贸易中是不可能出现的，至少是一个较长的反馈过程。传统贸易形式下，整个全球供应链有一道道中间渠道环节，最后才到终端的消费者。  
**6.4 跨境电商服务生态**

跨境电商的关联市场  
1电商运营。这是非常广的服务范围，从网站管理、网店装修、优化与设计、产品拍照及商标注册，到企业内部管理的环节外包、隐私和信息安全等，售后客服外包给海外本地

2．咨询与培训。经济数字化经济的就业市场，技能及跨境市场的更新速度更快，知识型员工提升对个人和企业都有必要，如海关商检的合规性、特殊监管区域、进出口申报禁忌、出口结汇退税、UN38.3 航空危险品运输、AEO 认证、监管查验、许可证管理、转关押运、贸易商品归类及估价、退关等。  
3. 跨境人才。国际化业务对专业人才的依赖日渐突出，对兼具行业知识和高技术技能人才的需求会很大，人才流动及外部招募，更要加强培养内部人才梯队，构建具有创业精神的内部团队和组织结构。  
4. 翻译。跨境电商的本地化运营离不开语言本地化，网页翻译、产品专业描述、客服跨语言即时通信、实时互译双语呈现、自动母语化界面、多平台多语言一键发布、专业语料库、邮件自动翻译、人工校对双管齐下等。

5. 法律服务。做贸易，进出口法律风险规避不可忽视关注各国海关商检的最新法律动态与实践，海外注册、侵权应对、许可证、报税 VAT、跨国转移定价、海关稽查、专项法律审计等。  
6.营销分析。数字广告分析有巨大潜力，中国广告业的规模大约仅为美国的 1/4，将媒体网站流量转化为收入，在线营销将向细分人群、精准投放、效果营销及精品营销发展。