

"Internet Plus"视角下的电子商务全球销售现状及措施

贾皓雯

沈阳师范大学

DOI:10.12238/ej.v8i1.2244

[摘要] 本研究探讨了互联网+跨国电商市场营销的发展策略、模式与挑战。通过综合分析国内外电商市场的发展趋势,以及跨国电商在全球化背景下的独特优势和挑战,本研究提出了一系列互联网+跨国电商市场营销的策略和建议。研究结果表明,成功的跨国电商市场营销需要深度理解目标市场的需求和消费者行为,优化产品和服务,创新营销措施,以及有效应对全球化的挑战。

[关键词] 互联网+; 跨国电商; 市场营销; 全球化; 消费者行为; 营销措施

中图分类号: F405 **文献标识码:** A

Status of and measures for global sales of e-commerce from an "Internet Plus" perspective

Haowen Jia

Shenyang Normal University

[Abstract] This study examines the development strategies, modes and challenges of Internet + multinational e-commerce marketing. By comprehensively analysing the development trends of domestic and international e-commerce markets, as well as the unique advantages and challenges of multinational e-commerce in the context of globalisation, this study puts forward a series of strategies and recommendations for Internet+ multinational e-commerce marketing. The findings suggest that successful multinational e-commerce marketing requires an in-depth understanding of target market needs and consumer behaviour, optimisation of products and services, innovative marketing strategies, and an effective response to the challenges of globalisation.

[Key words] Internet+; Multinational e-commerce; Marketing; Globalisation; Consumer behaviour; Marketing strategy

引言

跨境电商是随着互联网的发展而兴起的新兴领域,其国际市场营销策略的研究具有重要意义。目前,随着全球市场的整合和消费者需求的多样化,跨境电商在国际贸易中的地位日益突出。然而,由于国际市场的差异性和竞争的激烈性,跨境电商面临着一系列的挑战和问题,如何适应不同国家和地区的文化差异、如何针对消费者需求制定有效的市场营销策略等。在此环境中,本研究的目标是深入讨论“互联网+”视角下的跨国电子商务国际销售策略的研究。本文的意义在于从理论和实践两个方面推动跨境电商国际市场营销策略的发展。首先,本文将为学术界提供对跨境电商国际市场营销策略研究的全面了解,填补该领域研究的空白,为学术研究提供理论基础和实证支持。其次,本文将对实践社群具有指导作用,为跨境电商企业提供有效的市场营销策略和运营模式创新思路,帮助企业在国际市场中取得竞争优势。此外,本文的创新性结果可能促进未来的研究,并启发学者对跨境电商国际市场营销策略进行更深入的探索。

1 “Internet Plus”视角下的跨国电子商务全球销售状况

1.1 跨境电商国际市场营销策略研究现状

“互联网+”视角下的跨境电子商务国际市场推广战略的研究已成为当前的主要课题。随着互联网的快速发展和全球经济一体化的趋势,跨境电商作为一种新兴的电商模式,其国际市场营销活动也呈现出新的动态特征。面对国际市场竞争的压力,跨境电商企业需要不断变革、与时俱进,同时寻找新的研究方向,扩展其市场营销策略,以适应市场的演变。张鑫焱的研究成果于2020年发表^[1],他深入探讨了当前跨境电商的情况及所面临的问题,并提出了一系列关于跨境电商国际市场营销策略的建议。这篇论文基于“互联网+”的时代背景,融合了跨境电商发展的特性,全面地解析了国际市场的营销策略,给跨境电商公司提供了很多宝贵的意见。同样,李忠锋的研究也聚焦于“互联网+”时代的背景下^[2],针对跨境电商发展特点,从全球视角出发,对其在国际市场上营销策略作出了深度剖析,旨在提升其在海外

市场的竞争力。

总之,跨境电商国际市场营销策略的研究还有很大的发展空间和改进的方向。通过深入了解和分析相关文献,可以为跨境电商企业提供一些有价值的建议和参考,从而促进跨境电商在国际市场上的健康可持续发展。未来需要加强对跨境电商人才的培养和提升,以满足跨境电商发展的需求。

1. 2跨境电商生态圈构建策略的研究态势

在当前的新常态背景下,许多中小企业通过跨境电子商务实现外贸发展和创新。所以,建立跨国电子商务生态环境是推进跨境电子商务实际操作改革与进步的关键议题。透过对信息流动、金融流通及物流功能于跨境电子商务环境中的定位,可以找到驱动跨境电子商务革新进展的路径。朱萌(2020)^[3]的研究基于江苏作为案例地区,探讨“互联网+”时代下的跨境电子商务生态环境建设的问题及其重要性,并且提出了一套适合江苏的跨境电子商务生态环境建设的策略。最后得出的结论强调了跨境电子商务生态环境的价值,也阐述了创建跨境电子商务生态环境的目的。现在,越来越多的国内小微企业积极参与跨境电子商务业务,他们采用精确的电子商务运作方式、塑造全新的跨境电子商务结构、重视品牌影响、优化海关审查和运送过程、开拓绿色物流路线等措施来提高中国的产品和服务在国内外的竞争优势。他们的目标是在创造一个稳定和谐、充满活力的跨境电子商务生态环境的同时,推动我国跨境电子商务行业的长足进步。

当前,中小企业通过跨境电子商务实现外贸发展的方式日益增多。所以,建立跨国电子商务生态环境是推进跨境电子商务实务创新发展的关键议题。在江苏的研究过程中,研究者透过解析跨境电子商务环境中的信息流动、金融流通及物流功能,提出了一个富有创意的跨境电子商务生态环境建设策略。在这个“互联网+”的时代大潮里,中国的小型公司为提高其全球竞争能力,热衷于实施跨境电子商务业务,重视品牌的塑造并精确地设计电子商务经营方式等等,这对促进中国的跨境电子商务行业进步有着重要的价值。

