

跨境电商下广东物流企业市场营销模式研究

罗惠滇
佛山大学

DOI:10.12238/ej.v7i7.1750

[摘要] 近年来,广东省凭借其雄厚的经济实力,保持着商贸物流的稳定发展,其中跨境电商正成为引领广东省商贸物流产业前进的重要驱动力。本文分析了广东省商贸物流企业市场营销模式创新面临的主要问题,包括市场营销理念不足、内部协调机制不完善、大数据技术应用不足、海外市场推广缺乏策略以及跨境电商平台监管缺失。在此基础上,本文提出了以客户价值为中心的营销理念、建立部门协调机制、发挥大数据技术优势、构建海外市场推广策略以及完善跨境电商平台管理的对策建议。

[关键词] 跨境电商平台; 市场营销模式; 商贸物流企业; 广东物流

中图分类号: F713.5 文献标识码: A

Research on Marketing Mode Innovation of Guangdong Province Commerce and Logistics Enterprises under the Background of Cross-border E-commerce Platforms

Huizhen Luo
Foshan University

[Abstract] In recent years, Guangdong Province, by virtue of its strong economic strength, has maintained the stable development of commerce and logistics, in which cross-border e-commerce is becoming an important driving force to lead the commerce and logistics industry in Guangdong Province forward. This paper analyses the main problems facing the marketing model innovation of commerce and logistics enterprises in Guangdong Province, including insufficient marketing concepts, imperfect internal coordination mechanism, insufficient application of big data technology, lack of strategies for overseas market promotion and lack of supervision of cross-border e-commerce platforms. On this basis, this paper puts forward the countermeasure suggestions of customer value-centred marketing concept, establishing departmental coordination mechanism, taking advantage of big data technology, constructing overseas market promotion strategy, and improving the management of cross-border e-commerce platform.

[Key words] cross-border e-commerce platform; marketing model; commerce and logistics enterprises; Guangdong logistics

引言

为了深入贯彻落实国家领导人对广东省的重要讲话和指示精神,2022年广东省发展和改革委员会通过了《广东省“十四五”现代流通体系建设实施方案》,致力于提升流通市场主体的创新实力和国际竞争力,构建完善的商贸流通企业发展生态。

商贸物流企业是指从事商品贸易和物流服务的企业,其业务范围涵盖商品采购、销售、仓储、运输和配送等核心环节,确保商品能够高效、安全地从生产者转移到消费者手中。在全球经济深度融合和数字化浪潮的推动下,广东省商贸物流企业敏锐捕捉到了“一带一路”倡议、粤港澳大湾区建设、广东自贸区设立以及跨境电商崛起等时代机遇,通过优化物流流程和贸易环节,推动自身市场营销模式创新。

1 广东省商贸物流产业发展现状

1.1 广东省商贸物流的发展较为稳定

近年来,全球经济环境变得极为复杂多变,地缘政治的紧张局势、俄乌冲突的持续以及新冠疫情的影响,无疑给商贸物流企业的发展造成了极大的冲击。然而,在一系列积极有效的政策措施的推动下,广东省商贸物流行业的运行态势得以在逆境中持续保持稳中有进,近年广东省物流业的具体发展情况见表1。可以得到,广东省商贸物流产业已经成功地经受住了多方面的严峻考验,这不仅为畅通我国经济循环发挥了重要作用,同时也为促进经济社会发展以及保障和改善民生提供了坚实的支撑。

1.2 跨境电商成为引领广东省商贸物流产业发展的驱动力

表1 2016-2023年广东省物流业发展状况

年份	货运量（万吨）	港口货物吞吐量（万吨）	货物周转量（亿吨公里）
2016	377645	179924	22032
2017	400601	198015	28192
2018	424996	211037	28645
2019	374823	191819	27635
2020	356221	202226	27575
2021	398420	209600	28388
2022	364199	204802	28439
2023	382785	221462	29691

数据来源：广东省统计年鉴、广东省物流行业协会

我国构建新发展格局的战略，为跨境电商的创新发展带来了机遇。跨境电商是广东省不可或缺的对外贸易通道，自20世纪90年代至今，其贸易额呈现出指数级的迅猛增长态势。据广东省商务厅数据显示，2023年广东省跨境电商进出口额高达8433亿元人民币，同比增长25.2%，这一显著增长彰显了广东省跨境电商的强劲势头，并有力推动了广东省商贸物流产业的蓬勃发展。

在2023年全球购物App下载量前十榜单中，中国电商占据五席，其中位居前二的SHEIN和Temu均来自广东，这显示了广东省跨境电商在全球的影响力（数据来源：2024移动市场报告）。

