

# 跨境电商系统开发 , 跨境电商系统源码 , 跨境电商系统:进口跨境电商新零售O2O成功案例

产品名称	跨境电商系统开发 , 跨境电商系统源码 , 跨境电商系统:进口跨境电商新零售O2O成功案例
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

## 产品详情

### 跨境电商系统:进口跨境电商新零售O2O成功案例

内容摘要1、本文列举进口跨境电商、新零售O2O成功案例2、跨境O2O支撑系统:跨境版(ERP)+移动端(APP+小程序)+跨境门店(UPOS)3、附:进口跨境电商新零售&O2O解决方案案例1:中大门—全国/首/家“秒通关”跨境购物公园客户背景:作为河南保税物流中心的全资子公司,中大国际购物公园定位在基于E贸易的O2O式跨境电子商务平台,是全国跨境电商综合试验区代表,采用B2B2C模式打造全品类的消费体验。全球好货精挑细选,涵盖进口母婴用品、美妆个护、服饰鞋包、生鲜美食、汽车等多种跨境商品,满足一切购物需求。模式解析:伴随着“一带一路”和“网上丝绸之路”的推进,在跨境的红海之中,中大门依靠其河南保税物流中心+E贸易的背景,2017年9月1日,中大门国际购物公园全新启幕。引入多业态和多商家,包括跨境电商、聚美优品等,涵盖多种跨境商品品类,开设线下体验店。解决方案:在后端通过全渠道ERP系统对接E贸易系统、“秒通关”的信息化系统,大幅提升海关报检和三单对接效率,为顾客跨境O2O提货加码速度。在前端体验中心,借助APP自营馆,搭建海量商品移动商城。进而打通PC端、门店端、移动端,构建全渠道O2O商圈平台。此外,基于秒通关技术,创新地引入“前店后仓”模式,实现跨境O2O线上下单线下2分钟报关提货。案例2:贝莱优品-全渠道跨境零售商客户背景:贝莱优品,精选来自德国、日本、荷兰、澳洲、法国等全球11个国家和地区的优质产品,涵盖母婴、彩妆、护肤、保健品、日品、食品等上百种品类,包括POLA、freeplus、森田、DHC、花王等国内消费者钟爱的品牌,为顾客提供便利的跨境商品直购体验。目前,除了网上商城之外,贝莱优品已在全国各省市落地30家实体门店。模式解析:2016年7月,贝莱优品携手笔者公司布局全渠道零售系统,特别搭建了独立的线上社群电商平台—贝莱优品APP,通过统筹线上线下多渠道复杂数据,以“PC/APP/门店”三端合一的O2O模式,为消费者提供全新的新零售购物体验。在贝莱优品,顾客可以通过网上商城和APP下单,也可以直接“杀”到实体店血拼,购物方式更多样、且线上线下货源完全一致。对于消费者来说,实体店就在那里,想要退货很方便,质量有保障,比单纯的网购更安心。贝莱优品还借助笔者公司强大的跨境ERP管理系统,对接重庆保税仓系统,轻松处理跨境商品的下单、报关、发货,提高跨境商品的通关报税效率,让顾客更快拿到

