

“优物派”跨境平台运营项目实施方案

1. 项目背景

1.1 揭阳市跨境电商发展前景可期

2022年2月8日，为发挥跨境电商助力传统产业转型升级、促进产业数字化发展的积极作用，国务院批复同意在鄂尔多斯市、扬州市、阿拉山口市等27个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区，揭阳市名列其中（国函〔2022〕8号），广东已实现跨境电子商务综试区全覆盖，因此跨境电商发展前景十分可期。近两年来，揭阳也出台了一系列促进跨境电子商务高质量发展若干措施（揭府办〔2021〕41号）以及中国（揭阳）跨境电子商务综合试验区实施方案（2022年4月12日发布），揭阳正大力促进跨境电商发展。

1.2 揭阳拖鞋传统特色产品基础好，外向型明显，适合跨境电商平台销售

揭阳制鞋产业历史悠久，改革开放特别是揭阳建市以来，在秉承传统工艺文化的基础上，不断创新、发展、壮大，现已形成了冷粘工艺鞋、休闲鞋、运动鞋、水晶鞋、拖鞋等规模庞大的成品鞋产业集群，形成从原料供应、生产到销售的完整产业链条，产品畅销全国及世界各地，成为揭阳市最具活力的特色支柱产业之一。2011年，揭阳市被中国塑料加工工业协会授予“中国塑料时尚鞋之都”称号。2015年11月通过复评考核，继续成为我国现有三大鞋都之一。综上所述，揭阳塑料拖鞋传统特色产业基础实力好，外向型经济模式成熟，具有适应跨境电商特色鲜明品种繁多的个人消费品生产能力。

1.3 跨境电商行业发展遭遇人才瓶颈

随着广东省各地跨境电商产业发展，既懂电子商务又懂国际贸易、商务外语、市场营销等专业知识的复合型跨境人才缺口严重，因此高职院校有必要开展跨境电商教学，不断提高学生的实践能力、创新能力，培养“亲

产业型”的跨境电商人才，对缓解跨境电商人才短缺状况助推跨境电商行业发展具有非常重要的意义。

1.4 深化校企合作，培养学生的实操技能，激发学生学习创业兴趣

为进一步促进学生掌握跨境电商理论知识和操作技能，深化校企合作以及产学研成效，学校已与广东大潮汇企业服务有限公司合作开展“大潮汇”订单班，定向培养高技能跨境电商应用型人才，同时也联合成立一家企业（揭阳市榕城区优物派电子商务商行），真实运营跨境电商业务，以平台实践反哺课程教学。

2. 项目介绍

2.1 公司简介

揭阳市榕城区优物派电子商务商行成立于2022年，位于广东省揭阳市，是一家以从事零售业为主的企业，经营场所是学校图书馆5楼电商创业孵化基地，主营互联网销售、互联网直播服务、服装服饰批发、鞋帽批发、日用百货销售等业务。4月8日已完成工商营业登记。

目前项目主要致力于鞋类产品的跨境平台销售，店铺已于2022年5月5日营业，经营产品包括包头凉鞋、EVA拖鞋、EVA棉鞋、人字拖、果冻鞋、童鞋、水松等，产品以时尚的款式、合理的价格、可靠的质量出口到国际市场，所有的产品都符合国际质量标准，受到世界各地不同市场的欢迎。

优物派是依托阿里巴巴国际站为中国制造提供跨境电商服务。因此，优物派的Logo设计理念主要是以深蓝色为主打底色，“优物派”三个字具有中国风，还有类似于地球的形状，寓意中国制造也具有国际化。



图 1 注册企业（揭阳市榕城区优物派电子商务商行）营业执照



图 2 优物派 LOGO

2.2 项目进展情况

项目在校内外导师的联合指导下，已经启动，并已成功获得揭阳市大学生创业基金扶持。店铺自 5 月 5 号上线以来，90 天内新品链接 314 件，其中：现货产品 164 件、定制产品 150 件；发布潜力品（60-80 分）404 件，达到实力优品（80-100 分）4 件，发布定向征品总计 413 件。拍摄 True View 视频共 37 条，达到优质视频 34 条，为店铺带来了曝光数 1081，询盘 1 条。7 月份成交 1 单样品单，8 月份成交 1 单，9 月份成交 1 单，其余询盘正与采购商谈判中。8 月份已完成店铺装修工作，目前进行店铺日常运行，上链接、SEO 优化、直通车推广、报价、接单、发货等。