1.3 广东省商贸物流网络的优化

2022年广东省政府颁布了《广东省“十四五”现代流通体系建设实施方案》，旨在加速推进现代流通体系的构建进程。该方案聚焦于加强基础设施建设，构筑起一个“通道+枢纽+网络”的现代物流运作体系，以支持广州、深圳等前沿城市在高铁快运基地建设上迈出领先步伐。同时，通过推进现代商贸物流体系的发展，广东省商贸物流网络得到了全面优化和提升，从而助力省内商贸物流经济的蓬勃发展与繁荣。

广东省冷链物流、应急物流和智慧物流的发展，结合国家物流枢纽及数字物流基础设施的大力建设，不仅显著提高了物流的智能化与自动化水准，更进一步提高了广东省的物流效率和转运能力。

随着大数据信息技术的发展和人们消费偏好的转变，广东省商贸物流企业加速推进数字化转型和创新市场营销模式，主动适应产业变革，以更加精准的方式贴合市场需求，这正在成为商贸物流企业市场营销的大趋势。

2 跨境电商平台背景下广东省商贸物流企业市场营销模式创新面临的主要问题

2.1 市场营销理念在为客户创造价值方面的重视程度不足

在跨境电商的快速发展背景下，消费者的需求日趋多样化和个性化^[1]。当前，广东省商贸物流企业的传统营销方式已无法满足消费者需求，也没有充分体现出为客户创造价值的理念。一是企业多数仍停留在产品为中心的市场营销理念上，而忽视了跨境电商背景下客户对物流的时效性、货物的安全性和清关的便捷性的需求，导致客户满意度不高。二是部分企业缺乏长期客户关系管理，只关注短期的销售业绩，而忽视了与客户的长期沟通和关系维护，这将难以维持客户忠诚度和市场份额。三是企业在跨境电商市场中反应速度较慢，无法及

时捕捉和响应市场的快速变化。跨境电商市场竞争激烈，消费者需求多变，若企业无法迅速调整策略以满足市场需求，则会错失商机。

2.2 企业未建成以市场营销为核心的内部部门协调机制

在广东省的商贸物流企业内部，各部门间往往存在信息壁垒，市场营销部门与其他部门如运营、物流等缺乏有效的信息共享和协同工作。这种缺乏协同联动的现状导致各部门整体市场营销策略不统一，增加了营销成本和降低了营销效率。在跨境电商的竞争环境下，企业内部营销协同的缺失会严重影响企业的市场响应速度和服务质量。此外，部分企业营销部门面临人员素质和能力方面的挑战。一方面，营销部门缺乏具备现代市场营销理念和技能的高层次人才，使得企业在跨境电商发展中显得力不从心。另一方面，营销部门的建设尚不完善，既缺乏健全的考核与激励机制，又未能为人员提供顺畅的职业生涯晋升通道，这无疑会对营销人员的工作热情和主动性造成负面影响。

2.3 企业未充分利用大数据技术

尽管广东省的商贸物流企业已经开始尝试运用大数据技术，但在大数据技术、人工智能的应用方面仍存在显著短板。数字化营销能力不足，部分广东省商贸物流企业尚未能将大数据技术与市场营销策略紧密结合，这种脱节导致大数据技术无法在市场营销中发挥最大效用。不善于依托电商平台技术优势，对客户交易特点和消费模式进行深入分析。广东省部分商贸物流企业在数据整合与利用方面仍显不足，无法有效整合来自不同渠道和环节的客户数据，以形成有价值的洞察来指导市场营销策略。

2.4 企业缺乏有效的海外市场推广策略

跨境电商的海外市场营销需要足够的预算支持。多数广东省商贸物流企业在海外市场营销推广上的资金投入不足，直接影响营销推广的效果。部分企业对市场定位不准确，未能准确把握海外市场的需求和特点，导致市场推广策略不够精准，无法有效触达海外目标客户群体。企业的海外推广渠道过于单一，而忽视了其他潜在的推广途径，限制了营销推广的力度。企业在海外的品牌建设和形象塑造不足导致潜在客户对其产品和服务的认知度不高，一定程度上削弱了企业的营销推广效果。在跨境电商中，不同国家和地区存在文化差异，如果企业对海外市场文化差异理解不足，在营销推广中可能会因为文化差异导致沟通障碍，引发误解。

2.5 跨境电商平台监管缺失

在监管不严的跨境电商环境中，广东省商贸物流企业需要投入更多的资金和资源来进行市场营销活动，不公平的竞争环境会削弱那些遵守规则的广东省商贸物流企业的市场竞争力。由于跨境电商平台监管不到位，消费者可能遭遇到各种问题，如商品质量不符、退换货困难等。这些问题会增加广东省商贸物流企业处理客户投诉的难度，影响客户满意度和忠诚度。

