

深圳直达西班牙跨境物流

产品名称	深圳直达西班牙跨境物流
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司
价格	12.00/件
规格参数	跨境物流:电商小包 跨境物流:物流COD 跨境物流:一件代发
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	18574430824 18574430824

产品详情

“目前国内电商市场竞争日益激烈,很多人已经开始考虑转向跨境电商了。”周丽是深圳一位数码周边产品卖家。对于当下话题度日渐走高的跨境电商,她与大多数国内商家一样表现出浓厚的兴趣。

然而从文化差异、语言问题,再到市场洞察、营销引流、用户运营,跨境电商立足海外市场,提供了更广阔天地的同时,似乎也给国内商家制造了更多的经营信息差。“对于刚开始尝试进入海外市场的我们来说,作为厂家我们要如何与跨境平台达成合作,以什么样渠道将产品销出去,又该用什么样的策略吸引更多客户,这些都是需要面对的问题。”

宏观与微观视角下,跨境电商似乎有着截然不同的表现。一方面是不不断加码的政策扶持以及不断回暖的市场温度。在过去一年间,针对关税、运输、退货等环节的一系列政策推出,促进跨境电商行业更规范、更快速地发展。

另一方面则是对于中小商家来说略高的门槛。周丽无奈表示,“像我们这样毫无出海经验的商家,要想盈利还得下一番苦工夫。”

AB面后,折射出的是跨境电商卖家在不断变化的局势下,努力谋求生存的韧劲与智慧,而万兴播爆、Shulex等新兴AI工具,可能是一种答案。

跨境赛道升温 TikTok Shop爆火

近年来,国内电商市场竞争愈发激烈,为寻求新的增长点,越来越多的中国企业开始将目光投向海外市场,将业务拓展至跨境电商领域。数据显示,2022年中国跨境电商进出口规模首次突破2万亿元人民币,达到2.1万亿元人民币,比2021年增长7.1%。

海外消费者逐渐养成的线上消费习惯是跨境电商增长的*大机会点之一。数据显示,过去三年,通过App进行网购的全球消费者增加了43%。此外,有越来越多的消费者选择跨境购物,据Seven Senders的调研表明,在

欧洲15个主要电商市场的B2C总销售额中,有22%来自跨境零售,有73%的网购者选择了海外商家。

在亚马逊卖家李峥看来,国内商家在海外电商市场还是有竞争力的。“跨境电商产品种类的多样性、性价比等因素,为消费者提供了更多的选择空间”,李峥表示。

除了市场增量及国内卖家自身优势之外,近两年崛起的新兴平台也为国内跨境商家带来了更多的可能性。

“TikTok Shop、Temu等新兴移动端销售渠道的出现,进一步拓宽了跨境电商市场的发展前景。这对于那些积极拓展全球市场的企业来说,无疑是一个巨大的机遇。”李峥认为。

2021年,TikTokShop先后在英国和印尼上线,并在之后的两年里逐渐扩展至泰国、越南、菲律宾、新加坡等国家。对于大多数中国跨境贸易商户而言,TikTok已成为近几年*重要的赚钱机遇。在知乎、即刻、甚至小红书上,越来越多的“小白”发帖请教如何在TikTok上开店赚钱。

然而钱真的这么好挣到吗?许多中小商家的答案可能是否定的。

青涩成长的跨境“新绿洲”

暴涨的风口背后,是中小卖家的艰难求生。其中,“蓝海求生记”第一部,便是不断被平台压低的利润。

近年来,随着TikTok Shop、Temu等平台相继出海,加上亚马逊等平台对中国卖家的政策变化,不少跨境电商卖家开始转向新兴平台。然而,TikTok的**电商转型之路并非一片坦途。

对身处其中的商家和***们而言,虽然TikTok有着巨大的**,但在尚未培养起**购物习惯的海外市场,尤其是欧美市场,TikTok目前还只是像2018、2019年的**电商那样,处于“青涩的成长期”。

Temu像其国内版本拼多多一样,出海不久即陷入“低价漩涡”。

“除非你有工厂,供应链非常有优势,那么可以考虑做Temu。”跨境商家老卖家林风认为,和拼多多一样,Temu的定价权完全掌握在平台手中,商家几乎没有话语权可言,这导致商家在平台上的单笔利润被无限压低。

