

# 上海高职院校学生技能大赛

## 跨境电子商务赛项出口模块

### 样题

上海通启贸易有限公司从事国内电商行业多年，随着近几年跨境电商的迅猛发展，公司业务上出现了较大瓶颈，销量下滑。为了摆脱困境，寻找更大、更有潜力的市场，公司决定依托现有优势，成立跨境电商新公司，组建运营团队，开拓国外市场。在跨境电商平台的选择上，经过前期市场调研分析，从市场规模、平台规范、发展空间和利润空间等因素综合评估，决定注册亚马逊北美站点开展业务。在公司经营之初，总公司划拨一笔 30 万元的运营启动资金。

#### 一、公司注册

请按照以下信息完成公司注册：

公司名称：上海路阳国际贸易有限公司

行业类型：批发和零售业

所在区域：上海 上海市

详细地址：普陀区云岭东路 54 号

联系人：魏川鸿

电话：13960624230

邮编：200333

#### 二、店铺注册

请按照以下信息完成店铺注册：

【注意：只要是填写地址的都要填写中文，除了地址以外的信息都填写拼音】

企业名称：上海路阳国际贸易有限公司

Shang hai lu yang guo ji mao yi you xian gong si

法定代表人姓名：魏川鸿（Wei Chuan Hong）

公司电话：13960624230

公司地址：云岭东路 54 号，普陀区，上海市，上海

邮编：200333

店铺名称：自定义

收款账号：6951030845731122

收款账号有效期至：2035 年 12 月

存款持卡人姓名：魏川鸿（Wei Chuan Hong）

存款方式-9 位数汇款路线：620398710

存款银行卡号：3291850074516232107

组织名称：Shang hai lu yang guo ji mao yi you xian gong si

永久住址：中潭路 41 弄，普陀区，上海市，上海

邮编：200333

身份信息-身份证号：310109199412270581

身份证有效期限：2020.06.14-2040.06.13

出生日期：1994.12.27

签发国：中国



### 全球跨境电商市场发展现状：

根据 eMarketer 的数据分析和预测，在 2020 年至 2025 年期间，虽然跨境电商销售额的增长速度在放缓，但全球电商销售额占全球整体销售额的比率将会呈现一个逐渐上涨的趋势，这也就意味着电商将会在全球贸易中变得更加重要。在 2023 年，电商销售额的增长率可能会略有降低，但也能达到 11% 左右；全球电商销售额占全球整体销售额的比率将达到 21.5% 左右，从整体来看是呈逐渐向好的。

2022 年，国家对跨境电商发展的支持力度不断加大，针对关税、运输、退货等具体环节陆续出台了一系列支持性政策，规范和引导跨境电商产业发展方向。此外，在利润率方面，卖家的预估相对保守。另一方面，随着我国制造业的高质量转型升级，我国产品生产质量和效率明显提高。国际市场对中国产品的接受度和认可度不断提升，需求也持续增多，这也将推动我国跨境电商需求快速增长。

选品建议：（给卖家的一点选品思路）

跨境圈里有一句名言：“七分靠选品，三分靠运营”，选品是做运营的一大难点，之所以很多卖家觉得运营很难，很大程度上在于不会选品，或者选品选偏了。选的不好就卖不出去，选的不对就没有利润空间，那么究竟该怎么做才能够提高选品的成功概率呢？以下几个技巧需要掌握：

1. 市场分析选品，从海外市场容量及增长潜力出发，了解供求关系，把握消费者的需求点，来确定目标选品类目是否符合市场的发展需求。

2. 关注产品销量，销量是决定是否开发一款产品的基础，无销量无开发。

3. 产品分析选品，找到可以挖掘的产品机会点，如消费者画像、购物者行为分析、热卖产品参数，如功能、尺寸、颜色，制定好产品定位策略。

4. 产品的生命周期，分析产品是否为季节性产品，如果是季节性产品，当前上架是否有可操作空间，库存该如何控制，利润该如何制定等。

选品的方法和技巧多种多样，大家可以进行多种组合方法尝试，所谓磨刀不误砍柴工。做好选品工作，店铺运营起来也就能得心应手。

### 三、第三季度市场快讯

2022 年全球健康和家居用品市场规模约 57 亿元，2018-2022 年年复合增长率 CAGR 约为 3.8%，预计未来将持续保持平稳增长的态势，到 2029 年市场规模将接近 85 亿元，未来六年 CAGR 为 5.1%。目前全国芳香产业消费额以每年 20%-30%

