

2020年跨境电商还有机会入局吗

【洛菲纳跨境电商一站式服务商专注跨境6年】总公司坐标深圳

产品名称	2020年跨境电商还有机会入局吗【洛菲纳跨境电商一站式服务商专注跨境6年】总公司坐标深圳
公司名称	深圳市前海洛菲纳技术咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区西乡街道银田工业区宗泰文创产业园二期3A栋409室
联系电话	18926752640

产品详情

当你问国外市场是否还有机会的时候，你在问什么？

第1，国外市场目前现状如何，购买力是否仍然存在？

第二，跨境电商竞争大不大，成功率高不高，能不能赚钱？

作为一个20年1月份出来创业，走完疫情全程的我，十分有资格来回答这个问题，并表示心情复杂，笑出了无可奈何的猪叫声。

一、国外市场目前现状如何？

先回答第1个问题：国外市场现状如何？

答案是：现状良好，疫情对整体经济影响不是特别大，对品线影响各不相同。

有的凉了，比如户外用品；有的火了，比如厨房电器。根据你的产品特性和用户群体而定。

对于外贸而言，影响大的主要是传统外贸行业。由于其重资产的运作性质，致使其领域专精而单一，依托大客户生存。

B端大客户随便取消一笔订单，都能导致工厂现金流告急，资金运转不过来凉凉。但是对于C端而言，因为体量小而领域分散，总来而言，影响相对就没有那么大了。

跨境电商卖货毕竟是个长久生意，依托市场需求。疫情的变化主要影响市场需求总量，供需变化又影响价格。好比kz这波，供小于需，价格飙涨。而户外用品，供大于需，价格猛跌。但是你说如果疫情一直

不结束，生活难不成还不过了？不存在的。还是会回归平衡。

洛菲纳，联系人：宋经理 18926752640 15361698380 微信：luofn01 luofn02

招代理以及服务商，竭诚为广大亚马逊站群铺货卖家服务。

老牌公司，行业先驱，更值得信赖！！

解决大量注册店铺问题。大量铺货问题，批量翻译，大量P图问题，批量发货问题，采购问题,全套的跨境电商解决方案，利用自研发系统软件，解决人力，时间等各项成本！

提供亚马逊全球卖家账户申请及KYC审核、自主研发ERP店群系统终身使用权、完善的物流体系、全流程开店扶持指导、铺货运营技术培训、精细化运营技术培训、技术团队售后指导、店群运营建设、财务体系搭建、推广渠道搭建等。

跨境电商一站式服务平台-洛菲纳Lonfenner

洛菲纳基于大数据分析技术，自主研发的跨境电商供应链整合模式，通过亚马逊等电商平台销售产品，可以通过大数据技术，在淘宝，京东，天猫，速卖通，阿里巴巴，等平台的网店随意抓取众多适合亚马逊平台销售的货品销售到国外。

洛菲纳一站式跨境电商培训服务公司，招代理以及服务商，竭诚为广大亚马逊等跨境平台卖家服务。

深圳市洛菲纳电子商务有限公司（简称洛菲纳）成立于2014年底，主要运营亚马逊，速卖通等第三方平台和自营独立站业务，位于跨境电商的前沿阵地-深圳。

公司一贯坚持“用户至上，互惠双赢，信守合同”的宗旨，凭借科学的发展策略，先进的运营模式和良好的信誉与优质的服务，创造了不可思议的口碑效应。5年时间，洛菲纳合作伙伴遍地开花，分别在北京，天津，山西，河南，福建、江西，湖南，安徽，江苏，四川，湖北，辽宁大连，云南、内蒙古等地成功孵化了500余家，人员规模达上万名，同时协助数千个人卖家，迅速实现了月纯利润超万元的个人创业目标。

目前已经成为中国区连接工厂和外贸商圈有影响力的综合服务商之一。

作为中国唯一一个亚马逊海量SKU运营服务高端提供商，目前洛菲纳已经孵化500余家跨境电商公司、数千名个人学员，已与全国20余所大中专院校达成校企合作，成为跨境电商行业新模式的佼佼者。

