

闷声发大财的跨境电商品牌

他们的快乐你想象不到！

01

闷声发大财的跨境电商

中国外贸人经历了 08 年之前的飞跃发展期，到 08 年之后民营外贸艰难的转型期，外贸行业的大起大落淘汰了很多企业，更淘汰了很多入。近几年，传统外贸企业连续出现增长缓慢、利润下跌的现象，许多受传统外贸渠道束缚的企业无论是订单数还是订货数都在逐年下降，单位产品利润空间不断被压缩，可拓展的空间变得狭小。



自美国挑起“贸易战”，2018 年我国外贸出口出现一大变数。2018 年至少有以下因素影响外贸行业：

一是美国针对中国商品征收关税从口头变为现实，且轮番上阵，不良影响将陆续显现；二是企业各类成本上升严重，利润空间被挤压；三是汇率波动幅度大，海外贸易商违约风险增加；四是互联网冲击实体经济，创新升级不断深入但并非易事；

随着行业发展形势严峻，外贸越来越“不好做”，外贸行业正在面临转型的关键节点，绝大多数外贸人都不得不面对要么转型要么“阵亡”的抉择。而在 2020 年，**受到疫情影响**外贸企业更是举步维艰。危急之下，大批外贸工厂踏上了转战国内市场的漫漫自救之路。然而这并非一条坦途，由于国内的线下销售也受到疫情的严重冲击，越来越多的外贸工厂开始将目光投向跨境电商。

这也意味着，中国品牌出海的风口已经到来！

近年来，国家针对出口跨境电商政策方方面面，大到**总体制度、环境建设，例如开展跨境电子商务综合试验区试点**，小到跨境电商的具体环节，**例如税收、支付、通关、海外仓**等方面，为出口跨境电商的发展扫除障碍，创造各种有利条件推动其快速发展。

跨境电商一直处在逆势快速增长，未来将占据更加重要的地位，有着巨大的市场潜力和生命力。随着“一带一路”倡议和全球经贸一体化的深度融合，**跨境电商作为依附于互联网发展的国际贸易新形式，呈现出了巨大的发展潜力。**

随着电商时代的发展，在国内市场中不断涌现出诸多实力不俗但却相对低调的科技企业，早在 2011 年，跨境电商远没有现在热门，却因抓住了跨境电商的风口催生了一批闷声发大财的跨境卖家，而有一家公司，更是其中翘楚。它就是被称为跨境电商第一中国品牌的——**Anker**。

Anker 品牌，一年从美国捞走 20 亿

安克创新是一家跨境电商企业，成立于 2011 年，以 “Anker” 等品牌的通过亚马逊等境外大型电子商务平台将产品销往全球。

而在智能充电产品之外，安克创新这几年也开始逐渐拓展产品线，推出智能家居 Eufy、智能投影 Nebula 等多个智能硬件品牌，并取得了不错的业绩。

据悉，2018 年安克创新营收超过 52 亿人民币，其中有 97% 以上的营收来自海外市场，北美地区销售收入占其主营收入 50% 以上，这就意味着品牌在美国市场至少捞走 20 亿人民币。

此外，有数据统计显示，目前安克创新在全球拥有超过 5500 万用户，而在此前发布的《2019 中国跨境电商出海品牌 30 强》中稳居榜首，堪称国内 “跨境电商第一卖家”。

如今，安克创新已经成功的转型成一家科技创新公司了，并且还特意在深圳建立了研发中心，累计获得的专利数量 379 个。在美国消费者最受欢迎的中国品牌榜单中，安克创新顺利入围，和青岛啤酒、海尔等巨头企业并列！

所以，Anker 用了三年时间成功创立了属于自己的电商品牌，七年时间营收超过 50 亿。通过线上渠道和线下实体模式的融合，用短短数年时间，连续多年在中国跨境电商出海品牌 30 强中稳居榜首，成为跨境电商领域的“神话”。

除了这些大神企业外，我们再讲一些身边的例子。**亚马逊滑雪类目前三的品牌 Outdoormaster**，创立在深圳，团队只有十几人，但是年销售额过亿人民币。**亚马逊钓鱼类目第一的品牌**，创立时间不到 4 年，位于威海，团队人数只有二十几人。人均产出极高！这些闷声发大财的企业不再是个例，而是跨境电商风口的产物。我们在关注国内直播风口，知道网红红利的时候，往往忽略了跨境电商闷声发大财的操作！