心心念念的商品。原创:跨境电商方案、系统顾问,陈景尧先生(门门),转载请注明出处融资情况:2018年11月,贝莱优品获2500万Pre-A轮融资!案例3:胡萝卜村—首家完全整合跨境电商全产业链客户背景:胡萝卜村是一家整合跨境电商全产业链的公司,在福建、山东、香港、德国等地注册分公司,根植广州。务板块涵盖海外采购、供应链、国际物流业务、保税仓储业务、零售业务、连锁加盟业务等多个板块。模式解析:胡萝卜村通过笔者公司全渠道零售系统,在前端借助来店易APP和UPOS,实现跨境商品线上交易与顾客移动营销。通过自建欧洲“下单一批采购—集货空运—保税仓清关—快递发货”的集货直邮路线,实现线上下单线下实体店提货或保税仓发货到家。在后端借助跨境ERP系统,对接各大线上跨境平台,与宁波、广州、郑州等国内保税区,处理商品下单、报关、发货与退换货服务等,形成全渠道销售+O2O服务闭环,重塑跨境电商产业链。案例4:唯你宝贝--跨境母婴新零售品牌客户背景:越洋购集团旗下的母婴品牌,是一个集移动应用、线上商城和线下实体店于一身的多渠道进口高端母婴品牌。唯你宝贝整合了上千个优质的进口母婴品牌,建立了完善的供应商服务体系,通过打造新零售数据架构、紧密的育儿交流平台和完善的服务体系,成为百万个孕婴童创新型家庭生活全渠道服务品牌。模式解析:多家全球精品品牌入驻唯你宝贝,由于商品多为批量采购,供应渠道纷杂管理难度大。借助跨境电商ERP,除了帮助越洋购对接全渠道,将实现线上线下商品、顾客、营销、交易数据一体化,还协助攻克分销渠道及供应链管理的难题,真正用数字化提升运营管理效率。在唯你宝贝的实体店,顾客可以直接上门购买、体验,还可以通过网上商城和唯你宝贝APP下单、快递送货上门。笔者公司为唯你宝贝提供了导购端APP,店内导购通过数字化移动端即可在线上与顾客实时联系,管理顾客数据,掌握消费者动向。不单如此,借用笔者公司UPOS-智能i]店管理系统,门店里面还引入了智能触摸屏设备,增强线下用户的体验感。案例5:环球辣妈港—西北首家O2O跨境母婴电商购物平台客户背景:环球辣妈港是西北首家O2O跨境母婴电商购物平台体验店,于2015年,在曲江大唐不夜城曼蒂广场-楼正式营业。800m的空间、国际范陈列风格、高科技智能硬件给顾客以优雅自在的购物体验。创始人投身媒体行业十余年的前《女友》杂志社总编,袁倩。环球辣妈港以“有价值、有颜值、有温度”为主旨,以保税店为基础,扩建多家分店,同时发展了多家加盟商,引进联营。模式解析:为做到“以母婴为突破口,未来覆盖辣妈生态链上的一切”,于是在2016年初,环球辣妈通过与笔者公司合作,成功打造了一个“线上商城+移动APP+智能门店”的全渠道零售平台,进而率领先占领西北母婴O2O的高地。