

AMZ123

AMZ123

《2023年跨境电商职场现状调研报告》



目录

- 01 跨境岗位基本情况调查 02
- 02 跨境从业者就业现状调查 09
- 03 跨境企业用人现状调查 19
- 04 跨境职场趋势与机遇 32

前言

从2020年踏着疫情红利狂飙突进，到2021年震荡频发、高增长快车陡然按下加速键，再至2022年宏观环境不缺性攀升，求稳慢行成为出海者的掌舵方针，跨境电商的局势瞬息万变，紧密牵动着跨境企业的发展航线。

面对日益加剧的出海挑战，有人坚守本心，有人黯然退场，亦有人被困于围墙。大环境驱使下，跨境行业经历了从人才需求井喷到招聘市场遇冷的多重转折，企业同样由大开大合扩张奔向降本增效的主流趋势。

如今2023行将过半，跨境人才市场涌现了哪些需求趋势及发展机遇？跨境公司又该如何制定人才培养计划，推动企业的长远良性发展？

基于此，AMZ123通过问卷及采访的形式对全国各地8w+的跨境从业者进行调查，涉及跨境电商运营、跨境服务商以及自主创业者等多个岗位人员，最终完成这份包含跨境电商行业职场发展现状及未来机遇趋势的行业首份《2023年跨境电商职场现状调研报告》。

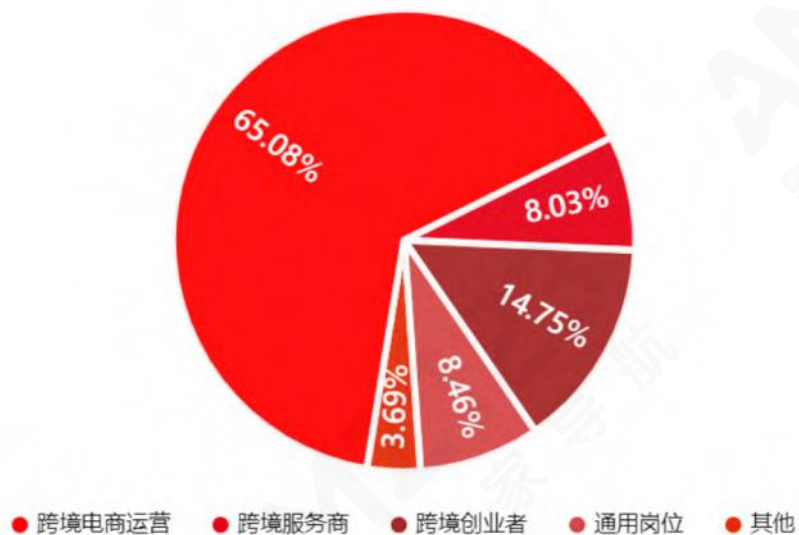
跨境岗位基本情况调查

INVESTIGATION OF
THE BASIC SITUATION OF
CROSS-BORDER POSITIONS



1.1.1 基础运营岗位占比最大

跨境电商从业者所属岗位

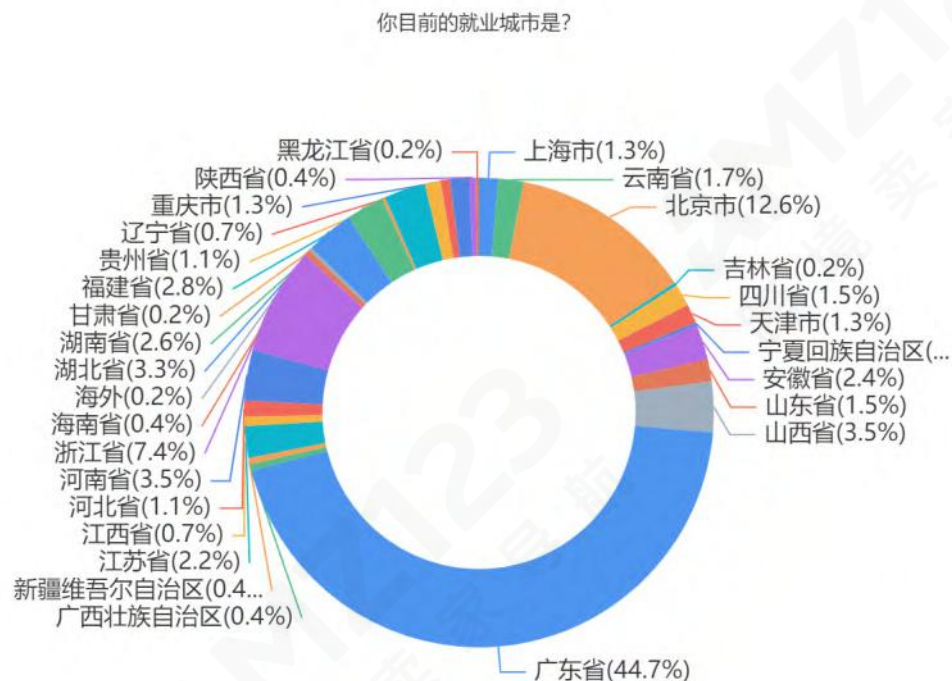


数据来源于AMZ123调查整理

现阶段，跨境电商从业者主要集中在平台端、卖家端和服务商端。AMZ123调查数据显示，有88.3%的跨境电商从业者为卖家，其中跨境电商运营岗位占65.4%，跨境创业者占14.6%，美工、客服等通用岗位占8.3%。

据了解，跨境电商运营岗位主要包括产品推广、排名优化、数据分析、产品上新等工作内容，所需的人才较多，需求量较大。

1.1.2 广东地区跨境电商发达，人才需求量最大



广东地区因国际化程度高，具备天然产业优势和地理优势，已成为全国头部跨境电商卖家聚集地，吸引了大量人才的入驻。AMZ123调查数据显示，在从事跨境行业的人群中，广东地区占比44.7%，人才需求最大。而福建、上海、江苏、安徽、海南、浙江等南方地区跨境从业者占比之和达10.7%，仅次于广东地区。

值得注意的是，国家正助力发展“跨境电商+产业带”的形式：依托国家165个跨境电商综试区，结合各地的产业禀赋和区位优势，推动更多地方特色产品更好地进入国际市场。受跨境电商综试区开放等政策的影响，跨境电商从业者的地区分布正在向全国扩散，如湖南、湖北地区占比5.9%；四川、云南、宁夏回族自治区占比1.5%、1.7%、0.2%，这说明跨境电商已在全国多个地区“生根发芽”。

1.1.3 跨境电商行业男性比例高于女性

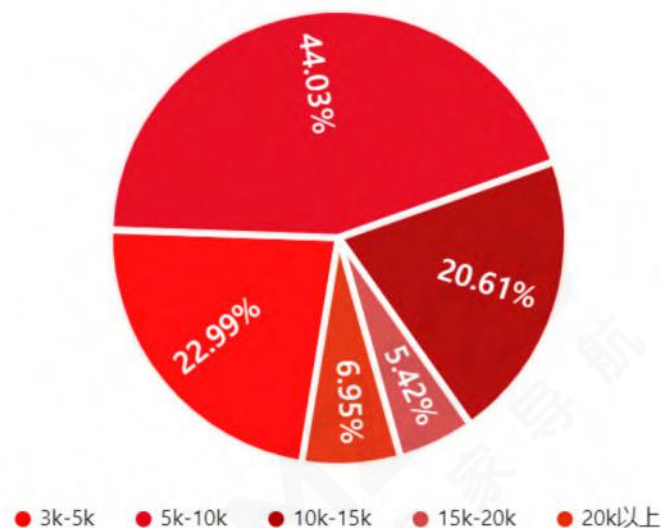
有跨境从业者表示，比起女运营，一些企业更喜欢招聘男运营，认为男性比女性更善于开拓，更容易做出好的成绩。针对此类言论，也有人持相反意见，认为工作的适配度需要根据个人综合能力进行多层次考量，从性别区分能力是不正确的。

AMZ123的数据显示，在本次调查样本中，女性从业者占比35.9%，男性占比为62.7%。

虽然样本显示跨境行业男性比例高于女性，但根据部分卖家的反馈，如今从事跨境行业的女性数量正在增长，且有的公司职工女性占了很大比例，可见随着行业成熟化的发展，企业对待从业者的性别问题也更加理智。