根据店铺数据显示，客户大多来自美国、尼日利亚、菲律宾等国家。商机多多，询盘不断。据8月28日实时数据显示，最高峰店铺曝光数达到2028，询盘最高回复率100%，极速回复率累计58.97%。大多客户通过搜索、询盘&TM进入，商机转化率过半。

优物派利用“跨境电商+中国制造”的发展模式，依托当下跨境电商热潮，把揭阳制造推广出去，借助国际物流优势，实现跨境产品与国外消费者的对接，实现跨境产品相互交易，在资源整合、市场开发、人才培养等方面，将发挥强大的优势。

阿里店铺网站如下：Jieyang Rongcheng Youwupai E-Commerce Firm - Women Shoes, slippers (alibaba.com)

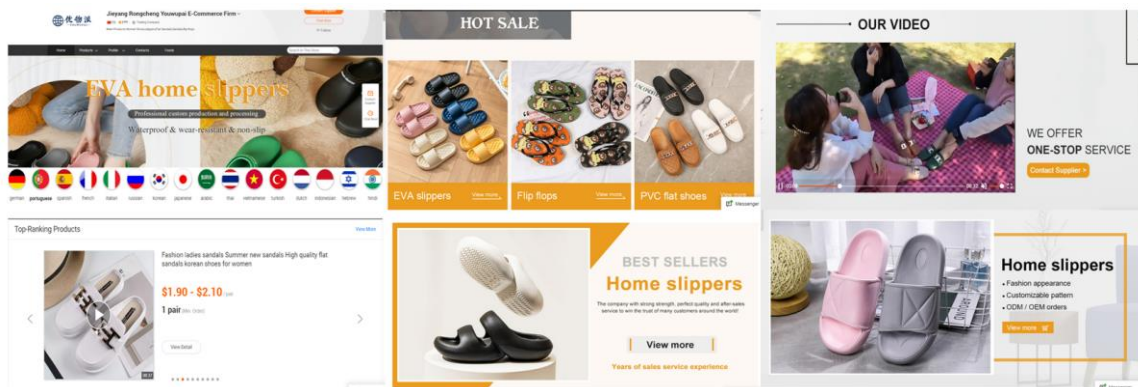


图3 “优物派”店铺首页部分模块展示

营销信息状态: 全部(413) | 审核通过(413) | 审核不通过(0) | 审核中(0) | 草稿(0)

请输入产品名称 请输入产品型号 全部

营销视图 总数: 413 | 自定义列

分配给 1/9 >




营销品名	产品类型	价格	负责人	更新时间	作	产品分层	状态	月曝光量	操作
<input type="checkbox"/>  Summer women's shoes sandals casual thin 型号: SY-016 分组: Flat shoes>D1 ID: 1600504726655	Customization	US \$1.47 - 1.52/ Pair	Jyyouwupai	2022-08-27	作	实力优品	审核通过 已上架	278	修改产品视频 编辑
<input type="checkbox"/>  Cheap Lady Slipper Waterproof High Quality 型号: FS-008 分组: flip flops ID: 1600605814331	Ready to Ship	US \$1.60 - 1.80/ Pair	Jyyouwupai	2022-08-27	作	层级计算中	审核通过 已上架	0	修改产品视频 编辑
<input type="checkbox"/>  2022 PVC Slippers Women's Summer Soft 型号: AT-012-3 分组: EVA rubber plastic slippers>Couples slippers ID: 1600605801327	Customization	US \$3.60 - 3.70/ Pair	Jyyouwupai	2022-08-27	作	层级计算中	审核通过 已上架	0	修改产品视频 编辑

图4 发布的产品信息 (2022-08-28)



图5 拍摄 True view 视频后台数据 (2022-08-28)