02

未来跨境电商路在何方？

在 2019 年，跨境行业可谓是冰火两重天，一方面是**政策红利、资本涌入助推跨境电商进出口持续增长**，另一方面是复杂多变的外部环境不断冲击行业发展。随着 2020 年疫情的爆发，许多消费者被迫在家隔离，把他们的消费习惯从线下消费转为线上消费，各跨境电商同时面临着“危”与“机”，那么中小企业未来跨境电商的出路在哪里？如何寻求破局？

1) 全球跨境电商市场交易线上化。

在 2018 年，当时全球互联网渗透率已接近 60%；互联网用户增长一方面带来线下消费的线上迁移，另一方面线上购物体验则进一步激发了用户消费需求，预计到 2021 年，全球网络零售市场规模超过 4.8 万亿美元，占全球零售市场规模达 17.5%。全球消费在线化、电商化成必然趋势，该趋势的形成本质上是因为消费在线化对消费端满足的需求。

2) 跨境电商，让世界贸易成为“地球村”，把中国制造直接推向消费者。

相较于传统贸易链路，跨境电商平台流通链路短，时效高，能够实现链路数据共享，直达消费终端，已经成为中国制造链接全球消费者的第一路径，因此越来越多跨境电商出口企业入驻全球各大主流跨境电商平台，以亚马逊为例，2018 年亚马逊新增卖家中，超过 40%是来自中国，占据绝对优势。

3) 未来世界品牌是跨境电商品牌

随着跨境电商出口的同质化竞争加剧和国内跨境电商供应链的完善，越来越多跨境电商出口企业意识到品牌化将成为未来企业竞争力的核心，跨境电商出口品牌化的趋势越来越明显。依托于跨境电商出口平台更加数字化的供应链能力，品牌商的整体海外市场不断扩大，品牌影响力不断提升。

03

传统企业转型跨境电商

如何抓住风口？

企业转型跨境之大数据选品

(以下以口罩 B2B 大数据选品为例，具体讲解大数据选品的步骤方法)

1) 搜索关键词分析

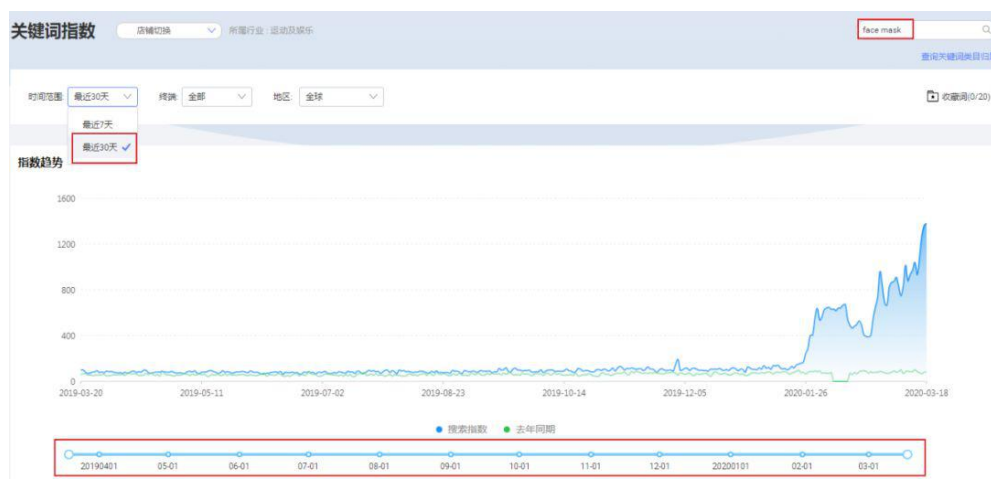
我们可以在行业版 “ 数据管家-关键词指数” 里搜索关键词 “face mask” 。