1.1.4 跨境从业者平均薪资集中在5-10k

跨境从业者薪资情况

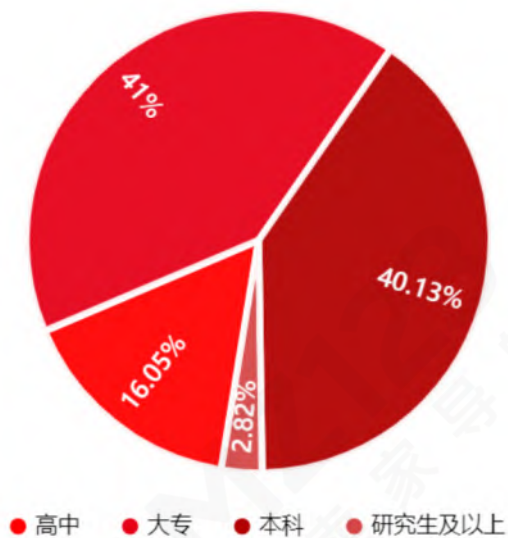


数据来源于AMZ123调查整理

AMZ123调查数据显示，跨境电商从业者平均月工资为3-5K的占比22.9%，5-10K的占比44%，10-15K则达到了20.7%。而月薪达到15K以上的更是凤毛麟角，只有12.7%。跨境电商从业者的月薪水平集中在5-10k这个区间，可见真正拿高薪的员工还是少数。

1.1.5 跨境电商从业者学历水平多为大专及以上

跨境从业者学历情况



数据来源于AMZ123调查整理

基于精细化发展需求，跨境公司对高质量运营人才的重视程度与日俱增。数据显示，60.6%的跨境公司招聘过程中以大专学历作为最低要求，32.3%的跨境公司则更倾向于招募本科毕业的亚马逊运营。此外，要求1~3年工作经验的跨境公司占比50.0%，3~5年以上则占比12.2%。

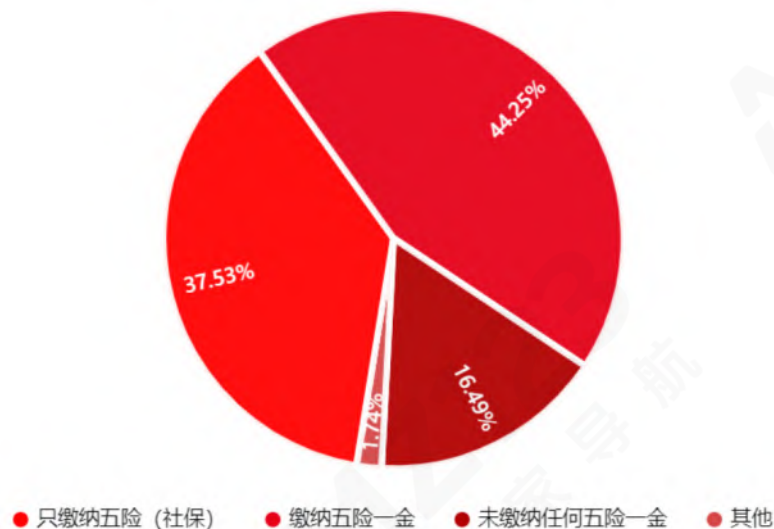
AMZ123调查数据显示，跨境电商从业者中高中学历的占比15.9%，学历为大专的占比41%，本科学历的达到40.3%，而研究生及以上学历的占比则更少，只有2.8%。

据悉，跨境企业对运营类、通用类岗位，若应聘者有多年的运营经验，则学历要求会适当降低，而对一些市场营销、数据管理等专业性较强的岗位，学历要求会更高一些。

在跨境电商行业发展初期，所需岗位数量巨大，入职门槛较低。如今，跨境电商行业从高增长时期转变为理性增长时期，跨境电商企业的发展走向成熟、精细化，对人才的需求更高，相对地在人才筛选上就会越来越严格。

1.1.6 近九成跨境电商公司为员工缴纳五险

跨境公司缴纳五险一金情况



数据来源于AMZ123调查整理

AMZ123调查数据显示，37.5%的跨境电商公司为其员工缴纳五险，有44.3%的公司为员工缴纳五险一金，未缴纳五险一金及其他情况则占比18.2%。

这数据说明，当前跨境职场依法为员工缴纳五险已经成为常态，将近9成的公司为员工保障了这一项权益。

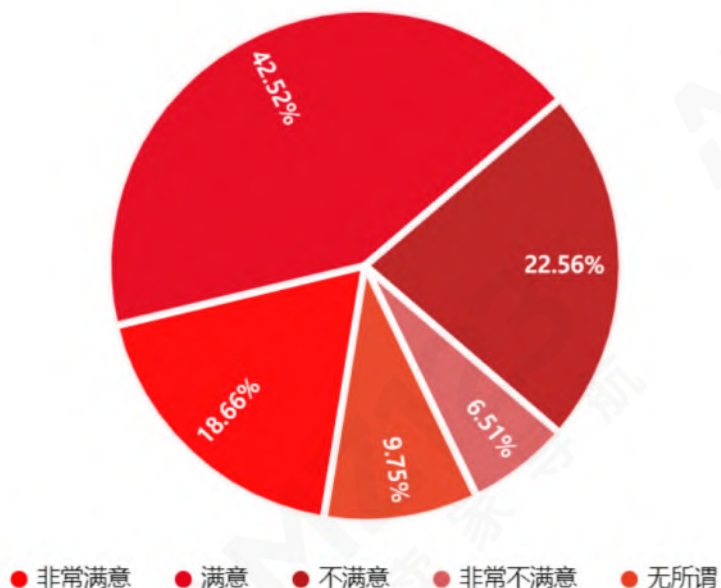
跨境从业者就业现状调查

SURVEY ON THE EMPLOYMENT
STATUS OF CROSS-BORDER
PRACTITIONERS



1.2.1 跨境职场氛围

跨境从业者对工作环境满意度



数据来源于AMZ123调查整理

在当前以年轻群体为主力军的跨境电商职场环境中，人际关系、工作量安排、晋升公平等职场氛围更是成为了影响员工组织认同的重要因素。

AMZ123调查数据显示，超六成的从业者对目前的工作环境及氛围感到满意，近三成从业者则表示不满意，只有9.8%的从业者对工作环境及氛围感到无所谓。

① 线上沟通成主流，人际关系冷淡化

根据AMZ123的调查，在目前的跨境职场里，“沟通不充分”是跨境从业者在人际关系中遇到的最大困惑。

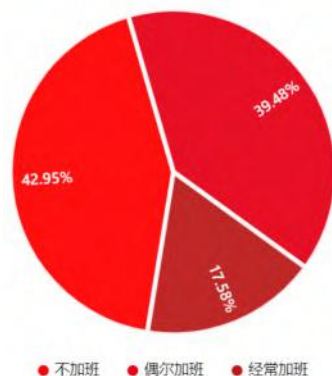
据多名跨境从业者自述，由于跨境电商行业大部分工作内容都可以通过线上沟通进行，加上行业工作量大，旺季业务繁忙，跨境电商员工间的口头交谈越来越少，大家开始把日常交流都交给了一系列社交软件。

不过也有跨境从业者表示，线上沟通模式的盛行也令工作效率有所提高，且对现下社恐人士居多的社会职场现状有益。

AMZ123调查还发现，有22.7%的跨境从业者都感受到了来自同事之间的压力。如部分新入职的员工表示没能从老员工身上学到精髓，而老员工也备受新人提问频繁、影响工作效率的困扰，还有部分老员工担心，若将新人培养起来，公司可能会“过河拆桥”。

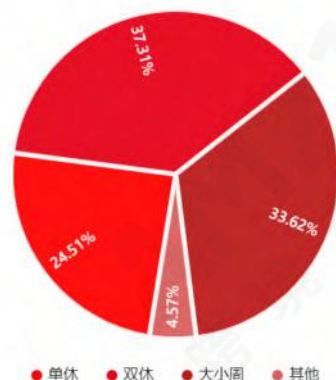
② 内卷加班成常态，双休制度未过半

跨境从业者加班情况



数据来源于AMZ123调查整理

跨境从业者休息制度



数据来源于AMZ123调查整理

近几年各行各业盛行的内卷之风也刮到了跨境圈。据AMZ123了解，深圳一家跨境企业要求，如果员工加班时长未达30个小时，需要向公司“乐捐”300元。真实的跨境职场加班情况又是如何呢？