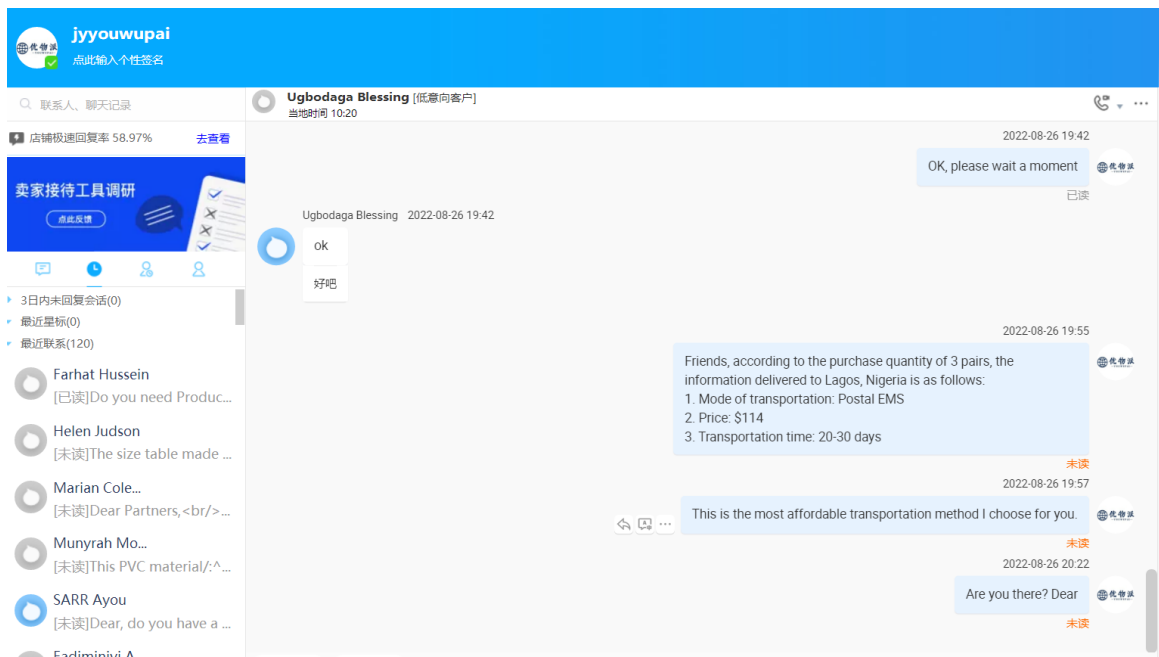


图6 日常询盘 (2022-08-28)

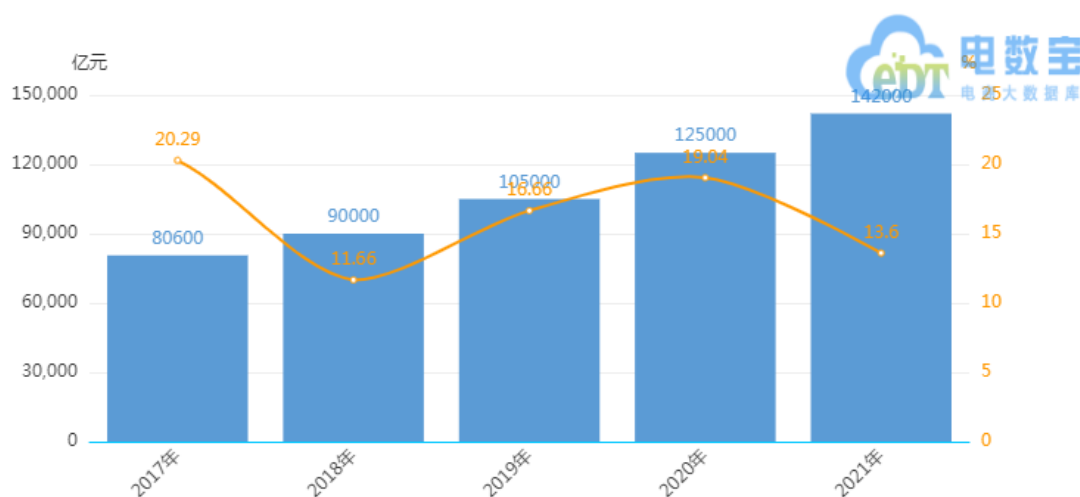
3. 行业与市场

3.1 行业分析

跨境电商定义为狭义指跨境零售电商，分属于不同关境的交易主体，借助互联网达成交易、支付结算，并通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程，包括：9610、1210、1239 等海关监管代码模式。广义网经社