的速度增长，目前产值约为 700 多亿元。

根据产品的应用领域，分为家用、商用和车载产品。在全球健康和家居用品市场，家用香薰机占据着重要的市场份额。据行业分析师预测，2025 年全球市场家用香薰机销量将达到 49132.3 台，2018 年和 2025 年复合年增长率为 16.92%。总的从香氛产业的产值、市场份额、盈利空间和市场增速来看，健康和家居用品市场是个具有巨大潜力的蓝海市场，之后将会有更多企业加入香薰机赛道，香薰机行业的竞争将更加激烈。

对产品的运作技术有要求的消费者，带有超声波振荡技术、离心式涡轮风扇和陶瓷高频雾化片的超声波香薰机是他们的选择。为从外形上给自己的小家增加点漂亮的点缀，这一部分消费者更愿意根据家居风格来选择有优雅流畅的外形、温暖的小夜灯或是手工制作工艺的香薰机产品。而对有车一族的消费者来说，无线束缚，移动车载且具备高速空气泵，能快速制香的香薰机是他们的选择。

**经营选品：**产品运营模式采用精品模式，致力于把每一个产品当做精品来打造，系统提供采购平台进行选品，本期精选 3 款商品上架出售。

#### 第四季度市场快讯

俄乌冲突后，全球大宗商品价格全面上涨，油价近八年来首次突破 100 美元，间接导致手电筒业运营成本上升。同时，受疫情影响，世界经济复苏艰难，全球生产和供应周期不畅，全球手电筒业也在积极推进新发展思路的建设。虽然从总体上看，国内发展面临着需求萎缩、供给冲击和预期减弱的压力，但长期以来手电筒业的基本面没有改变，发展韧性好、潜力充足、空间大的特点没有改变。

海外调研机构 technavio 出具的一项调研结果显示，在后疫情时代消费者户外探险风兴起等因素推动下，2020 年-2025 年，全球野营灯具的细分市场规模预计将增长 6821 万美元，年复合增长率或达 8.34%。

KOA 的调查显示，在美国，徒步旅行和背包旅行（37%）和钓鱼（36%）是最受欢迎的户外活动，与此相配的装备多是轻量化、便携耐用的产品。在欧美地区

手电筒比氛围制造灯更具销售潜力，销量高的产品普遍存在的特征：

- 1、机身纤薄，轻巧便携且全金属打造的产品。
- 2、具备太阳能充电模式、强磁吸附与蜂鸣警报器功能。
- 3、可充电锂电池性能好且搭配主灯进口大功率灯珠，使用寿命长且为户外夜行护航的产品。

**经营选品：**产品运营模式采用精品模式，致力于把每一个产品当做精品来打造，系统提供采购平台进行选品，本期精选 3 款商品上架出售。

#### 四、任务要求

##### （一）创建公司

比赛开始时首先需要完成公司注册，完成注册后会获得营业执照。

##### （二）市场调研

##### 1、市场环境

（1）了解市场环境，分析市场信息，掌握市场需求和市场方向以及未来可能的变化趋势，捕捉商机，合理制定运营策略。

##### （2）贷款

了解各家银行贷款金额、利率、还贷周期等信息。

##### 2、亚马逊电商平台

了解亚马逊电商平台的特点和政策，包括平台内节日活动、销售方案和费用等。

##### （1）节日活动

了解亚马逊官方和亚马逊美国站点的节日活动，通过规划节日活动来增加商品订单的推广方式。

##### （2）销售方案和费用

了解亚马逊电商平台的销售方案和费用明细，FBA 销售费用包含销售佣金、退货管理费，退货费扣除的时间以及扣除的方式。

### 3、仓储物流

了解不同物流服务的时效与价格，国内仓与海外仓的收费计算方法，根据所售产品的特点以及物流服务的价格和时效性来选择合适的物流方式。

#### （1）物流服务

了解不同物流公司物品计费重量的计算方法，以及不同物流方式运送到不同国家地区的时效情况，可查询估算国际物流的运费时效。

#### （2）国内/外仓库

了解国内/外仓库的仓储大小、费率以及库存商品爆仓后存储价格的计算方法。

#### （三）采购管理

国内商品采购平台提供不同种类的商品，每款商品包括图片、价格、包装、商品描述等信息。选手可综合各种数据测算应季畅销商品进行选品，并制定采购计划。

#### （四）仓储管理

查看库存商品清单，通过调仓计划将库存商品在不同的仓库之间进行调拨（包括本地仓、海外仓、FBA 仓），调仓需要花费一定的时间周期和运费来完成。可对库存商品进行清仓促销抛售以盘活资金。