AMZ123调查数据显示，截至2023年4月，有近六成跨境从业者表示自己需要加班，其中17.6%的跨境人还是经常加班。

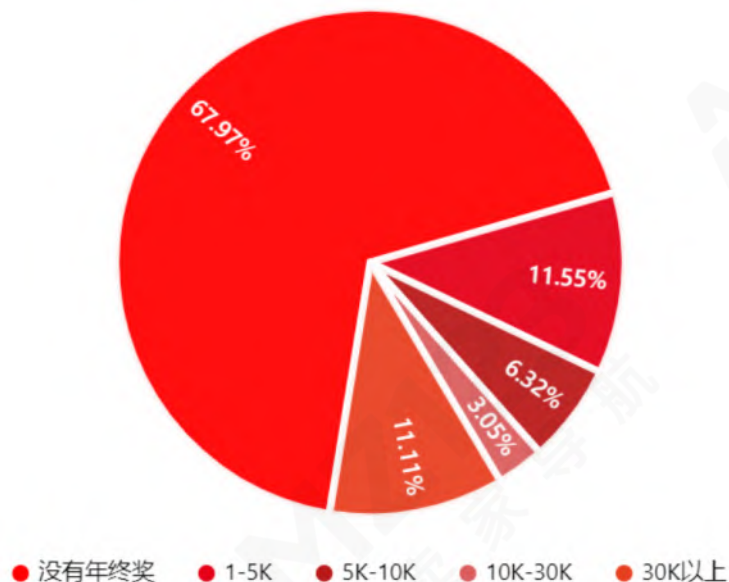
跨境从业者们谈其原因，一方面是工作的特殊性（如运营需要时刻关注后台数据），另一方面是工作内卷氛围促使的结果，还有一方面则是个人工作效率不佳或所在企业的强制安排。

不过，随着精细化运营时代的到来，工作时长不再是企业取胜的指标，运营节奏才是制胜的关键。因此，也有不少跨境公司不再追求计较工作时长，职场氛围有好转现象。

此外，放眼跨境圈，尽管2022年有众多头部大卖开始加入双休大军，但到了2023年，大小周、单休制度似乎又成为了业内主流。

1.2.2 岗位待遇情况

跨境从业者年终奖情况



数据来源于AMZ123调查整理

自2022年跨境行业进入保守增长转型期以来，跨境招聘市场频频遇冷，薪资缩水、岗位减少几乎成为了一种新趋势。

以亚马逊运营岗位为例，职友集数据显示，截至2022年12月，亚马逊运营的职位数对比2021年同期下降了69%，工资待遇较2021年平均下降13%。在如此冷遇之下，跨境从业者们对岗位的薪酬提成制度以及职业生涯的提升变得格外关注。

AMZ123调查发现，2022年近七成跨境从业者没有年终奖，仅一成跨境从业者年终奖高达30k以上。

2022年起，随着跨境企业竞争愈加激烈，品牌精品化运营路线成为市场主流，跨境企业对于高阶人才的需求也更为旺盛，甚至为其推出了更多的激励制度。

但据多位跨境职工表述，部分中小企业并未设置合理的提成制度，诸如变相减薪、委婉裁员等职场乱象频发。行业转型期下，跨境从业者的薪酬待遇也呈现出了两级分化的状况，且高薪人员占少数。

个人发展情况

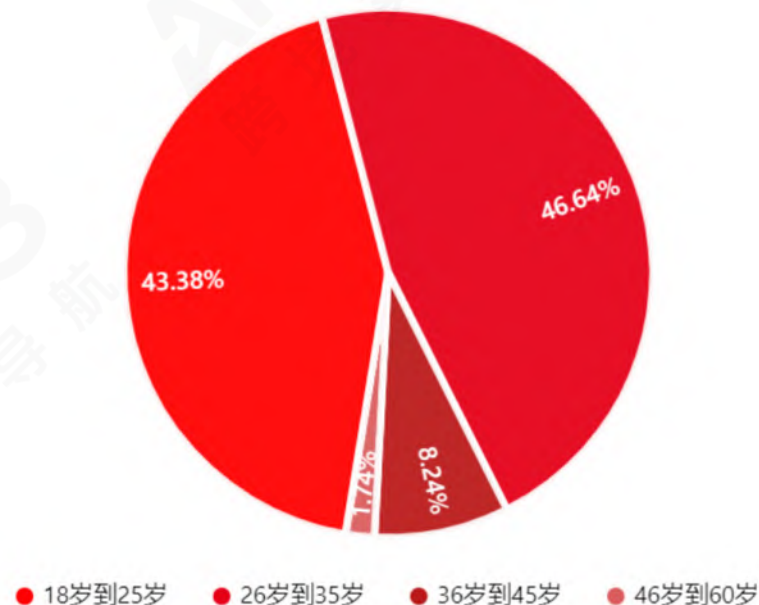
AMZ123调查各大社群、论坛发现，在跨境行业的个人发展情况方面，诸多卖家都聚焦于年龄、副业、单干这三大问题。

1、招聘趋势年轻化，打造核心竞争力成亟需

据教育部统计，2022年高校毕业生人数超1076万人，首次突破千万大关并创下历史新高。大批应届毕业生流入人才市场，不仅加剧了激烈的竞争态势，同时也进一步拉高就业门槛，招聘年轻化趋势愈发凸显。

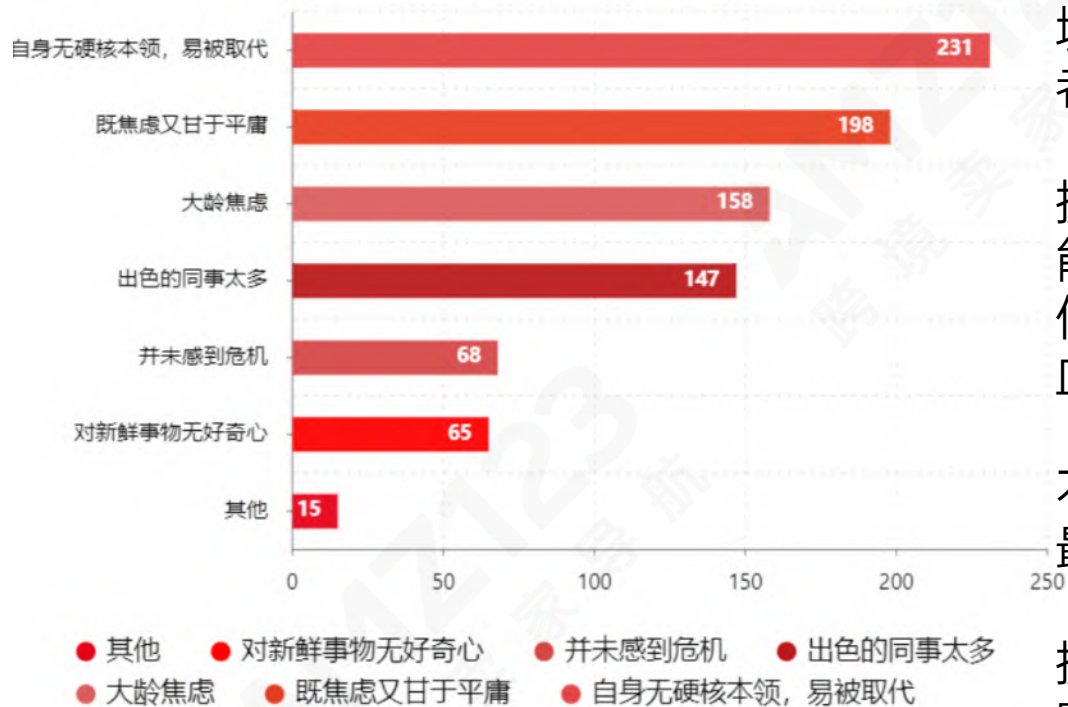
AMZ123调查数据显示，截至2023年4月，跨境从业者主要集中在26-35岁，占比46.6%；其次是18-25岁，占43.4%；再者是36-45岁，占8.2%。

跨境从业者年龄段分布



数据来源于AMZ123调查整理

跨境从业者职场危机情况



数据来源于AMZ123调查整理

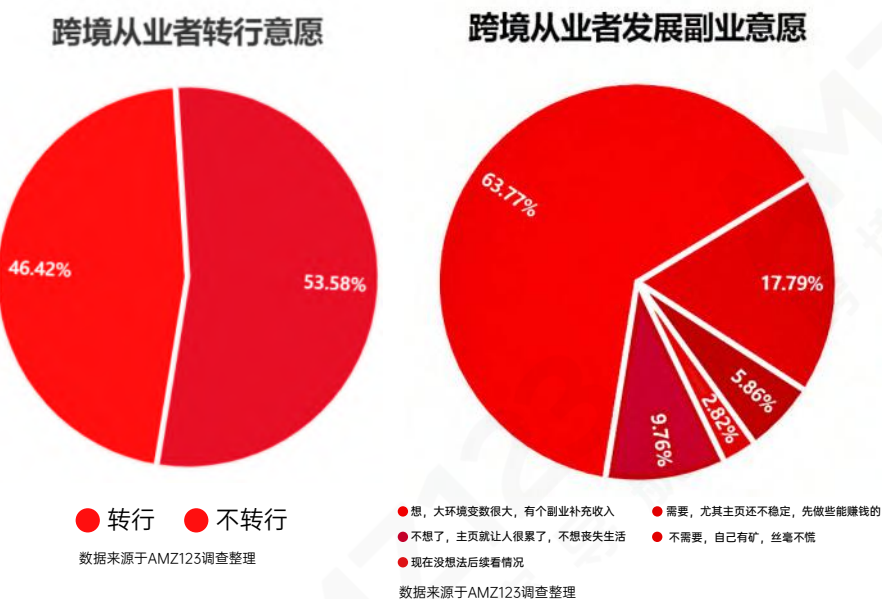
而根据AMZ123的调查，随着职场招聘愈加年轻化，不少入行多年的资深跨境从业者愈发感受到了年龄焦虑：有34.3%的跨境从业者“拥有大龄焦虑，担心自己被优化”，31.9%的跨境从业者表示“出色的同事或后浪很多”令自己感受到了职场危机。