定义为电子商务在进出口贸易及零售中的应用，包括：进出口跨境电商、跨境电商（B2B、B2C、C2C）以及 9710、9810 等海关监管代码和相关建站、SAAS、供应链、物流、海外仓、支付、金融等服务商。

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，2021 年中国跨境电商市场规模 14.2 万亿元，较 2020 年的 12.5 万亿元同比增长 13.6%，增速较上一年下降 5.44 个百分点。2017-2020 年市场规模（增速）分别为 8.06 万亿元（20.29%）、9 万亿元（11.66%）、10.5 万亿元（16.66%）、12.5 万亿元（19.04%）。2021 年跨境电商仍然保持较快增速，国内消费升级对海淘商品需求量大，出口电商市场更是庞大，巨大市场发展空间支撑了行业快速发展。

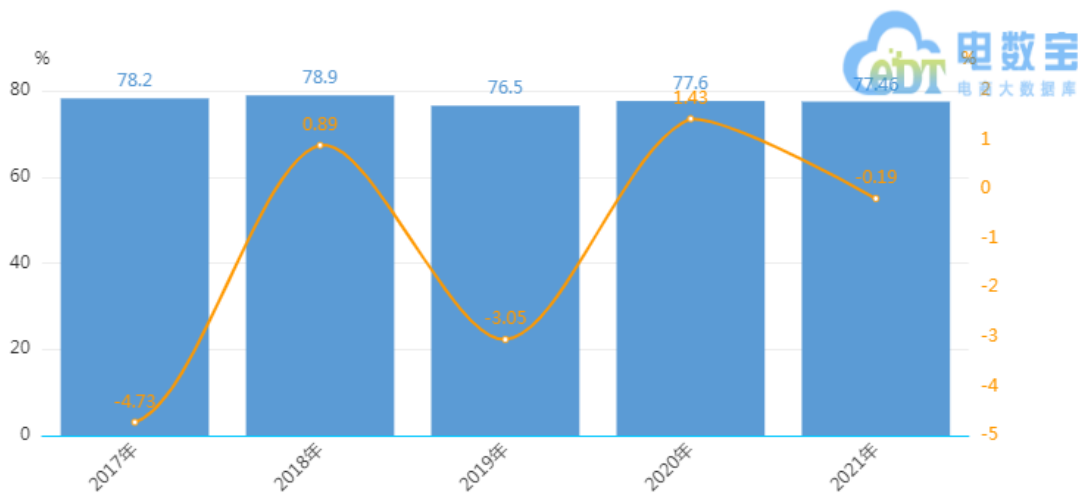


图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

图 7 跨境电商行业交易规模及其增长率数据图

2021 年，中国跨境电商的进出口结构上，出口占比达到 77.46%，进口比例 22.54%。目前进口与出口跨境电商市场在政策鼓励、税收优惠等助推下均已达到一定规模初步成熟，市场核心驱动力是需求及生产端对海外的领先。日趋完善的出口电商逐步形成规模，倒逼管理精细化。在产品端，从白牌走向品牌，从成本优势过渡到产品力优势。



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

图8 跨境电商行业出口占比及其增长率数据图

据我国海关统计,2021年1-6月,我国跨境电商贸易额同比增长28.6%,其中出口贸易增长44.1%,明显高于外贸整体增速;2021年1-7月,我国进出口、出口、进口规模分别为21.3、11.7、9.7万亿元,均创历史同期新高,同比分别增长24.5%、24.5%、24.4%,三项增速均为10年来新高。通过数据我们可以看到,跨境电商的发展趋势十分可观,跨境电商动能持续增强,外贸新业态新模式保持高速增长。

1.2 跨境电商成为外贸增长点, B2B仍是跨境电商主体

复合增速达25%, 跨境B2B电商在行业市场的占比为74.1%, 主体地位将不断强化



来源：艾瑞咨询《2021年中国新跨境电商B2B电商行业研究报告》

图9 中国进出口跨境电商总额

3.2 目标市场分析

目标市场主要以东南亚地区为首发，接着向欧洲和北美洲进发，再向全球推广。根据阿里巴巴国际站 2021 年 9 月数据，东南亚 5 国流量年同比增长超过三位数，大消费 13 个行业中，以 3C、服装、运动娱乐流量最高，但玩具流量涨幅最高。从买家角度，东南亚 5 国买家数最多的行业是家居园艺、服装、消费电子、玩具、鞋类和礼品工艺品买家数增长最快。流量来源方面，菲律宾、印尼占比最高，是国际站主要买家来源国。