从

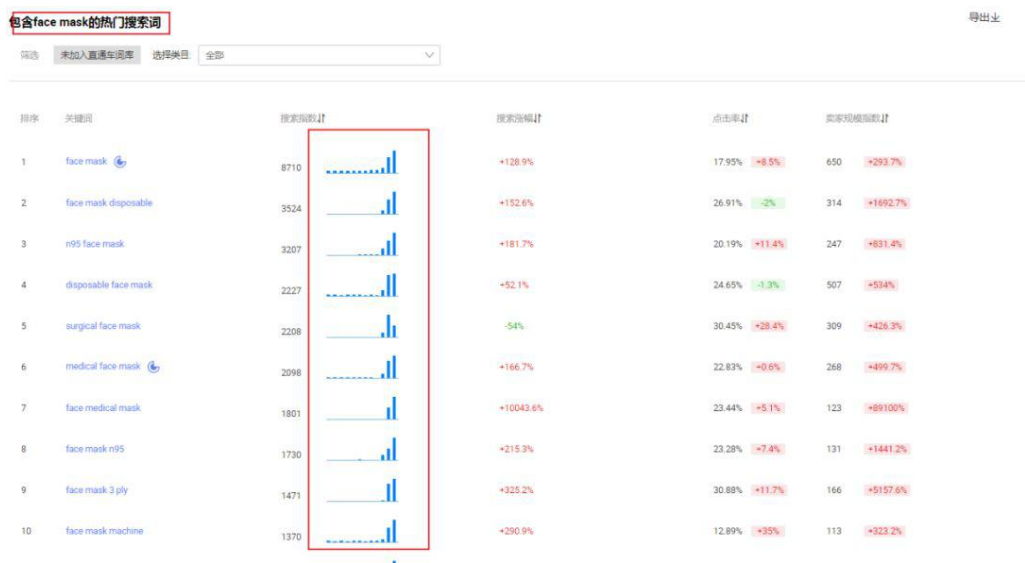


指数趋势来看口罩在国际站最近一年的搜索趋势以及跟去年同期对比，自疫情爆发以来，口罩的搜索趋势处于激增状态。



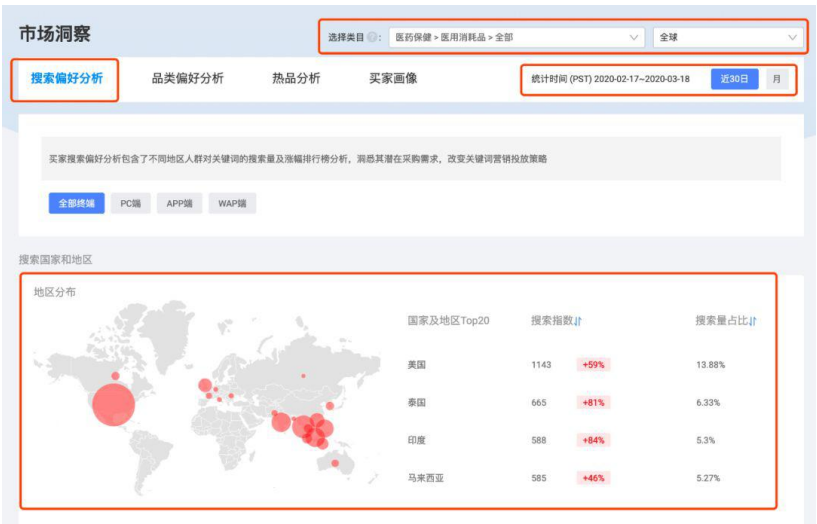
(注：搜索指数代表产品市场需求量，该数值越高越好。卖家规模数代表竞争对手数值，该数值越低越好)

从 face mask 的搜索词看出不管是 face mask 本身还是 face mask 延展的词搜索指数都呈直线上涨，涨幅最高可达 **10043.6%**！可见口罩的缺口以及火爆程度。



从市场洞察搜索偏好来看，3ply mask、general medical supplies、surgical gloves、surgery mask、sensi mask 搜索涨幅较大，其中三个都是关于口罩。