洛菲纳为您提供及时的亚马逊资讯

亚马逊是一个国际性跨境电商平台,平台政策千变万化,尤其在亚马的销售旺季,平台政策调整更为频繁。

Lonfenner为您提供及时的跨境电商相关新闻与动态，助力广大卖家及时了解平台政策变化、知识产权、商标权、关键词优化、运营推广等相关资讯。洛菲纳愿与您一起分享信息,共享财富！

我们为您提供海量的亚马逊运营资源

- .美亚销量排行榜 .专业长尾词寻找工具
- .美亚新品排行榜 .在线关键词搜索追踪工具
- .产品跟踪+销量估算 .商标快速查询工具
- .关键词变化趋势 .专利搜索工具
- .供应+采购趋势分析 .货源网站推荐
- .搜索引擎优化资料及工具 .美国lightning deals.

-----与其在别处仰望 不如在这里并肩-----

想做跨境电商？

不懂申请账号？缺乏运营经验？

不懂国际收款？缺乏高效国际物流？

不会选品？进货资金有限？不会外语？

ERP软件解决人力和时间等各项成本

做跨境电商，亚马逊无货源的店铺运营，为了节约时间和人力、财力，物力，通常会有很多的卖家或者新手会选择ERP这个系统上进行操作，但是不知道的是肯定会有很多问ERP是什么？简单来说的话就是方便你管理亚马逊店铺、方便采集铺货，并且帮助卖家实现产品的管理以及订单分类管理，采集翻译和物流订单等等，可以帮助咱们卖家更容易的管理店铺。

铺货是如何挣钱的？

什么是海量SKU？

从业多年的深圳洛菲纳，是跨境电商一站式解决方案供应商，其自主研发智慧生态ERP系统，可实现海量商品信息的采集，通过商品信息采集从而搬运到自己亚马逊店铺中，将铺货模式做到。

什么是以销代购？

客户下订单之后，货款打到第三方平台账户，洛菲纳跨境电商智慧生态系统自动提醒卖家发货。以销代购即不需要货源，也不需要囤货，更不需要太多资金投入，全网都是你的货源。中国卖家将质优价廉的中国产品卖到了全世界，并创造了一个个创富神话。

如何将海量SKU模式做到创造电商新奇迹？

首先，依靠海量SKU出订单的原则是铺货，货越多，订单转化越多。那么人工铺货效率低下，需要利用ERP系统每天上传成百上千产品。这些产品需要去国内外各大平台采集商品信息。洛菲纳跨境电商智慧生态系统2.0版本将商品采集-信息修改-一键翻译-订单管理-物流售后-邮件回复模板等进融合，从而极大简

化了工作量，甚至不需要导表，直接将产品上传至亚马逊店铺，真正实现无缝对接亚马逊后台，免去了大量繁琐的工作程序。

洛菲纳的优势

一、独特的运营模式

洛菲纳集团运用独特的运营模式，从众多跨境平台公司中脱颖而出。依托十亿级数据库的跨境电商全流程服务的自建智慧生态系统，逐步完成跨境交易链条的生态系统创建。2019年年初成立专业国际货代公司服务于全国的孵化公司。当孵化公司产生订单后，系统提示备货，卖家将采购的商品邮寄地址填写洛菲纳一号仓库，仓管人员收到货物后进行验货确保无误，再按照国际物流发货标准进行二次打包，通过空+派形式送到消费者手上，孵化公司只需要采购订单工作量即为结束，后续物流问题全由洛菲纳解决，真正托管服务。