综上所述，对于目前主流流量来源，我们选品鞋类，在东南亚 5 国买家数增长最快，属于蓝海市场。

4. 产品与服务

4.1 产品与服务

优物派作为一家跨境电商公司，优物派与揭阳制造厂家合作，从厂家进货，放在跨境电商平台上销售，主要销售产品为揭阳制造的鞋、不锈钢制品、服装、塑料制品等。我们会主动去挖掘，揭阳制造的特点运用我们专业的跨境电商技能，把揭阳制造成功推销出去，以揭阳制造鞋、不锈钢制品、服装、塑料制品等，我们将向外推广揭阳特色产品。我们将在阿里巴巴国际站营销与运营我们的店铺，打破原有竞争激烈内路道路，让揭阳制造走出国门，行走千里。

随着电子信息技术和经济全球化的深入发展,使得电商在国际贸易领域的地位和作用日益凸显。揭阳作为“一带一路”纽带中关键位置，具备了一定程度的产业集聚发展条件，能够依托海运发展跨境的海外贸易，因而揭阳地区发展跨境电商产业具有天然的优势，跨境电商行业的迅速兴起使社会对高素质人才的需求量逐渐增多。不少高校通过与企业合作来培养理论知识扎实，实践能力强的专业性人才。有效的校企合作是加快跨境电商教学改革的重要途径。

4.2 产品介绍

一粒粒白色的塑胶加料搅拌上色，然后被倒进机器中，一次性注塑成型，华丽变身变成一双塑料鞋，再经过设计装饰、烘干定型，一双美观、环保、轻便、舒适的鞋子就呈现在眼前。

揭阳制鞋产业历史悠久，改革开放特别是揭阳建市以来，揭阳制鞋产业在秉承传统工艺文化的基础上，不断创新、发展、壮大，现已形成了冷粘工艺鞋、休闲鞋、运动鞋、水晶鞋、拖鞋等规模庞大的成品鞋产业集群，形成从原料供应、生产到销售的完整产业链条，产品畅销全国及世界各地，成为揭阳市最具活力的特色支柱产业之一。

优物派与揭阳制造厂家合作，从厂家进货，放在跨境电商平台上销售，主要销售鞋制品。

产品展示如下：



图 10 店铺经营产品类目

4.3 商业模式

基于国际贸易变化、买卖双方类型、采购场景、业务特点等，阿里巴巴国际站推出分场景营销，重点布局定制场景和现货场景。因此，项目商业模式是做好跨境电商双赛道 1+1 运营。

一是定制赛道。客户主要针对品牌商、中大型零售商、工厂，订单量大，金额较高。项目与合达、壮兴、正居等工厂合作，客户下单后，联系工厂生产，生产完成后优物派进行验货，并联系货运代理公司（货代）进行发货。

二是现货赛道。客户主要是中小型批发商、小型零售商、小 B 买家等，订单碎片化、下单周期短、利润高的蓝海市场。客户下单后，如果是样品单，直接由货代从工厂取货后进行发货；如果订单量较大、样式较多，优物派先验货，再联系货代公司进行发货。



图 11 项目商业模式图

5. 项目运营方案

5.1 平台日常工作

我们项目是以大三订单班学员带领大二项目组成员开展平台运营，充分发挥“以老带新”传帮带的作用。平台落地执行一般需要完成 11 个步骤：

(1) 确定行业细分选品；(2) 店铺装修，准备上链接具体相关资料；(3) 上链接；(4) 调整标题关键词；(5) 直通车推广；(6) 调整推广内容；(7) 学习外贸相关文件及工具；(8) 学习外贸谈判（报价）；(9) 接单，与厂家对接生产细节；(10) 生产、发货及运输；(11) 二次营销，复购。3 至 11 步骤不断重复。