2) 市场分布分析



从地区及地域分布来看美国的需求量是最大的，其次是泰国、印度、马来西亚等，其中印度地区的涨幅达到 84%。我们在关键词推广的时候可以选择有针对性的投放。

市场洞察			
选择类目		医药保健 > 医用消耗品 > 全部	全球
搜索偏好分析	品类偏好分析	热品分析	买家画像
		统计时间 (PST) 2020-02-17~2020-03-18	近30日 月
产品访问偏好排行Top20			
排名	商品图片	商品名称	访问指数
1		Non-woven Surgical Face Mask disposable with tie-on BFE>99%	434
2		Wholesale FDA 3 Ply Custom Non Woven Medical Surgical Disposable Face Mask	309
3		3 Ply Custom Non Woven Medical Surgical Disposable Face Mask	272
4		3 ply nonwoven surgical disposable face mask	270
5		Protective Earloop Non-woven 3 Ply Disposable Face Mask Surgical Black Color ,Stand-alone packaging	230
6		Custom Disposable Medical Surgical Face Mask 3-ply PP Surgeon Mouth Mask with earloop	227
7		3 Ply Dental Medical Procedure Non-woven Disposable Face Mask	219

产品询盘偏好排行Top20

排名	商品图片	商品名称	询盘指数
6		Perfect Disposable Medical Dust Mouth Surgical Face Mask	142
7		3 Ply Earloop Type Non Woven Pleated Medical Disposable Face Mask	135
8		Cheaper Disposable PP Non woven 3ply Medical Surgical Face Mask with earloop cartoon printed funny custom design	128
9		Disposable Surgical Earloop Face Mask	124
10		3 Ply Dental Medical Procedure Non-woven Disposable Face Mask	112
11		3 Ply Custom Non Woven Medical Surgical Disposable Face Mask	111
12		Custom Disposable Medical Surgical Face Mask 3-ply PP Surgeon Mouth Mask with earloop	107

3) 爆品分析

竞争变化 买家分布 商品分类分析 价格分析 热卖商品排行 相关品类推荐 流行主题

平台热品

数据来源: ☒ Alibaba ☐ 海外B2C市场

热品	飙升品
High Quality Surgical Disposable Non Woven Ear-loop 3-ply Face Mask	High Quality Surgical Disposable Non Woven Ear-loop 3-ply Face Mask
Anti Covid 19 Covid-19 Coronavirus Corona Virus Flu 3D 3 Ply FFP2 disposable face mask n95 medical coronavirus mask	Anti Covid 19 Covid-19 Coronavirus Corona Virus Flu 3D 3 Ply FFP2 disposable face mask n95 medical coronavirus mask
OEM KN95 N95 black non-woven disposable PM2.5 anti-dust fold face mask with valve active carbon anti pollution respirator	OEM KN95 N95 black non-woven disposable PM2.5 anti-dust fold face mask with valve active carbon anti pollution respirator
NZ/AUS Custom Printed Surgical Face Mask	Medical grade protect dust face mask disposable 3 ply non woven filter paper mask
Medical grade protect dust face mask disposable 3 ply non woven filter paper mask	Folding N95 Standard Fine Dust Face Mask for Anti Pollution
Industrial Use Disposable 4 layer anti dust n95 charcoal face mask	Industrial Use Disposable 4 layer anti dust n95 charcoal face mask
Folding N95 Standard Fine Dust Face Mask for Anti Pollution	N95 Face Mask Machine Military Dust FFP3

(商品洞察——热卖商品排行)

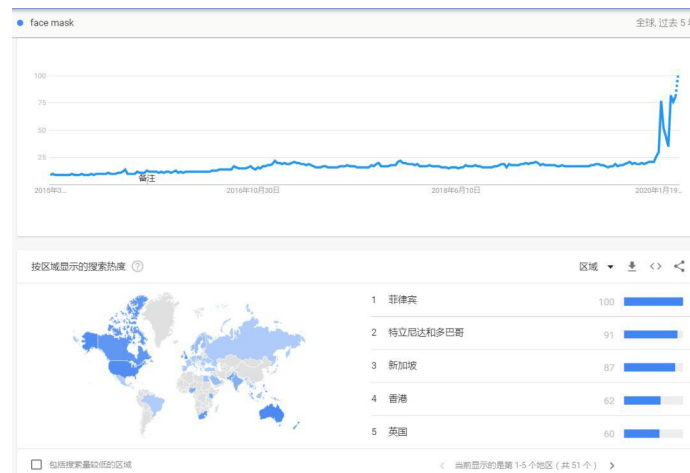
选完关键词后，我们可以选择相应爆款产品，有两个地方可以查到相应的热卖商品

" 行业版数据管家—市场洞察—热品分析（需要设置相应行业）

行业版数据管家—商品洞察—热卖商品排行（需要设置关键词）"