二、洛菲纳智慧生态系统无缝对接亚马逊等主流跨境平台

洛菲纳集团打造了洛菲纳跨境电商智慧生态系统，由阿里架构师和百度产品经理及几十位IT精英组成强有力的技术团队自主研发和不断优化，塑造了以销代购的商业链条模式，可无缝对接多种主流跨境电商平台，拥有可持续发展的模式，利润通过多平台管理放大了N倍。采用海量SKU+以销代购的方式，收到客户订单后才采购发货，消除了以往电商货物积压风险，提升了系统性能，不再有语言障碍，员工只要会电脑就能操作。

三、洛菲纳国际物流仓储中心

洛菲纳采用线上线下结合的“一站式物流”服务方案，全方位对接跨境物流各个环节的所求所需。线上精确高效地处理订单物流数据，匹配优的货运方案，支撑线下各个独立的仓库则快速运输到深圳总仓库，进行统一验货和国际货运标准的二次包装等服务。标准化的服务和高效的配送机制为货物安全、稳定和持续运行提供了强有力的技术保障。

四、强大的师资团队

集团数十位电商经验师资团队，从业务拿到结果，手把手教导，教导技术手段，优化选品，提高业绩，多个技术手段培训。

五、高质量服务

集团一站式服务平台辅助学员快速入门跨境电商，更好的运营店铺，提高业绩以及店铺运营效率，辅助合作伙伴更好盈利。即时服务，终身服务。

洛菲纳的主要业务

一、跨境电子商务

亚马逊、速卖通等跨境B2C销售，以及独立站项目

二、物流以及仓储服务

国际物流以及亚马逊、速卖通等卖家产品的仓储服务

三、分公司孵化

全程指导全国各加盟公司的开业培训、账号注册、洛菲纳智慧生态系统软件使用，以及技术指导、品牌注册、物流仓储服务、境外收款等一站式服务。

四、跨境电商创业园孵化

自建跨境电商创业园，为有志于跨境电商行业的个人提供入门培训、账号注册、洛菲纳智慧生态系统软件使用，到入驻园区、技术指导、品牌注册、包装物流、境外收款等一站式服务。

唯一网址<http://www.lonfenner.cn>

地址：深圳市宝安区西乡街道银田工业区宗泰文创产业园二期3A栋409室 联系手机：18926752640
15361698380 微信：luofn01 luofn02

疫情严重的时候，人心惶惶，出现了整体销量跌落的情况，大概是20%-50%左右。疫情一段时间后，又有一段强压后的剁手日，销量猛增20%-50%。目前趋于稳定，呈现出的影响是：

- 1 线上消费渠道的流量占比增加，线上购物习惯增强；
- 2 部分品类如户外旅行用品的需求量整体减少，家居厨房及园艺类产品需求量增加
- 3 直播视频出现风口。诸如tiktok用户量飙升，亚马逊也在推出了直播功能。

上述三点其实和国内是一样儿的。唯一稍微有点不同的是，欧美基于其人口特性，选择了群体免疫来对抗疫情，但这对生活影响不是很大，日子该过还得过嘛。美国第二波发钱又要开始了，该剁手的人继续会剁手，没钱的人你再怎么诱惑对方仍旧不会买。

要想在短期内快盈利，那就得看你选的产品是啥（成本/利润），以及你产品所处的赛道如何（市场需求量/竞争强度）。

抓住了风口当然有机会一波赚，比如家用电器（手持吸尘器）/家用健身设备（筋膜枪），上游工厂的朋友给到消息，热卖产品，订单量暴涨。但如果抓不住风口，那么就踏踏实实做好现有的事情，布局一些目前的刚需产品，或者未来有望发展的产品，比如婴儿/宠物/旅行用品。

在我个人看来，经济不管怎么造，都会呈现上行趋势。

二、跨境电商是否还有望盈利？

对于第二个问题：跨境电商竞争大不大，成功率高不高。

答案是：竞争大，稍比国内电商又要小一点，成功率取决于个人资源和能力。

中国的产品成本低，玩法风骚，打入跨境电商领域的人相对国内来说数量还是比较少的。但国内外电商各有各的好处，由于各个地区的人的喜好不一样，由于环境更熟悉，国内电商选品部分/以及资源衔接相对来说更为便利。无论国内还是国外，这个成功率皆取决于你的竞争优势大小，取决于你的资源和能力。