为满足消费者个性化、多领化需求,环球辣妈借助全渠道O2O模式,开拓更丰富的渠道市场,并结合智能机器人等智能设备、以及人脸支付技术获取用户,为顾客打造多元化的购物场景和丰富的跨境商品品类。通过后端跨境版ERP、前端APP以及门店UPOS系统的贯通对接,环球辣妈根据收集到的用户喜好和消费大数据,快速做出运营决策,并整合线上线下资源,全面满足消费者的购物需求。案例6:白鹭跨境购—晋商跨境电商代表客户背景:广州市白欣鹭贸易有限公司旗下品牌—白鹭,同时成为《全球晋商俱乐部》副理事长单位和《全球晋商俱乐部》驻广东省运营管理中心。作为山西本土晋商跨境购品牌,依靠总部的南沙自贸区地理优势,对接国家10个保税仓,经营涵盖全球进口商品7大类11万种,线下体验店精选美妆护肤、营养保健、母婴用品、日化洗护、进口红酒、精品百货等4000多种商品。更多海量进口商品线上同步在售,是国内的o2o跨境电商平台。模式解析:跨境零售必须落地线下。经过长期的市场调研,白鹭跨境购终牵手笔者公司,构建了“线下体验店+移动商城(APP+城+小程序)”的O2O跨境购品牌。利用后端ERP系统,一体管理多个销售前端,打通线上线下、前端后台,实现数字化运营,使人和货在多种渠道销售场景下深度串联。通过移动端工具与顾客形成互动,增加实体店与消费者的粘性。结合线下店“前店后馆”体验式购物,除设有全球商品体验区外,还包括咖啡区、书吧、花艺休闲区,并向三、四线城市辐射线上订单,发货方便快捷,物流包邮到家。案例7:国贸跨境购—宜昌市跨境新零售2客户背景:湖北国贸集团创立于1996年,已形成现代百货、旅游酒店、超市物流、现代茶业、跨境O2O等多产业抱团发展的良好格局。湖北国贸全球购是湖北国贸集团旗下跨境O2O商城,主营进口母婴、保健、美妆、日化、家居及轻奢产品,提供给消费者足不出户,就可全球买买买的优质购物体验。模式解析:2017年5月,国贸全球购携手笔者公司搭建“B2C+O2O”的跨境新零售销售模式,布局PMS新零售系统,为消费者提供APP购、H5购、扫码购、门店购等全渠道全场景的购物体验。截止2018年8月份,开有湖北宜昌国贸店、新天地、恩施、天门等4家O2O体验店,已累计会员数逾2万,客均单价400+,凭借良好的业绩,成为宜昌市跨境新零售。案例8:江西爱可信项目介绍:总部位于澳洲的爱可信,是致力于提供澳洲乃至全世界优商品的海淘[折扣购物平台]。商品涵盖母婴用品、营养保健品、进口食品、化妆品、红酒及家纺服饰等,通过开设“爱可信体验馆+会员店+店中店”的跨境新零售模式,让国内顾客不“打飞的”也可以买到世界各地的“好货”。1.左手运营方法、右手增值服务为会员提供更多的增值服务!爱可信与幼儿园,电影院、中国移动、农商信用社、牛排店、火锅店都展开合作,并巧妙地利用品牌APP商城爱可信的[每日签到]功能,带来销量增长和顾客粘性。会员通过在APP每日签到