日常工作包括但不限于拍摄产品图片，制作详情页，上链接，SEO 优化，做好客户跟进工作等。



图 12 平台落地执行的步骤



图 13 拍摄产品主图，制作产品详情页（作品来自大三订单班学员）

A	B	C	D
		等级	
联系人	Elisabeth Salumu	国家	GA加蓬
公司网址		电子邮箱	
电话		销售平台	
其他联系方式		备注	
询盘需求		最常采购行业	Pumps Slides Slippers Heeled Sandals Flat Sandals Casual Dresses
询价时间	2022/7/3	备用4	
跟进日期	跟进反馈		备注
		等级	
联系人	Cydrick Kalitsiro	国家	US美国
公司网址		电子邮箱	
电话	265995362100	销售平台	
其他联系方式		备注	
询盘需求		最常采购行业	Hiking Boots All-in-One Computers Laptops Snow Boots Up-holstered Beds
询价时间	2022/8/21	备用4	
跟进日期	跟进反馈		备注

图 14 做好客户跟进工作

5.2 平台运营规划

整个平台处于起步阶段，需要逐步完善。目前店铺成交订单较少，成交金额不高，销售成效暂不明显。下来将从几个阶段来运营：

第一阶段：平台完善（持续上新）阶段。店铺开通 30 天内完成 4 项任务（发布 1 条非低质视频产品、橱窗使用满 10 个、发布 50 个潜力品、开通信保），完成任务可获得新店流量扶持，新店铺加速启动；开通三个月需上传 300 条链接，第二个月至少上传 50 个定向正品、80 个潜力品。适合平台类目符合的话题，发布行业定向征品（国际站买家热搜商品），获取首页曝光、首页场景曝光和大促曝光抢占更多的资源流量。

第二阶段：搜索引擎优化（SEO 优化）阶段。前期缺乏外贸经验，跨境电商经验产品上传之后要调整优化标题关键词，营销词+属性词+形容词+产品核心词，控制 130 字符以内，做到覆盖更多关键词，提升产品相关匹配度。

第三阶段：直通车推广（SEM 推广）阶段。由于前期的新店流量扶持以及 SEO 优化、优质视频引流等，店铺流量有所提升，实力优品数量增加。通过开通直通车，产品将会得到更好的曝光，海外采购商点击后生成询盘，需及时回复询盘信息，并利用外贸谈判技巧，做好 RFQ 报价并跟进客户。直通车开通之后，根据实际情况数据报表进行优化直通车。

第四阶段：稳定阶段。经过前期的上链接引流、标题关键词优化、直通车推广，平台数据逐步趋于稳定，此时又继续进入上链接发品阶段。

6. 机会与风险

6.1 机遇

全球化布局的常态化为企业发展跨境电商铺平了道路，新兴市场崛起为企业发展跨境电商开辟了巨大的市场空间。而且跨境电商的门槛低成本小，货源选好之后无需自己的存储空间，节约了大量的成本。由于交易在网络上进行，市场及其广阔使宣传可以达到事半功倍的效果。

6.2 风险

国际形势因素：国际政治形势不稳定可能影响到跨境电商的发展。

国际物流因素：货品在跨越国境和自然环境等情况的影响下会影响物品运输，时间过长或者成本过高以及货物被扣关都会使得跨境运输的效率远远不如境内。由于运输距离过长可能会导致货物缺损、丢件等现象，很容易失去海外客户的信任。

产品供应链因素：作为一家贸易型企业，没有自己的产品供应链。如果没有充足的货源保证，客户下单后没有现货发出，会影响订单进度，严

重的话会影响店铺的信誉度以及评价，更严重的是平台可能会对店铺进行降权惩罚。所以运营店铺时，卖家一定要保证有稳定、可靠、充足的货源。

6.3 风险控制

国际物流方面，传统的物流模式已无法和电子商务发展形成统一的步伐，传统的物流模式显然不能够满足当前跨境电子商务的发展需求，而现代化的跨境电子商务也必须要更新物流模式，以此来构建完整的跨境电子商务物流体系。跨境电子商务的物流体系一般是国际邮件包裹和国际快递。然而，电子商务的快速发展使得传统物流体系的弊端日益明显，未来的跨境电子商务物流的发展势必是电子商务和物流共同发展创新的模式，而要实现跨境电子商务和物流模式的创新势必要进行网络化协调发展，全面促进提升第四方物流为代表的物流信息现代化，实行跨境物流本地化经营，加强与当地物流公司的合作。

产品供应链方面，卖家一定要形成自己的一套解决方案，除了选择合适的供应商，还要有备选供应商，保证货源充足，解决货源问题。并且维系与供应商之间的关系，与供应随时保持沟通。