3 广东省商贸物流企业市场营销模式创新的路径

3.1 以为客户创造价值的市场营销理念为中心

企业应积极调整市场营销理念,以为客户创造价值为中心,深切关注并充分理解客户的多元需求,明确客户的痛点和期望,精心打造个性化的服务与营销方案。同时,企业也需构建一套完备的客户服务体系,并通过持续改进,不断提升服务品质与客户体验,从而确保客户获得最大程度的满足。要提高市场反应速度和灵活性,关注客户需求与反馈,善于倾听客户的意见和建议,建立投诉和建议制度,认真对待并及时回应,以提升客户满意度和忠诚度。要实施长期客户关系管理策略,建立完善的客户关系管理系统(CRM),对客户数据进行整合和分析,从而更精准地了解客户需求和行为习惯。

3.2 建立以市场营销为核心的部门协调机制

企业可以建立信息共享平台,通过企业内部的信息平台,实现市场营销部门与其他部门之间的实时信息共享,打破信息壁垒,确保各部门之间的信息共享和策略统一。企业要加强营销队伍的建设,引进高层次市场营销人才,吸引具备现代市场营销理念和技能的人才加入营销队伍;定期组织市场营销相关培训,提升营销团队的整体素质。要根据市场营销目标,设立明确的考核指标,建立激励机制,构建顺畅的晋升通道激发营销人员的工作热情和积极性。

3.3 充分发挥大数据技术的优势

企业应积极实施数字化市场营销战略,通过大数据分析、人工智能等技术来精准定位目标客户群,实现精准营销;同时,结合大数据技术,通过社交媒体、搜索引擎优化(SEO)和搜索引擎营销(SEM)等多元化手段,有效提高品牌曝光度和市场影响力。要充分利用跨境电商平台的数据分析工具,深入挖掘客户的交易特点和消费模式,整合不同渠道和环节的客户数据,形成全面的客户画像,以便更精准地定位目标客户群体和制定个性化的营销策略。此外,企业还可根据平台提供的数据,预测产品的未来需求,动态调整生产数量,降低库存不足或者大量积压的风险。

3.4 构建完善的海外市场推广策略

企业应重新评估其海外市场的推广预算,确保有足够的资金支持海外市场的推广活动。也可以考虑与海外营销机构合作,实现资源共享与成本分担,以减轻资金压力。为了更精确地把握

市场动态,企业应借助跨境电商平台的优势,精准市场定位,深入研究海外市场的具体需求和消费者特性,从而设计出更符合市场需求的推广策略。在推广渠道上,企业应寻求多元化。除了依赖传统广告,还可以利用社交媒体、网络红人和论坛等新兴渠道进行推广。同时,结合线上销售和线下体验,打造O2O(Online to Offline)营销模式,提升客户体验。为了在海外树立强有力的品牌形象,企业需要设计统一的品牌形象和标识,确保在海外市场上的一致性和辨识度;利用公关活动和媒体报道来提升品牌的海外知名度和影响力。

3.5 完善对跨境电商平台和商贸物流市场的管理

跨境电商平台监管的不到位对广东省商贸物流企业的市场营销产生了多方面的负面影响。为了解决这些问题,我们迫切需要跨境电商平台加大自身的监管力度,并寻求政府的外部监管与支持。加强政策顶层设计,优化政策环境。政府应加强对跨境电商平台的监管,完善相关法律法规,保障公平竞争的市场环境^[2]。同时,企业应积极配合政府,共同努力构建一个健康、有序、公平公正公开的跨境电商生态体系。要规范市场交易行为,加大对电商平台和商贸物流市场中违法行为的打击力度;建立信用评价体系,对电商平台和商贸物流企业进行信用评级,提高市场的透明度和公信力^[3]。此外,为了提高监管效率,我们需要充分利用大数据、人工智能等尖端技术,不断创新并强化监管的技术手段和方法,确保能够及时准确地发现和解决各类问题。

4 结束语

在跨境电商浪潮下,广东物流企业需持续创新市场营销模式,强化客户价值导向,深化部门协同,利用大数据赋能,拓展海外市场,优化平台监管,推动行业高质量发展。

[参考文献]

- [1]朱慧,孟颖,张晶晶.数字电商背景下的消费者购买行为分析[J].产业创新研究,2022,(05):58-60.
- [2]何珊珊.浙江省数字贸易发展现状及对策研究[J].大众商务:上半月,2021,(7):60.
- [3]周望德,胡飞.智慧物流公共信息平台信用体系下物流企业发展策略研究[J].全国流通经济,2020,(31):33-35.