作为国内走出去的两大平台,TikTok和Temu成为了不少跨境电商卖家心中的“新绿洲”。虽然目前平台针对商家推出了很多补贴,从一定程度上减轻了低价策略带来的影响,然而价格战能打多久?许多像林风一样的老卖家还是持怀疑态度的。

万兴播爆等AI工具,助力跨境营销降本增效

除了平台本身不断压缩商家利润空间之外,跨境营销因为语言、文化等问题,成本高企,导致**的获取成本也水涨船高。周丽踩过的坑可能可以代表很多初涉足跨境电商的“小白”卖家。

已有不少国内电商经验的周丽,在短视频营销上自认为已是“熟门熟路”,然而在试跑一段时间后,周丽还是被断崖式下跌的ROI数据惊到了。经过一番分析,周丽将问题定位在剧增的营销视频制作费用上。

此前,周丽一般会找低价模特,一次性录制多个产品的口播介绍视频,以压低制作成本,然而这一策略在她转向跨境电商之后失去了原有的效用。相比没有模特出镜的视频,真人口播视频的一大目的在于增强观众的信任度,但这也意味着在模特的选择上,商家需要尽量贴近观众熟悉的形象,才能够将观众的信任度调至*大化——换句话说,为了更好触达海外消费者,周丽需要聘请外籍模特来拍摄介绍视频,而这也是导致周丽视频制作费用大幅增加的主因。

相比国内模特,聘请外籍模特的成本要高很多,“我这边的资源价格是200-1000美元/天”,周丽介绍道,“而且外籍模特不仅是价格问题,更有语言问题,比如虽然都是欧美人形象,但是我卖到德国的商品,总不能找一个只会说英语的外籍模特来用英语介绍吧。层层条件制约之下,我的选择余地大大缩减。”

(万兴科技旗下万兴播爆正成为跨境视频营销的优选)

周丽偶然在一次展会中,接触到AIGC产品,事情出现转机。目前,业内已有多家科技企业推出了数字人视频创作软件,包括腾讯、万兴科技等。此类软件一般会提供数字人形象,并支持用户通过输入文字,驱动数字人“对口型”,并生成全新的口播视频。

经过一番比对,周丽选定了由AIGC软件A股上市公司万兴科技(300624.SZ)打造的万兴播爆。万兴播爆是一款AIGC数字人营销短视频创作软件,为用户提供各国数字人形象、各国语言配音、营销视频模板、视频素材等视频制作各环节所需要的素材,以及一键切换配音、一键翻译、AI脚本生成等相关功能。

通过万兴播爆,周丽只需要把文案和产品图、产品视频素材等上传到软件上,AI就能自动帮她生成一则营销短视频,解决了模特贵、语言切换困难等难题,制作效率也大幅**。

像周丽一样转向跨境业务之后遇到营销费用上涨、**获取难度**的卖家不在少数。随着ChatGPT的爆红,AIGC工具正在快速涌现并迅速进入大众视野,在营销领域,AIGC技术的渗透也无处不在,市场上已有不少相关工具可供国内卖家选择。

跨境电商领域的AIGC类型很广,除了上文提到的营销侧降本增效工具外,还有一类是利用AIGC收集用户反馈,帮助产品改进的应用。其中比较有代表的是Shulex,可以全量抓取亚马逊等平台的评论进行消费者使用反馈分析,为后续产品开发和营销等方面提供参考。

此外,还有借助AIGC帮助写产品页面、开发信的产品,代表企业比如针对跨境中小商家的SaaS产品Kua.ai,目前已与出海、跨境**客户及平台如致欧、TCL、TYMO、店匠等开展合作。

“目前AI行业还非常早期,现在的工作就是创建和传递**实践。对于跨境卖家来说,‘有效’是*重要的,意思就是用了AI以后GMV就蹭蹭往上涨了,或者用了以后我开掉了公司一半的人。但以目前的行业水平来看,我们更多还是作为辅助型工具进行使用。”

但周丽依旧保持乐观,并坚信AIGC工具在未来会为自己的公司带来更多的收益。