据一名资深跨境从业者自述，跨境行业的部分岗位对于专业技能方面的需求一直在不断更迭，而年轻人虽然可能缺乏经验，但是学习能力更强、更易塑造，许多企业也会着力于招聘新鲜血液。

不过AMZ123也观察到，更多的卖家（50.1%）则是认为职场中最大的危机来自于“自身不具备核心竞争力”且囿于现状。

据一名跨境从业者表述，35岁以上跨境人的优势在于积累了丰富运营技术等多方经验，全局把控能力相对较高。只要拥有过硬的技术，依然能在跨境行业中找到一席之地。

2、副业单干呼声高，顺应市场大环境为首要



AMZ123调查数据显示，有超八成跨境从业者表明有想要发展副业的意愿，其中63.8%的跨境人认为大环境变数很大，有个副业补充收入是一个不错的选择；17.8%的跨境人表示主业还不稳定，想先做些能赚钱的副业。

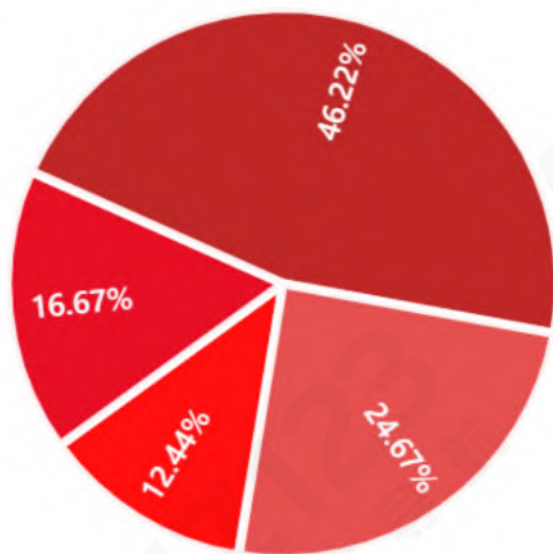
AMZ123观察到，随着如今跨境电商风口有所褪去，业绩跌宕起伏，提成遥不可及，加之随时触发的裁员压力，由此导致了越来越多的跨境从业者产生发展副业的想法，以此规避单一不稳定收入暗藏的风险。

此外，跨境圈内“转行单干”的呼声也不小。截至2023年4月，有近半成跨境从业者有转行的想法。此前在各大跨境交流社群、论坛也有诸多跨境从业者声称“运营的尽头是单干”。

AMZ123也观察到，近几年来，自主创业的跨境从业者确实越来越多，诸如深圳、浙江等跨境电商行业的主要发展地区甚至还为跨境创业者推出了相关的扶持政策。

(四) 跨境就业乱象

跨境从业者求职遇坑情况



- 无故降薪
- 突发解雇，不予赔偿
- 底薪做绩效，提成遥不可及
- 强制加班

数据来源于AMZ123调查整理

近两年来，职场诉讼纠纷频频暴露在公众视野，引起舆论聚焦，诸如公司降薪欠薪、违法辞退等乱象也在跨境圈内层出不穷，引得业内人士共同讨伐。

以亚马逊运营岗位为例，在AMZ123发起的一则投票中，46%的亚马逊运营曾遇到“拿底薪做绩效，提成遥不可及”的情况；25%亚马逊运营表示公司会强制加班；还有17%和12%的亚马逊运营遇到了“突发解雇，不予赔偿”及“无故降薪”的状况。

AMZ123也总结了近一年来部分被曝光的跨境职场就业乱象：

1、无故降薪

2023年年初，诸多亚马逊运营爆料自己被老板约谈降低底薪。

据其中一名在元旦被约谈底薪直降20%的运营自述，该跨境公司自其入职起，奇葩操作就不断：在运营业绩不错时不仅被扣掉了原本约定不会扣款的运费，从月度拿提成变成季度拿提成，最后又变成了一年一拿。

跨境职场小贴士：这类跨境公司一般都未能设置合理的薪酬及晋升制度。

2、无效激励

2023年，跨境圈内一则亚马逊跨境公司的负激励机制公告被曝光。按照该公告，运营者若未能按要求完成相应的销售额及利润目标，就将遭到相应的“负激励”处置，即倒扣提成。

此外，不少运营也面临着无缘提成甚至底薪遭到克扣的情况。部分跨境公司的提成制度缺乏合理的设立标准，运营者不仅要经受销售指标压力，有时还要承担各类运营成本。

跨境职场小贴士：设置合理的提成制度及激励机制，需要公司与员工的双向沟通交流。唯有公司与员工一条心，才能调整运营战略以最大限度拉动业绩增长。

3、借用信息

随着亚马逊监管的日趋收紧，多账号运营需求犹在，为避免因一人多账号导致店铺被封，部分跨境电商公司在员工入职时，会强制要求其提供个人信息进行店铺注册。

跨境职场小贴士：提醒各位跨境求职者们，切勿轻易将自己的身份信息、公司及家人信息提供给他人的使用，警惕兼职注册账号的招聘骗局。

跨境企业用人现状调查

INVESTIGATION OF
THE EMPLOYMENT STATUS
OF CROSS-BORDER ENTERPRISES



(一) 人才招聘

1、亚马逊运营热度冷却

-70%

增长速度

2022年较2021年

2021: 下降1% ↓
2020: 下降32% ↓
2019: 增长35% ↑
2018: 增长48% ↑

宏观经济低迷的大环境下，跨境电商行业的火热程度较疫情初期明显冷却。面对消费萎靡、成本飙涨等多重挑战，越来越多的跨境公司奔向“小而美”潮流，力求开源节流、精简人手。为此，跨境招聘市场呈现降温趋势，亚马逊运营岗位的需求也因此有所下降。

职友集数据显示，2022年亚马逊运营岗位数量较上一年同期下降70%，薪资待遇同样较2021年下跌了4%。从招聘地图来看，深圳跨境电商公司对该岗位的需求量最大，占比16.9%，厦门、广州、杭州等地则依次排之。

2、独立站及TikTok运营炙手可热

2021年亚马逊封号潮爆发后，多渠道布局逐渐成为行业普遍趋势。为了摆脱单一渠道运营风险，同时挖掘新的增量空间，越来越多的跨境企业选择开拓独立站、TikTok Shop等平台，由此带动相关运营岗位需求量暴涨。

3、ChatGPT人才需求飙升

为了开发更多元化的功能以提高运营效率，跨境企业关于ChatGPT人才的招聘需求持续飙涨。

目前，与ChatGPT相关的热门岗位包括NLP经理、NLP产品专家、ChatGPT优化师、ChatGPT工程师等，且薪资待遇较为优越，月薪普遍集中在**20k~90k的区间**。

(二) 人才治理

① 休息制度：大公司双休成主流

跨境公司具体实施何种休息制度，主要取决于运营模式及公司规模两大方面：

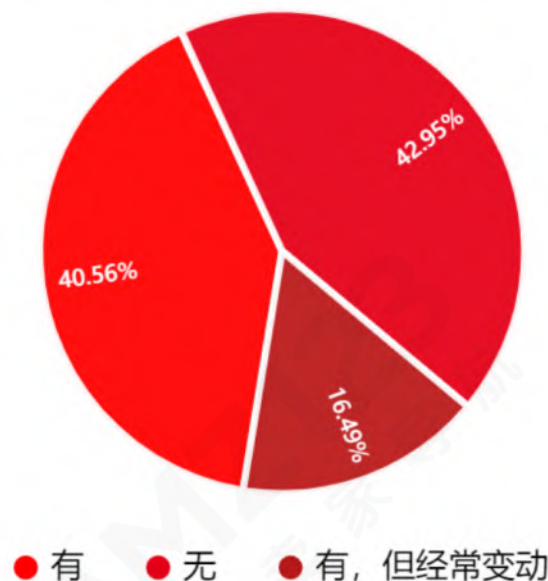
- 走精品路线的公司更侧重单一产品的精细化运营及品牌力打造，有效节省人力物力，因此双休普及率更高；
- 铺货型公司由于产品规模庞大，多账号多店铺的经营模式大大提高了工作成本，故而多以单休、大小周为主；
- 数据显示，规模在100人左右的跨境公司以实行大小周制居多，整体规模大于500人的跨境公司则相对更盛行双休，而1000人规模的大公司基本上主打双休制。