跨境电商所涉及的主要因素有：选品（30%）+供应链（20%）+平台（20%）+运营（30%）。

产品即赛道，决定市场的竞争大小，以及天花板高度。

供应链决定产品质量/利润空间，影响未来发展空间。

平台决定流量大小。

运营决定每月现金流额度及回本周期。

上述四点，任何一点占了优势，都有入局机会。如果是一点儿都没沾，要么你找到擅长的人帮你做这件事，你负责布局，当老板；要么你做资金盘，当投资人；要么你就去中型公司学个半年一年，跑通流程，学习怎么做选品或者运营，当员工；要么就别想了……总之一点，踏踏实实做自己擅长的事情，专精做积累。

下面具体分析分析——

01 选品

如果你具备不断挖掘蓝海市场，即需求量大/利润可观，但是竞争很小的产品线，即你是个90分的选品，那么你可以不需要很懂运营。

只需要前期把产品磨好，把链接打造好上传上去，图片/描述写得亮眼点，再刷两单做点评论，你的产品很轻松就能上去。通过产品的自然属性和亮点吸引用户，躺着出单，只需要跟进一下售后即可。也就是说，做个60分的运营，把基本的流程搞顺不出错，就行。

圈友@seven @盗坤 就是选品大佬，盗坤做国内，seven做国外，但能力可以通用。

seven团队致力于挖掘月净利至少5万的产品，小团队做精几个产品，实现躺赚。其团队选品的核心思路是：热度关键词组合+瞄准本土卖家。

选品强而运营弱唯一的问题在于，一旦这个市场被懂运营的卖家发现了，不懂运营的卖家很快就会out。被发现只是时间问题，因此需要不断挖掘市场做增量。

02 供应链

供应链资源的优势在于，工厂配合度高，能够谈帐期，后续产能跟得上。如果工厂能够谈帐期，相当于免费借钱让你去玩，现金流压力不会太大，只要你对产品有信心，能够快速试错、快速起量，就能空手套白狼。

优质的供应链资源能够保证产能，在提出需求后，能第1时间帮你做出来，赶上风口。甚至能辅助一起开发产品，提供一些业内数据。甚至愿意和你产生合作关系，投钱让你去玩。

不过有供应链资源的话，仍然需要懂一些选品及运营，用于市场分析及推广，以求效益大化。

但如果你主要偏向于选品和运营的话，供应链这块都是可以后续培养关系的。反而前期卡准推广时期，赶时间的利差会更重要。

第1次和工厂合作，一般都是先付全款，等后续有量了，工厂的配合度意愿也会增加，此时更适合谈帐期。

03 平台

平台决定总流量。如果能抓住一些有潜力的新平台，在平台追求客户数和流量的时候入局，那么就可在此期间，疯狂铺货，薅平台流量，和平台一起成长，各取所需。就像之前的文章写到的，了解平台的发

展周期，才能获得大曝光。

诸如 tiktok，圈友做内容搬运，都做出了好多个百万大号。平台需要内容，而你恰好能提供内容。就像 wish 刚出来的时候，我们主要做铺货，每个月简简单单一个号也能有10w的收益。

平台这个就看机缘了，有的平台实力大，有的平台刚出来流程不完善，坑也可能多。Facebook shop 推出了，也许又是个小风口，感兴趣的不妨扒一扒，没准能发现商机。

如果抓不住风口，也没有关系，那就按需做选择。shopify/亚马逊/eBay/速卖通/wish/lazada/shopee/etsy，总有一个适合你。像我主要做欧美市场，亚马逊占线上销售额50%，是占比大的销售平台，也是我熟悉的平台，那么于我而言，我会选择它。