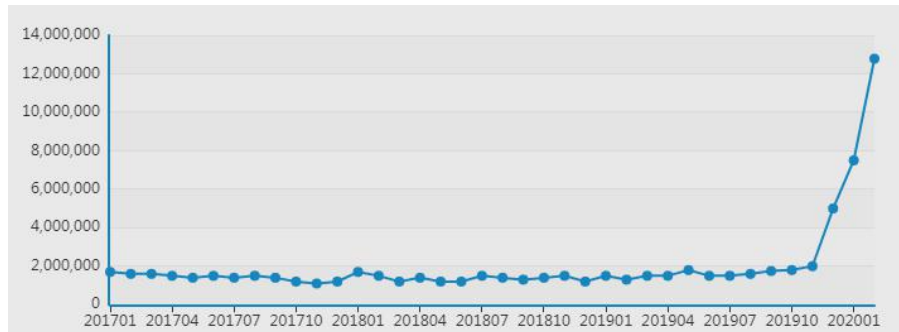
从这几个排行榜结合市场洞察偏好看出三层口罩是最受欢迎的，具体的商品我们可以记录下来并做相应分析。从国际站行业大脑数据以及疫情的状况可预测口罩的生命周期还有一定的时间，接下来我们再去结合其他平台的数据。

4）多平台数据整合分析



通过 face mask 在谷歌趋势进行搜索，五年趋势看来也是最近处于猛增状态，其中虚点代表预测趋势，再一次验证口罩在未来一段时间里都是处于需求量非常大的状态。

再反观 C 端的搜索数据，从 17 年到疫情爆发前需求量都是平稳，直到疫情爆发之后搜索量翻了 6.5 倍！



从 C 端上来看，大部分是一次性口罩，其次就是 N95 口罩以及普通的防尘棉口罩，都是这次疫情卖脱销的产品，在 1.2 月暴涨，但是近期有所下降，商家也增加，市场相对饱和了一些。

企业转型跨境之主动开发客户

1) 有技巧的利用谷歌搜索：

很多人很羡慕那些外贸做得很好的业务员，单子好像源源不断。殊不知，他们是有一套与一般业务员不一样的思维和方法，而因为思维和方法不一样，所以也积累了不同常人的经验。

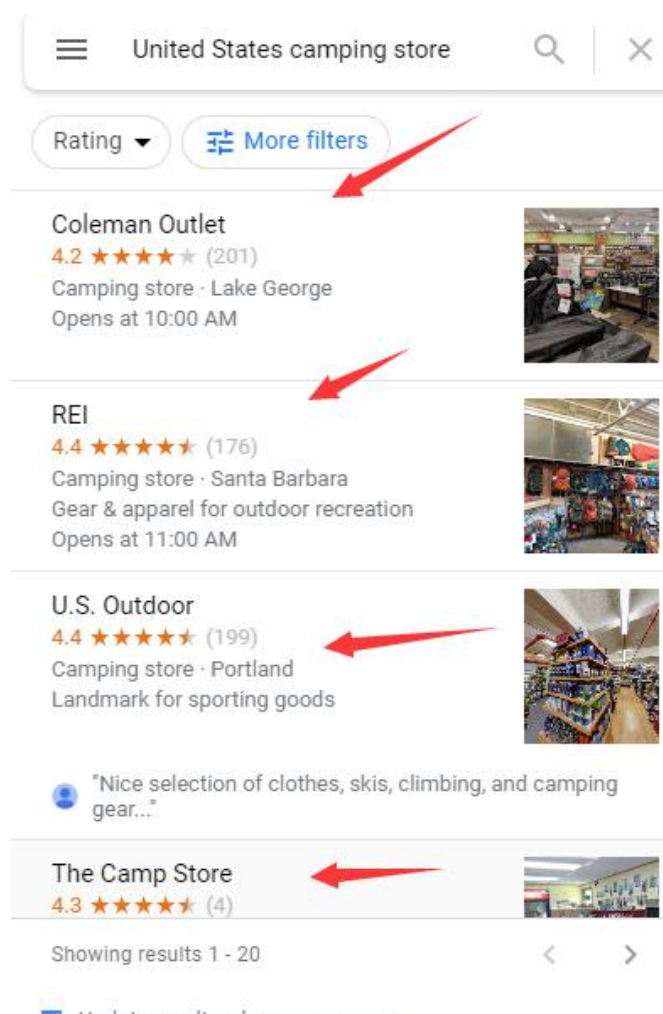
这个方法就是利用 GOOGLE MAP 输入你的产品找到你想开发的国家，城市就能找到一些商店或者公司。