公司规模越大，也就意味着内部管理制度更加完善正规，同时由于员工数量庞大，也有利于部门结构、各项运营工作的细分以及员工之间的分工协调，从而精简流程、提高效率，减少不必要的加班。

随着行业脱离粗放运营的野蛮式增长时代，越来越多的跨境电商公司转型为精耕细作的品牌路线，同时内部管理制度也朝规范化发展，通过部门结构的细分与协调不断精简流程、提高人效，为此双休制度的呼声也越来越高。

② 薪酬制度：四成跨境公司缺乏完善规章

跨境企业具备完善薪资及晋升制度情况



数据来源于AMZ123调查整理

根据AMZ123调查数据，40.6%的跨境公司拥有完善的薪资及晋升制度，与此同时却有相当一部分跨境公司缺乏完善的相应制度，占比高达43%，另有16.5%的企业薪酬制度经常进行变动。

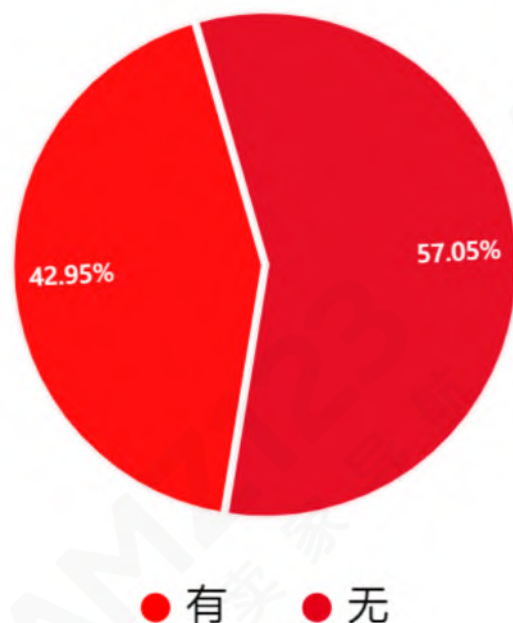
综合调查结果可以看出，许多中小跨境公司未建立规范化的薪酬及晋升制度，且政策不稳定性较高，员工的基本权益缺乏有效的保障。

另一方面，以亚马逊运营为例，主要薪资构成为底薪+提成，除了出勤率等因素外，还涵盖销售额、毛利率、库存周转率等多项考核指标，因此受业绩波动影响较大。

近几年来，受平台政策变动、运营成本飙升以及市场竞争加剧等多项因素的影响，许多跨境公司盈利缩水，也因此进一步影响到员工的薪资。

③ 培训制度：半数跨境公司未完善人才培养方针

跨境企业近半年发起岗位培训情况



数据来源于AMZ123调查整理

职友集数据显示，68.4%的跨境公司在运营招聘的过程中不限经验。跨境电商岗位细分众多，涵盖新品开发、产品编辑上架、listing优化维护、账号管理、促销推广等多重职能。因此跨境企业建立完善的人才基础培养及进阶培训制度，更有利于公司的长远发展。

AMZ123调查数据透露，43%的跨境公司在最近半年内曾发起过岗位相关培训，剩余57%的跨境公司则并未为员工开展任何相关培训。

数据直观表明，目前跨境行业内半数以上企业缺乏规范化的员工培训制度，相应的人才培养方针也并不完善。

(三) 大卖人才激励计划

近年来，宏观经济的寒气传递到了跨境电商行业，在人才流失加剧的大环境下，吸纳并留住优秀人才成为跨境公司长远发展的关键策略。为此，许多头部大卖纷纷制定人才激励计划，通过买房补贴、薪酬福利、股权激励、年末分红等手段稳固高质量人才。

1、乐歌股份

● 基础薪酬制度及培训计划

为积极调动员工积极性，建立符合公司发展的激励约束机制，乐歌在2022年进一步完善薪酬制度和绩效考核制度，员工薪酬主要包括基本工资、岗位工资、绩效工资、奖金、社保、住房公积金、生活津贴等，建立结果导向型薪酬机制。

另一方面，乐歌制定了完善的人员培训制度，通过系统科学的方案定期对员工进行内外部培训，并鼓励员工积极参加学历晋升、专业培训讲座、读书分享等。



● 股权激励

基于健全长效激励机制，吸引和留住优秀人才并充分调动员工的积极性的需求，乐歌股份将股东利益、公司利益和员工个人利益结合在一起，针对研发、销售等相关部门的核心骨干优秀员工，分别于2018年、2020年及2021年推出股权激励计划。

● 员工购房资助

2022年6月2日，乐歌股份发布了为员工购房提供财务资助的公告，拟以自有资金设立总额为人民币300万元的购房免息借款资金池。

2023年1月，乐歌股份再度披露相关公告，宣布拟将员工购房免息借款资金池额度由300万元调整为1000万元，以轻员工购房负担，激励工作积极性，从而更好地留住人才。

2、安克创新

公开数据显示，截至2022年末，安克创新在职员工共计3615名。因此人员规模增加以及平均工资增长，安克2022年应付职工薪酬3.92亿元，同比增长24.35%，平均每个员工薪资约108万元。

● 基础薪酬制度及培训计划

安克创新制定了包括《安克创新项目奖金管理总则》《安克转岗定薪规则》《安克年度调薪方案流程》等员工薪酬管理制度。同时推出一整套人才培养计划和人才发展体系，并创立“安克创新赋能中心”，提供新人入职培训、一对一“导师制”帮助等全方位培训。

● 员工借款政策

2022年5月18日，安克宣布制定《员工借款管理办法》，为员工提供4000万元的借款总额度，用于员工购房；员工或家庭近亲属发生重大疾病、事故等方面的医疗费用支出；以及经批准的其他资金周转用途等。



● 股权激励

安克创新在2022年推出了限制性股票激励计划。2022年7月12日，其会议审核通过激励议案，拟以40.00 元/股的价格向424 名激励对象授予5183420股第二类限制性股票；8月24日，安克再次宣布拟以40.00 元/股的价格向12名激励对象授予381033股第二类限制性股票。

● 购置自有房产

为改善办公环境、提高管理效率，2022年12月23日，安克与深圳润雪正式签署《深圳市房地产买卖合同（预售）》，耗费15.42亿元购买位于深圳市宝安区，总计51017.18平方米面积的房产。

3、吉宏股份

● 员工持股计划

2022年，吉宏股份会议审议通过第三期员工持股计划，本次员工持股计划存续期为48个月，股票来源为吉宏股份自2020年11月10日至2021年8月27日期间回购的公司股票6075307股，占公司总股本的1.61%。

● 年末分红

2023年1月，吉宏股份披露了关于回报股东特别分红方案的公告。在2022年前三季度，吉宏股份实现归属于母公司股东的净利润总计约1.99亿元，截至2022年9月30日，吉宏股份合并报表可提供分配利润为15.21亿元，母公司合并报表可提供分配利润为4.34亿元。

基于公司实际经营情况和长远利益，吉宏股份宣布拟对旗下股东进行特别分红。即以董事会审议通过特别分红方案之日的总股本378,409,288股为基数，向全体股东以每10股派发现金红利2.63元（含税），共计分配现金股利99,521,642.74元。

(四) 跨境公司用人痛点

1、专业人才匮乏

近几年来，跨境电商在动荡与变革中驶入新的航线。一面是行业蛋糕抢食者与日俱增，竞争日益加剧，另一面则是新平台新机遇相继涌现，创造更丰富的增量空间。这样的背景下，跨境公司为了适应环境变化而开始转型，对相关人才的基础运营能力及高阶运营思维也提出了更高的要求。

AMZ123调查发现，许多中小公司面临的用人困扰之一便是招工难。随着发展路线的转变以及销售渠道的拓宽，所涉及的营销推广、数据分析等岗位缺口扩大，不同平台的运营岗位也存在一定的差异性，因此不少公司普遍存在专业型人才匮乏的现象。