04 运营

运营一般跟平台走，但运营的逻辑是相通的，都是流量+转化。一个优xiu（90分）的运营，不管产品同质化多么严重，都能想办法把它推起来，推爆，把转化率和流量做到极zhi。

强扭的瓜不甜，强推的产品费钱。这里需要考量的就是前期投入成本以及回本周期了。如果是大资金，那就算是靠价格战耗都能把市场耗下来。这也是大卖比较普遍的玩法。

运营的可复制性强，只需要比较懂，做到70-80分就可以，20%的运营内容作出80%的效果。因此大卖更喜欢招募新人，成本低，追求执行力。

那小卖的话就需要更精细化了，怎么做转化，怎么做流量，推广分几个阶段，每个阶段分别做什么事情，达到什么目的，需要哪些资源，资源可以从哪里获得，这些前期都需要考量清楚，算好帐，用zui高效zui省钱的方式把产品迅速做起来。

流量主要分为自然流量（关键词排名），付费流量（站内广告），以及平台流量（平台活动及推荐）；转化就是做链接优化，通过研究用户心理，设定转化路径。玩法很多，搞定一个都有戏。之前写过一篇文章，我是怎么靠1个精细化运营策略做到销量翻倍的，感兴趣可以翻一翻：运营策略|每天5分钟，业绩翻2倍

运营强的话，需要辅以大资金或者一定的选品能力。强运营+强选品，目前我身边的朋友大部分属于这种。

好了，竞争讲完了，评估一下自身资源和能力，你占有的比重是多少？如果能打个60分，就有机会赚钱。

拿我自己举例子，我算个85分运营，懂一点点选品（60分），有一定供应链资源（80分），做熟悉的亚马逊平台（70分）。整体算下来，我给自己打分为73.5分。

出来后拿着全新店铺，1个刚需类目产品，能有30%-50%的净利。预估投入20W，回本周期4个月左右。前期产品磨了2个月，物流花费1个月，到货1周开始自然出单，第1个月销售额约5W rmb，呈亏损状态（推广费用占40%）。

你可以根据我的情况，和自己做个对比。

如果你觉得你有机会入局，蠢蠢欲动了，别着急，任何行业坑都无数，比如平台规则/产品/物流/推广资源等。

像我，唯一的一个产品质量出了问题，需要全部移除到海外仓重新包装，新的产品被物流坑了，一个半

月了都没到货。产品拍摄被拍摄团队坑了一笔钱，拍完后又要提需求和美工磨成品图，做了改改了修，死抠细节，又是一个月。时间/精力/金钱，都在不断消耗。

这些都是想出来创业或者入局可能会面对，或者说需要去考虑的事情。但是走过这个流程，积累到自己一定的资源后，后续又好走一些。都是经历，都是经验。

如果你真的想做了，那么，先把整个流程盘清楚，知道要做哪些事情，然后把投资回报率做出来，算清楚每个月需要花多少钱，需要达到多少销量，多少营业额，回款多少，利润多少，多久能回款。各个费用如头程（物流费）/产品费/库存/推广费/管理费用分别是多少，占比多少。

像我们做亚马逊，前期会做好《投资回报率》来对整个现金流做预判，会做《销量预估表》、《成本表》、《推广计划》、《库存规划表》，来对各个环节进行把控，会准备《销售报表》对正在进行中的项目进行监控。投资回报分析表

需要前期投入的项目，一定要先把大致流程理顺，把帐算清楚，做到各个阶段心里有数，然后再去做，否则就是送人头。

除此之外，执行力更为重要。你要相信，能迈出第1步的人，早就赢过了90%的人，不管是做什么都一样。更多的人卡在了店铺怎么注册/英语不好怎么办这些小问题上，那都是没想明白的人。你的竞争对手，一开始只有你自己，仅此而已。

入任何行业都一定有很多坑等着去踩的，从来不会有说一帆风顺的事情。知道需要承担的风险，知道风险背后的收益，想清楚了，做就是，就是这么简单