获得积分可以兑换电影票、牛排券、话费充值等,提升服务体验。在产品策略下功夫,每个月均会通过爆品[ ]活动,来触发消费者购物欲,吸引顾客进入商城,同时带动其他品类商品的销售。还会在APP端推送有价值的活动资讯,降价通知、粉丝试吃等活动。2. ”黑科技”新零售体验店,线上下单,当日达舸信线下门店全球购体验店,定位为“智能体验店”,智能触屏商城、VR购、电子价签、二维码商品标签、智能收银系统.....遍布着各种“黑科技”的智慧应用。同时,爱可信死磕配送服务,消费者在线上下单完税商品,当日就可以送达。3.爱可信会员品质生活馆,让会员尊享品质体验爱可信会员品质生活馆,以“打造品质生活,健康家庭,-切为了孩子”为核心,推出了3D照相区、潮人直播间,还不定期的举行插花、舞蹈、绘画、母婴课程、少儿英语、家庭教育、试吃活动等,让会员尊享品质体验。4.店中店背靠大润发,通过ERP管理多端分销爱可信店中店--大润发宜黄店,凭借ERP分销管理系统和依托大润发商超大购物空间和巨大客流量,通过“零售+商超”的有机结合,大润发爱可信跨境完税商品区看得见,摸得着,打破传统“代购”的假怀疑虑。那么分销渠道众多的爱可信,货品要如何管理?依靠ERP管理系统作支撑,爱可信同时管理多渠道货品出库入库,跟踪销量、订单情况,提升店铺运营效率。跨境电商新零售O2O方案为了增加消费者的购物体验,跨境电商一方面可以通过开设跨境体验店,通过小程序门店扫码、线上APP商城等全渠道全场景营销,优化顾客体验;并借助新零售ERP管理系统对接物流与海关,加快三单对碰的通关速度,提高经营效率。同时,通过多元零售场景与分销渠道,销售全球商品,全渠道营销顾客。网经社旗下电子商务研究中心发布《2022年度中国进口跨境电商发展报告》(以下简称“报告”),对中国进口消费市场进行分析与解读,其中母婴行业成为消费热点。近年来,随着中国消费升级步伐的加快,国民对进口消费品需求不断增强,越来越多国外品牌希望进入中国市场并获得持续发展。网经社-电子商务研究中心主任曹磊指出,进口跨境电商平台的出现,带动了跨境网购用户逐年增加,中国进口跨境电商市场规模增速迅猛,2015年由于进口税收政策的规范以及部分进口商品关税的降低,进口跨境电商呈爆发式增长。报告显示,2022年包括B2B、B2C、C2C和O2O等模式在内的中国进口跨境电商交易规模达19000亿元(人民币,下同),同比增长26.7%。随着移动互联网的普及与全球消费观念的兴起,用户对高品质跨境电商的需求将进一步增加。值得关注的是,报告指出,进口跨境电商已形成“三个梯队”,梯队为网易考拉、海國全球、国际等”头部平台”,规模大、流量大、品牌多。第二梯队为洋码头、唯品国际、聚美极速免税店等。第三梯队大多为蜜芽、贝、宝树、贝格子等母婴类产品平台。而在投融资上,2018年mikibobo隅田川、海拍客、海带、宝妈环球购、全球时刻、别样、贝莱优品、行云全球汇、KK馆等十家进口跨境电商获得融资总金额超30亿元,其中有5家在母婴领域对此,曹磊认为,伴随着“二胎”政策开放,母婴进口市场潜力巨大,电商巨头在母婴行业线上线下融合布局明显,例如苏宁4亿抄底红孩子,声称要开1000家母婴体验店等。”基于行业的特殊性和新零售风口,母婴行业-定要走到线下,并粗走出自己的特色,只有线下财有区域和市场层级的差异化。同时,报告通过对全国近百家跨境电商全年度真实用户投诉案例大数据分析,依据反馈率、反馈时效、满意度等多项指标的模型评估,公布了“2018年全国跨境电商TOP10消费投诉榜”。其中,跨境电商网购投诉占网络消费整体投诉的6.82%。曹磊表示,跨境商品真假难辨、流通信息不透明、物流慢、退换货困难等问题也是跨境电商平台在提升用户体验方面必须迈过的槛。跨境电商新零售怎么做?1、全渠道全场景运营:开设跨境体验店,通过多元零售场景和分销渠道,将顾客全面数字化。21)跨境电商全渠道全场景运营顾客数字化:散客-小程序2)跨境电商全渠道全场景运营顾客数字化:普通会员-城3)跨境电商全渠道全场景运营顾客数字化:超级会员-APP4)跨境电商全渠道全场景运营零售场景:店中店触屏购5)跨境电商全渠道全场景运营零售场景:店铺现货购6)跨境电商全渠道全场景运营零售场景:网购平台购(针对开展第三方平台业务的跨境商家)7)跨境电商全渠道全场景运营零售场景:样品卡片购(针对保税商品,样品+二维码展示)8)跨境电商全渠道全场景运营零售场景:社交分享购(针对+微博等社交平台分享)9)跨境电商全渠道全场景运营分销渠道:线下批发(针对完税商品)10)跨境电商全渠道全场景运营分销渠道:网络分销(针对第三方平台,发展代理商-一件代发BbC模式)11)跨境电商全渠道全场景运营分销渠道:门店代发(针对合作i]店完税模式或支持自提情况下)12)跨境电商全渠道全场景运营分销渠道:(利用社交电商,招募、创客、达人,带动销售,自动返佣)13)跨境电商全渠道全场景运营:分销渠道:合作店(针对合作店,提供店中店触屏商城)2、对接供应链:对接多渠道供应链,丰富跨境商品品类与服务。通过后台ERP系统对接海外进口跨境商品,同时引入国产优质商品,丰富跨境商品品类与服务。3、对接报关程序:对接支付机构、物流公司、通关平台,三单台一集中申报。4、开展线下自提业务:针对部分保税自购中心,在政策允许条件下,开展线上下单、门店自提业务。

知无不言,分享知识,分享成长,分享价值。以上就是本次门门分享的内容,旨在交流探讨模式。感谢大家认真看到这里,对以上模式感兴趣的朋友可以跟门门私聊或留言!门门都会一一回复