2、人才流失严重

每年金三银四以及Q4旺季结束后，往往是跨境行业离职、跳槽潮最为猛烈的阶段。AMZ123调查发现，相当一部分卖家存在想要转岗或跳槽的想法。

一方面，部分中小跨境企业未建立完善的内部管理机制，薪酬、晋升等相关制度并不完善；另一方面则是缺乏必要的激励计划，对于核心骨干未能构建利益共同体，耗费大量资源培养的人才最终流向竞争对手抑或是创业单干，由此导致人员流动性较大，给企业的后续正常运转带来一定的混乱和失衡。

3、招聘风险

由于亚马逊产品运营涵盖listing打造、数据分析、广告营销等多项内容，往往会涉及部分公司内部商业机密，且跨境行业无论是企业本身抑或是从业人员均鱼龙混杂，这也致使各类员工乱象频发。

如何避免在招聘过程中识人不清，并谨防无良员工的“三十六计”，成为诸多跨境公司的用人难题。

“顺手牵羊”：盗窃公司信息，在职期间盗取公司商业机密及核心产品，收集公司及开发公司供应商等资源。

“偷梁换柱”：跟卖公司产品，在职期间开设个人店铺并跟卖公司同款产品，利用公司资源运营个人产品。

“借刀杀人”：泄露商业机密，离职后把公司产品导出发给竞对公司，或将供应商私模产品泄露其竞争对手。

“趁火打劫”：蓄意攻击店铺，离职后蓄意报复，删除店铺链接或设置0元促销构成公司巨大经济损失。

“走为上计”：套取公司经验，入职后套取公司信息，习得充足的运营经验后迅速离职单干。

跨境职场趋势与机遇

CROSS-BORDER
WORKPLACE TRENDS AND
OPPORTUNITIES



四、跨境职场趋势与机遇

(一) 跨境岗位前景研判

综合招聘求职网站、AMZ123调查问卷、跨境电商论坛等内容和数据分析，AMZ123总结了以下几个相对有前景和潜力的跨境岗位。

主要衡量标准:



岗位数量



薪资待遇



招聘需求



人才结构

(以下岗位及薪资范围来源于招聘网站大数据，以北上广深等一线城市为例，仅供参考)



1、跨境电商运营、主管

岗位分析：综合薪资为8-20K，学历要求大专及以上学历，晋升路线相对清晰，岗位需求较大。

目前而言，跨境电商基础运营及主管仍然是招聘端的主要岗位，无论是大厂还是中小型企业，均有放出一定数量的运营岗位，且一些基础性岗位如运营助理、销售助理等对无经验、应届毕业生等求职者包容性较大，但同时薪资起点也相对较低。

相反，有一定工作经验、运营技巧成熟、擅长分析产品和数据且掌握一定行业资源的资深型跨境选手在业内比较吃香，晋升为运营主管的可能性较大。当前，企业对高阶运营的需求正在不断释放，主要集中在部分头部大卖及中大型公司。

2、数据分析师

岗位分析：综合薪资为12-20K，学历要求本科及以上学历，目前岗位需求量处于中下水平。

随着精细化运营时代的来临，跨境卖家不再唯运营技巧至上，而是更加注重数据的获取和分析，为业务需求提供结论报告和数据支撑，由此也衍生出了跨境电商数据分析师这一岗位。

据悉，该岗位任职要求主要有：挖掘、输出数据分析结论报告；运营数据报表开发、数据分析可视化、业务需求数据输出等。

目前，不少中大型企业都配备了相应的数据型人才，招聘该岗位的企业数量也正逐渐增加。



3、Tik Tok运营经理

如今，TikTok在海外的的发展如日中天，2022年全球日活跃数量突破10亿，并在多个国家开通了Tik Tok shop，TikTok小店已经成为跨境电商行业的重要角色之一。

随着TikTok电商化进程的加快，诸多跨境企业开始深耕这一平台，大力招兵买马组建运营团队。根据职友集数据，2022年，各大跨境公司的独立站运营招聘数量较上一年增长8%，其中深圳地区需求量最高，占比13.8%。步入23年招聘热度再度上涨，仅3月份便同比上涨227%。

据悉，该岗位任职要求主要有：制定TikTok平台销售战略、利润目标；跨境电商直播团队的组建和管理；制定运营规划和海外市场推广方案等。

4、品牌独立站推广

岗位分析：综合薪资为12-20K，学历要求本科及以上学历，岗位需求量处于中等水平。

近两年，跨境电商多渠道布局成为卖家的共识，不少卖家虽然以平台为重心，但对独立站的规划和布局已经提上了日程，且国内已经涌现出很多出色的独立站卖家。

数据显示，2022年独立站运营岗位需求激增13100%。相比已趋饱和的亚马逊运营人才市场，独立站运营市场则尚未成熟，跨境公司对优质人才渴求度较高之际，尤其是拥有一定独立站操盘经验的运营，相应的薪资待遇也更为丰厚。

随着更多的卖家涌向独立站，该岗位将是不少求职者转型的选择之一。据悉，该岗位任职要求主要有：品牌官网页面规划和落地；建立海外推广渠道，维护海外媒体、网站、KOL等资源；指导和监督项目的品牌推广以及活动实施方案等。

5、ChatGPT优化师



岗位分析：综合薪资为15-30K，学历要求本科及以上学历，目前岗位需求量处于较低水平。

一夜爆火的AI聊天工具ChatGPT，正成为跨境行业新兴生产力。如今，越来越多的跨境公司接入ChatGPT作为运营工具，用于选品、数据分析、自动客服以及listing文案生成等工作。

深圳大卖易佰网络就开放了对ChatGPT相关技术人才的招聘，如ChatGPT优化师、NLP项目经理和NLP经理（ChatGPT方向）、以及NLP产品专家等，主要职责是负责优化和提高ChatGPT在跨境电商领域的表达。

其中NLP项目经理一职易佰网络开出了最高12万的高额月薪，主要负责提高ChatGPT的性能，分析用户反馈和数据统计从而解决问题和瓶颈，以及产品生命周期管理等。

根据当前AI在跨境行业的应用，未来或许会有更多与AI相关的岗位出现，且前景和待遇均属于行业上等水平。

(二) 跨境电商就业趋势

1、行业朝合规化发展

从早期的行业乱象丛生、黑科技遍地，在现今平台政策和行业规则的约束下，跨境电商行业逐渐撕掉了“无秩序”的标签，跨境职场氛围也逐渐合规化。

根据AMZ123调查问卷，约有82%的公司会为员工缴纳五险或一金，有62.3%的公司未发生虚假招聘、欠薪降薪、克扣绩效、非法辞退等不当行为，有上述行为之一的企业数量占比较小。

此外，行业内还有一个特殊的现象，即在圈内盛行的各种“职场黑名单”，如“跨境公司避雷名单”、“跨境员工避雷名单”、“跨境服务商黑名单。”

值得注意的是，此类黑名单的本意是让跨境卖家筛选甄别不良企业和员工，但根据部分用户反映，这种榜单的主观意识过浓，且记录的事实尚未得到验证，有恶意抹黑的可能，真实性有待商榷。因此，无论是企业还是求职者，在得到此类信息时应该多方求证，不轻易下定论。

2、企业招聘需求放缓

AMZ123调查发现，从2020年疫情开始，到2023年疫情放缓，这期间的跨境招聘端经历了从人才供不应求到供过于求的两重状态。

疫情初期，海外电商购物需求暴涨，带动了国内卖家的业绩翻倍。此时不少跨境公司急于扩大规模，纷纷招兵买马导致行业岗位数量激增，高薪招人的现象持续了一段时间。

然后，2021年，亚马逊及其他电商平台增速放缓，加之“封号潮”的来袭让不少企业元气大伤，急速扩招的行情渐渐遇冷，对跨境岗位的需求开始下降。

如今，大部分企业的人才需求趋于稳定，不会追求盲目扩招，且更加注重人才管理，制定了相应的人才战略，如员工激励计划或员工分红制度。

3、求职人员考量因素增多

在求职端，一方面更多专业型人才的加入，让企业的多元化人才需求得到满足；另一方面，从业人员的综合素质也有所提高，大部分求职者的法律意识增强，判断能力提升，并擅于通过合法途径进行维权，减少踩雷的概率。

同时，根据AMZ123问卷调查，求职人员会更看重公司发展前景和岗位福利待遇，如是否有岗前培训、明确的晋升制度、清晰的提成制度、双休及放假制度、是否需要经常加班等要素。