其实，在众多自主开发客户的方法中，实用性很强的方法是 Google 地图

开发客户。因为**在谷歌地图中能找到很多实体店、连锁门店甚至**

sourcing company 的信息，能通过他们的实景图 and 卫星图看到我们双方产品是否匹配，还能评估对方的实力和采购量。

如下图，在谷歌地图上，输入关键词：**地区+产品关键词**，就会得到很多公司的信息。



进入店铺，您就可以看到很多相关的信息。**如：网址，电话，室内陈列，街景等**。我们可以通过网址了解这家店铺的详细信息，如企业规模，产品详情，然后根据这些信息快速识别客户的需求。



U.S. Outdoor

4.4 ★★★★★ (199)

户外运动用品店



路线



保存



附近



发送到您的
手机



分享



219 SW Broadway, Portland, OR 97205美国



G8CC+XQ 波特兰 Oregon, 美国



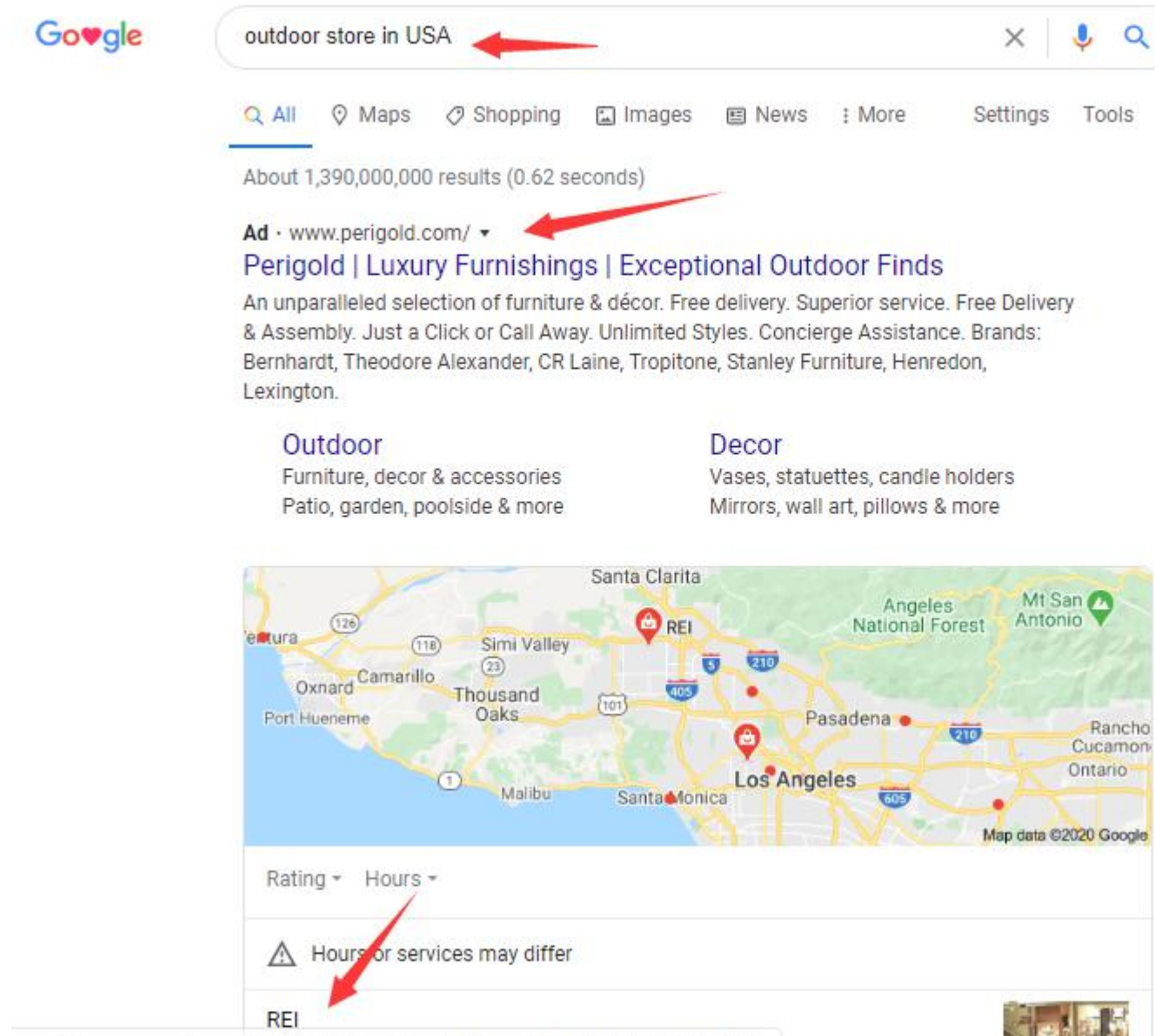
usoutdoor.com



+1 503-223-5937

利用谷歌搜索+指令进行开发

首先，以户外用品为例，如下图，**我们用关键词 “outdoor store in USA” 进行搜索**，会出现很多结果。其中会出现谷歌地图的结果，还会出现网址的结果。对于谷歌地图的结果，可按照上方的操作进行。而对于网址的结果，我们可以直接点击链接进入该网站进行识别了解。



很多业务员使用谷歌搜索时会出现很多不想关的结果，那是因为大家没有配合搜索指令进行搜索。**关于更多自主开发客户的方法可查阅往期文章《疫情期间国际贸易下滑严重，如何快速开发海外新客户？获客方法干货！》**

2) 利用跨境电商 B2B 平台渠道:

目前我们的开发客户渠道分线上和线下两大销售渠道。如下图所示：



迫于这次疫情形式，B2B 营销过往开展的展会、研讨会及其他线下活动纷纷延期或取消，如果开展线下业务：**一方面成本压力大，二来与客户谈判的周期长，短时间内难以快速获取客户！**