##### 1、库存清单

查看商品在各个仓库详细的库存数量等信息。

##### 2、清仓抛售计划

制定清仓抛售计划，参与平台内推广活动。

##### 3、调仓计划

可租赁多个仓库，制定调仓计划，填写相关的调仓信息，对各商品在各个仓库的备货数量进行调拨。

#### （五）店铺经营

##### 1、开设店铺

每个团队只需要开设 1 个店铺，按照亚马逊开店流程进行开店操作。

## 2、商品管理

对商品进行管理操作，包括商品上下架、商品标题、价格等编辑修改操作，进行商品上架操作时，撰写产品标题、核算产品成本、确定产品价格、设置产品上架量。

## 3、发布商品（每季度每团队发布新商品数量上限为 3 个）

（1）商品标题：撰写英文标题（最多不能超过 200 个字符），包含商品品牌、核心关键词、产品特征（属性）等，展现商品特点；

（2）商品描述（五行描述）；

（3）商品价格：综合采购成本、物流成本确定商品价格；

（4）关键词：通过撰写关键词使用户能够搜索获得商品，从而提高商品流量（需英文描述）；

（5）库存：确定仓库库存和采购清单数量，并设置上架量；

（6）FBA 商品：申请为 FBA 商品，对 FBA 商品库存实时监控、根据情况进行补货。

## 4、管理商品

管理已发布的商品，对产品进行编辑、下架等操作。

## 5、营销推广

### （1）平台营销活动

通过平台营销活动制定商品引流决策，可对每一个当前季度上架的 FBA 商品设定推广活动方案。

CPC：根据每日预算金额和投放关键词表现获得商品流量，从而提高商品购买率；

折扣券：通过发放折扣券方式获得商品流量，从而提高商品购买率；

秒杀：通过商品打折促销、节日打折促销活动获得商品流量，从而提高商品购买率；

## （2）站外营销活动

通过社交网络营销工具制定商品引流决策，可为每一个上架商品选择 SEO 优化或广告联盟推广方式，选择对应的套餐。

## 6、订单

查看历史订单的不同状态以及发货情况。订单的状态包括等待发货、已发货、已完成和退款退货。订单需要在时效期内完成发货，否则会形成商品的负面影响，已经产生的超时订单在一段时间内都将影响该商品的销售。

## 7、客户服务邮件

刊登上架商品会收到商品相关的买家咨询邮件，邮件的状态包括已回复、未回复、已过期。邮件需要在时效期内完成回复，否则会形成商品的负面影响。

## （六）财务管理

### 1、资金

查询当前回合所有支出和收入的项目明细及可使用资金。

### 2、贷款

可通过银行贷款进行融资。

## （七）运营结果分析

运营结果数据在每天动态产生，反映截止到当前，一段时间的决策质量和成果。选手需要通过挖掘提取订单、利润、库存三大类运营结果的关键数据，结合市场快讯、仓储物流及海外仓信息、亚马逊电商平台的政策等进行深入分析，制定运营战略及决策。

### 1、订单分析

#### （1）订单收入

订单收入包括订单总收入和商品订单收入。具体包括每日的订单数量、销售商品的收入、运费以及订单总额，统计并分析公司在亚马逊电商平台的总体销售业绩。

#### （2）商品流量来源



对比分析商品的不同流量来源，包括站内流量、站内活动推广和站外推广，思考如何增加商品的流量。

#### （4）商品广告业绩

通过了解商品盈利表现，分析商品广告的使用情况，优化广告投入决策，增加广告的精准度以及影响力，减少或及时止损无效广告，提高广告投入的回报率，提升销售业绩。

### 2、收支分析

从利润层面分析跨境电商公司的运营情况，包括营业收入、销售利润和单个商品销售利润，通过运营过程中的具体收入、成本、毛利以及毛利率，分析盈利或亏损的原因。

净现金流量统计：库存现金金额-初始资金金额

### 3、库存分析

#### （1）库存清单

查询过往回合的商品库存情况，包括国内/外仓和 FBA 仓的库存明细。

#### （2）发货信息

分析各个商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等，查看订单的履行情况。