(三) 人工智能与跨境电商

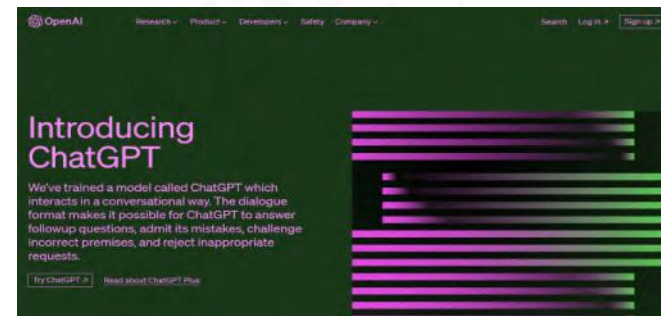
1、跨境电商开启AI热潮

今年，随着ChatGPT的火爆，跨境电商行业也掀起了一场追逐AI的浪潮，AI工具已然成为了跨境电商从业者撬动效率增长的新方式。

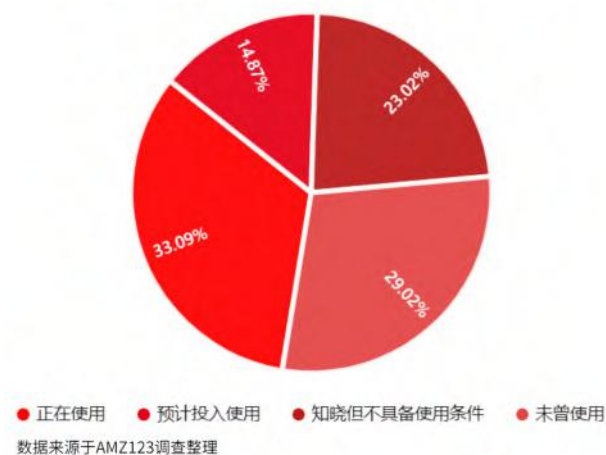
AMZ123的一项调查显示，目前，有33%的跨境公司正在使用ChatGPT，有15%的公司预计将投入使用。

从前端到后端，AI深入席卷跨境电商各个环节，主要表现在以下几个方面：

- 跨境公司对相关人才的需求日趋旺盛，并开出高薪招募人才；
- 跨境服务商接入ChatGPT等软件，利用AI开展业务、助力卖家精细化运营；
- 跨境大卖应用ChatGPT开展相关业务，如上新品、分析数据等；
- 部分亚马逊、独立站等平台卖家使用ChatGPT辅助完成文案写作、客服沟通搭建独立站等任务。



跨境企业使用ChatGPT情况



2、行业卖家、服务商运用AI案例

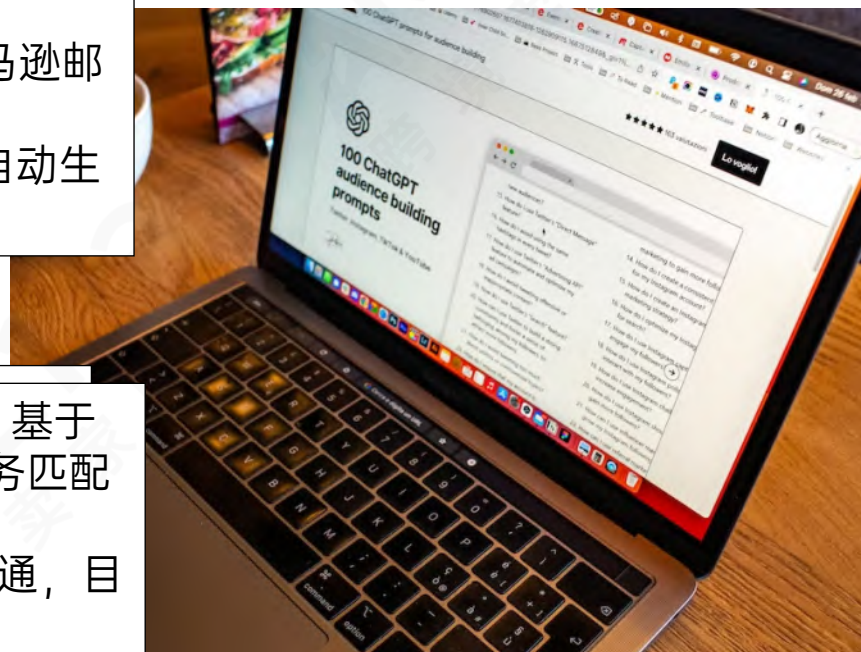
目前，跨境电商行业已有多个部门尝试引入ChatGPT，将生成式人工智能与其业务相结合。

服务商侧：

- **3月14日**，某亚马逊数据分析工具服务商正式上线了ChatGPT编写Listing功能。
- **3月16日**，某提供跨境电商精细化运营服务的管理软件，发布了亚马逊邮件的ChatGPT工具。
- **3月20日**，某知名跨境电商SAAS服务平台也开通了运用ChatGPT自动生成标题/描述的服务。

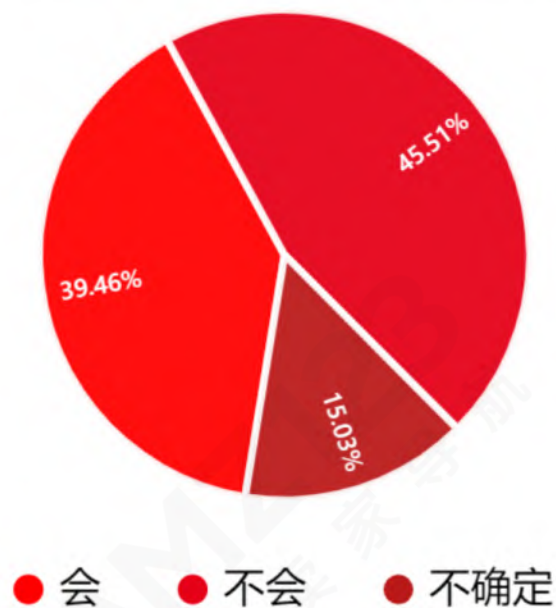
卖家侧：

- **吉宏股份**：已接入ChatGPT的API接口，目前投入金额近200万元。基于ChatGPT技术，有望进一步训练和优化智能化业务环节，提升电商业务匹配及运营效率，进一步实现降本增效及规模化运营。
- **巨星科技**：公司美国团队主动接入ChatGPT进行客服沟通和社媒沟通，目前取得了一定成效。
- **乐歌股份**：公司团队正在研究将ChatGPT和文心一言接入公司的智能屏，以提高产品的智能化水平和用户体验。



3、AI无法单纯取代人工

跨境从业者对ChatGPT取代亚马逊岗位看法



数据来源于AMZ123调查整理

如今，ChatGPT正在逐步渗透跨境电商领域。不过就目前情况来看，ChatGPT更多的是作为一个辅助工具来使用，且使用条件多有限制，如需要较为精准的提问关键词，回复内容同质化风险等。

而关于AI是否会替代一部分跨境岗位的讨论也非常热烈，在AMZ123发起的相关投票中，共1158名卖家参与了投票。其中，46%的卖家认为ChatGPT不会取代部分亚马逊岗位。

尽管ChatGPT在跨境电商领域提供了诸多助力，但跨境电商运营岗位需要完成许多复杂的任务，知悉各种不同的技能和知识，人工的判断、决策和管理能力，是确保跨境业务高效稳定运作不可或缺的关键要素。

对于势不可挡的技术革新，跨境电商从业者现在需要考虑的应是自身如何适应，并非一味地盲从和排斥。

结语

综合以上调研数据及分析，截至2023年5月，受多重因素影响，AMZ123得出以下结论：

- 1.岗位端：**行业迈入品牌运营期，跨境企业对于人才的需求趋于稳定，筛选人才时要求也更高。
- 2.就业端：**受行业转型期影响，跨境电商职场招聘趋于年轻化，内卷之风重新兴起，跨境就业乱象频发，培养核心竞争力、开展副业成为了诸多从业者的职场发展方向。
- 3.企业端：**2023年，跨境公司对高质量运营人才的重视程度与日俱增，采取了多项人才激励措施，但更多的企业缺乏完善的人才培养方针及晋升制度，专业型人才匮乏。且跨境员工流动性较大仍是一个普遍现象。
- 4.前景端：**当下跨境电商运营、主管仍是跨境职场招聘的主要岗位，跨境企业对数据分析师、Tik Tok运营经理等着力精品运营的岗位需求也有所上涨。与此同时，AI浪潮下，ChatGPT优化师等新兴岗位也逐渐涌现在跨境行业中。

当前，跨境电商行业职场新趋势已出现。AMZ123未来也将持续关注跨境职场动态，助力跨境企业及跨境求职者及时了解跨境职场变化和趋势。

媒体观点

观点：

预计到2023年，跨境电商的就业趋势将继续增长。随着跨境电商平台和市场的增加，销售、市场营销、客户服务和物流等职位将增加。多语言和跨文化交流技巧将成为重要的职业技能。