线上获客渠道才是主战场！



目前国际贸易线上获客渠道主要有 **B2B 平台,独立站,自主搜索开发客户**。

由于独立站需要非常大量的推广引流工作与 seo 技术,所以对于很多外贸初创型企业或者没有互联网技术基础的企业来说难度比较高。而 **B2B 平台获客和自主搜索开发客户会更常用,因为这两种获客渠道的获客频次高,投入产出比更高,适合初创型的外贸团队**。B2B 平台是让客户主动给我们发询盘,自主搜索开发客户是我们主动去找到客户。

企业转型电商之团队打造

1) 外贸团队建设的核心-一个优秀的职业外贸经理人

要建立一个优秀的外贸团队的前提,一个外贸公司首先应该具备一个优秀全面的外贸职业经理人,很多外贸创业企业,一般来说创始人和老板就是这个公司的最佳职业经理人,一个卓越的外贸经理人是一个外贸企业的核心和灵魂, **并且作为外贸企业的老板,本身也要具备快速招人、高效用人、巧妙留人的能力。**

所以我们要把外贸团队打造好,首先外贸职业经理人必须足够优秀和全面,一般来说职业外贸经理人,应该具备比较强大的业务能力,具备比较优秀的识人,培训,带队的能力,并且具备非常积极的业务心态,特别是在销售逆境的时候鼓舞士气, **优秀的职业经理人不仅仅可以吸引优秀的外贸业务员加入,对于促进整体的外贸公司销售业绩也会是一个核心。**

2) 狼性的团队信仰和战斗力

外贸公司的核心靠销售驱动，一个好的外贸销售团队应该具备狼性特征，有非常系统的**考核体系和 KPI 考核系统**，赏罚分明，并且鼓励团队内部的销售竞争，一个狼性的具备战斗力的外贸销售团队，才可以不断的创造亮眼的销售业绩。

3) 强烈结果导向和销售目标导向

一个外贸销售销售团队一定要具备非常清晰的结果导向和销售目标导向，应该非常清晰的定制季度的销售目标，6 个月销售目标，并且积极的推进和落实销售业绩。**一个销售团队只有在一个明确的销售目标推进下，才能具备战斗力和开拓力，也是所有销售业绩的来源和保障。**