同时，新兴技术如大数据分析、人工智能、区块链等也将在跨境电商领域发挥更重要的作用，相关技术人才需求也将不断增长。

物流和供应链管理方面的职位将继续增加，确保产品能够及时准确地送达消费者手中。远程工作将成为趋势，企业需要更多数字化工具和技术来协调团队工作。

总的来说，跨境电商将持续推动全球化和数字化经济的发展，为就业市场带来更多机会和挑战。

卖家之家

看资讯·查测评·用工具

卖家之家(mjzj.com)作为跨境电商垂直行业媒体，聚焦“看资讯、查测评、用工具”三大核心用户需求，提供包括行业动态、实操干货、趋势解读、案例分析等原创跨境电商内容，成功开发并上线一系列跨境电商运营辅助工具，推出了一系列如测评黑名单等功能。2022年初，卖家之家推出找服务频道，目前入驻卖家之家的跨境电商服务品牌已接近400家。

媒体观点

观点：

根据世贸组织的报告，到2026年之前，全球B2C跨境电商将保持27%的增速。近几年，中国跨境电商行业保持了快速发展势头，5年增长了将近10倍。2023年一季度，仍然继续保持高速增长势头。

出海需求的攀升直接拉动了跨境电商行业的人才需求。综合来看，跨境电商行业的就业前景非常可观。

一方面是专业型人才和中高端综合性人才需求旺盛：各大跨境电商平台运营、独立站专业技术运营、跨境电商大数据分析、小语种、进出口专业服务、海外社媒运营、海外直播都是时下热门岗位。

另一方面，ChatGPT技术人才成为当红炸子鸡。随着ChatGPT的迭代升级以及AI跨境浪潮的愈演愈烈，跨境电商公司人才需求也日趋旺盛，纷纷开出高薪招兵买马。



跨境知道

WWW.IKJZD.COM

品牌出海上跨境知道。跨境知道是全球跨境电商内容创造平台，帮助跨境从业者打破信息差，努力塑造内容资源势能，为全球跨境卖家提供全面优质的本地化资讯和所需的资源。

媒体观点

观点：

从人力资源的角度来看，跨境物流行业属于一个比较细分的领域，想要完全精准匹配同行业人才其实非常困难，国内仓储物流的人才一般是岗位或经验的部分匹配，很难做到百分百匹配。

谷仓海外仓在人才梯队搭建方面，会重足够视内生力量，搭建完善的人才发展、人才培养体系。

对于跨境岗位发展的特点，我们认为相关岗位其实是越来越稀缺的，尤其是运营类岗位人才，以及有丰富行业资源和行业经验的营销人才，都是我们非常需要的人才，也是市场上很稀缺的人才。谷仓也持续从发展方向、福利待遇、能力培养等各个方面，去激励我们的优秀人才、吸纳和积蓄更多的人才资源。



谷仓海外仓 GoodCang（即“深圳易可达科技有限公司”）由纵腾集团于2015年创立于深圳，公司业务覆盖全球30+国家，全球仓储总面积120万 m²，是中国跨越百万级别的海仓企业，商务部首批优秀海外仓、5A级物流企业及多个省份官方认定的公共海外仓。谷仓致力于为全球跨境电商卖家、出海品牌商客户、产业带客户提供头程干线、全球仓配、售后退货的标准化以及定制化的端到端的供应链解决方案。

媒体观点

观点:

根据侃侃网观察和第三方人才网站分析，2023年跨境电商公司对于亚马逊运营岗的人才需求呈下降趋势。以深圳市为例，2023年的亚马逊运营岗位的市场需求较2022年同期下降17%。深圳亚马逊运营的薪酬区间在4.5-50K之间，其中月10-15K的岗位最多，占30.4%。

这里面有一个值得关注的因素，就是以ChatGPT、Midjourney为代表的AIGC（生成式AI）技术在全球火爆出圈。据侃侃网观察，AI技术已经迅速影响到了跨境电商行业。大量的跨境电商从业者开始讨论如何将AI应用于日常工作，以提升人效。

随着AIGC技术的日趋成熟，必将对跨境电商行业产生深远影响，企业对于AI人才的需求也将急剧上升。从行业某头部大卖发布的招聘信息看，不惜花重金寻找ChatGPT相关的人才，普通的ChatGPT优化师，薪资就给到了15-30k，而NLP项目经理的月薪更是高达120K。未来，懂得运用ChatGPT等AI技术的跨境人才将更为吃香。



侃侃文化传播有限公司（以下简称侃侃）是活跃于跨境电商出口行业，集互联网新媒体运营、品牌策划活动、教育培训服务工具、联合运营、超级卖家沙龙等跨领域多维度服务为一体的跨境电商一站式孵化平台。侃侃与GOOGLE、FACEBOOK等社交平台，AMAZON、EBAY、WISH、SHOPEE、LAZADA等B2C电商平台，SHOPIFY、SHOPLINE等独立站平台密切合作致力于打造覆盖卖家、服务商、供应链和跨境平台的跨境电商生态链。

关于AMZ123

【AMZ123】是一家专注于跨境卖家导航的网站，围绕卖家需求，以一站式入口持续收集整理亚马逊卖家运营必备工具。

AMZ123拥有庞大的粉丝群体，是目前跨境电商垂类领域流量前列的网站。旗下公众号【AMZ123跨境电商】粉丝数25w+，另有多多个公众号为辅，涉及领域包括品牌出海、独立站、Tik Tok等主流跨境话题及市场，打造跨境电商自媒体矩阵，拥有一级垂直流量池，覆盖人群精准且庞大。

关注我们



AMZ123跨境电商



AMZ123跨境导航



AMZ123视频号



跨境电商交流群

关于AMZ123报告

AMZ123报告由AMZ123内容部原创出品，以内容为根基，以数据为支撑，具有准确、客观、专业的特征。

2022年，AMZ123开启了报告元年，本着向内求变，向外求新的理念，着力推进跨境电商出海领域报告出品，不断扩大跨境电商内容的影响力。

时至今日，AMZ123报告已专注跨境电商行业、DTC品牌出海、亚马逊运营等输出多份针对性报告与观察，均在行业内引起巨大的关注与转发，收获众多跨境专业人士的好评。

AMZ123历史原创报告汇总链接：

https://drive.weixin.qq.com/s?k=AM4ABgd_AA4XSkxqta

历史报告目录：

《2022上半年度跨境电商研究报告》

《2022跨境电商年度报告》

《百家亚马逊店铺报告【家居类目】篇-AMZ123》

《亚马逊电商调研报告之【美妆个护】篇-AMZ123》

《2022年度DTC品牌出海报告》

《2023年DTC报告之美妆个护篇》

《2023年DTC报告之时尚服饰篇》

关于品牌方舟BrandArk

【品牌方舟BrandArk】专注品牌出海前沿信息，覆盖新兴DTC品牌、电商和社交媒体相关的话题，提供大量出海/海外新兴品牌增长和营销案例的一手解读，并从中洞察有增长潜力的新兴趋势和小众赛道。

其中，品牌方舟智库是平台旗下重点板块之一，旨在对近千个全球DTC品牌及中国出海品牌进行追踪报道，通过重点案例分析和趋势解读，帮助出海者看到更广阔的品牌创业全球化地图。

关注我们



品牌方舟BrandArk



品牌方舟视频号



品牌出海交流群

AMZ123会员

**加入 [AMZ123会员],
你将获得以下福利:**

[AMZ123会员], 旨在通过有价值有系统的信息汇总、精准人脉与资源的链接互动、一站式整合私享服务, 为出海者提供优质的信息环境。



加入会员



会员咨询

出海精华:

跨境大咖分享、跨境精华报告、跨境资讯简报、每日一店分析

干货资源:

跨境圈优质资源、一手情报分享、亚马逊热搜词、Top卖家排行数据

资源链接:

跨境人才招聘、跨境线上直播、跨境沙龙聚会

尊享服务:

专属开店加速指导、免费法律顾问、低价对接优质资源、会员尊享折扣。

AMZ123线下活动预告

大型峰会

- 5.26 【新界】AMZ123第二届亚马逊卖家运营大会
- 5.31 厦门亚马逊官方招商大会
- 7.28 《品牌方舟》第二届品牌出海独立站峰会
- 8月 LM123第二届拉美电商出海峰会
- 9月 TikTok专场峰会
- 12月 AMZ123年终盛典

中型会议

- 8月 郑州-亚马逊运营大会
- 10月 杭州-亚马逊运营大会



AMZ123
活动商务合作