2 “互联网+”视角下的跨国电子商务全球销售问题

2. 1专业人才稀缺,专业素养不足

跨境电商国际市场营销具有较强的创新性,对相关从业人才的专业能力与综合能力有较高的要求,在跨境电商行业迅猛发展的背景下,相关人才匮乏问题也日益严重,这也成为阻碍外贸企业跨境电商国际市场营销发展的重要因素之一。跨境电商国际市场营销需要具备多语种、多文化背景的人才,由于跨境电商涉及到不同国家和地区的市场,因此需要具备多语种、多文化背景的人才来进行市场营销和沟通。但我国缺乏这方面的人才,制约了跨境电商国际市场营销的发展。另外,跨境电商国际市场营销需要具备专业的知识和技能,跨境电商国际市场营销需要具备市场分析、营销策划、品牌推广等专业知识和技能,这需要人才具备较高的专业素养和实践经验。但当前我国跨境电商人才的专业素养和实践经验还有很大的提升空间,这也限制了跨

境电商国际市场营销的发展。

2. 2跨境电商门槛低,缺乏独创性

在“互联网+”技术向各领域渗透发展的背景下,极大程度的推动了跨境电商行业发展,同时也降低了行业准入要求,诸多不同规模的外贸企业纷纷进入到电子商务产业。不同于以往的营销模式,跨境电商平台在营销过程中更重视与消费者之间的互动。但诸多外贸企业在开展跨境电商业务时,忽视了产品开发与营销,存在产品同质化现象,跟风现象十分常见,难以突出自己的特色和优势。同时,同质化严重导致品牌差异化不明显,很多企业的产品和服务都很相似,难以突出自己的品牌特色和差异化优势。这导致消费者难以区分不同品牌之间的差异,难以建立品牌忠诚度,影响了市场营销的效果。最后,很多企业只能通过低价格来吸引消费者,导致价格战激烈,不仅影响了企业的利润,也影响了市场营销的效果,难以建立品牌的高端形象。

2. 3物流时间较长,运输成本较高

跨境电商物流的发货服务质量直接影响到消费者的购物体验,物流时间长和运输成本高确实阻碍了跨境电商国际市场营销的发展。物流时间长导致消费者体验不佳,跨境电商国际市场营销需要通过物流配送将产品送到消费者手中,但由于国际物流具有复杂性和不确定性,物流时间往往较长,消费者需要等待较长时间才能收到产品,这会影响到消费者的购买体验,降低消费者的满意度。另外,运输成本高会影响到企业利润,跨境电商国际市场营销需要承担较高的运输成本,包括国际运输费用、关税、保险费等,这会导致企业的利润率下降,影响企业的盈利能力。最后,物流时间长和运输成本高导致企业难以快速响应市场需求,无法及时调整产品和服务,难以满足消费者的需求,影响市场营销的效果。

3 “Internet Plus”视角下的跨国电子商务国际销售措施

3. 1增强我国跨境电商人才的培养

伴随着中国跨境电商行业的进步,对该行业的工作流程、员工的专业素养和技术能力的需求已经发生了变化,然而目前的跨境电子商务领域却面临着人才短缺的问题。现在,我们需要关注的是,由于教育机构的教学内容与实际需求存在差距,导致了跨境电子商务人才培养过程中的费用较高且效率低下。因此,必须高度重视跨境电子商务人才的教育和培养。仇新红(2018年)的研究^[4]从多个角度探讨了如何优化跨境电子商务人才的培养方式,包括利用职业技术学院、大学的高级课程、贸易公司的内部分享会和外部训练计划,并借助政府的支持和制度来提高其效果。这些研究成果为我们现在的跨境电子商务人才培养提供了一个有价值的参照和启示。

3. 2中小企业要提高企业竞争力

在国际电商市场的营销过程中,中小型企业遭遇了许多困难,例如品牌知名度不高、资金短缺和人才匮乏等问题。(亓梦佳, 2017)^[5]然而,通过采取一些有效的策略和措施,中小企业可以提高自身竞争力,取得更好的发展,比如:精准定位,明确自身

的市场定位,根据目标市场的需求和特点,制定有针对性的产品和服务;打造品牌,在竞争激烈的市场中,品牌是中小企业脱颖而出的关键。通过精心打造品牌形象、提升品牌声誉以及提供独特的产品和服务等手段,来增强品牌的知名度和美誉度。优化供应链,优化供应链管理,提高产品质量和降低成本,同时保持对市场变化的敏感度。通过与供应商建立长期合作关系、采用先进的供应链管理技术等手段,提升供应链整体效能(史小俊,2022)^[6];创新营销策略,采用多元化的营销策略,如社交媒体营销、搜索引擎优化、电子邮件营销等,扩大品牌曝光度和吸引潜在客户。同时,可以利用跨境电商平台的数据分析工具,对营销效果进行跟踪和优化;拓展合作伙伴关系,积极寻求与其他企业或机构的合作机会,如与物流服务商、支付服务商等建立战略合作关系,降低成本并提高效率。此外,可以通过参加行业展会、加入行业协会等方式,扩大企业影响力并拓展商机。

3.3 促进跨境电商生态圈构成

随着网络科技的飞速进步和全球化的深度推动,跨境电子商务已经转变为推动社会经济发展的关键力量。构建跨境电商生态圈,能够促进跨境电商的可持续发展,提升整体竞争力。首先要增强平台建设,平台建设是跨境电商生态圈的重要基础。优秀的平台应具备用户友好、安全可靠、高效便捷等特点,以满足不同用户的需求。其次要优化供应链管理,供应链管理是跨境电商生态圈的核心环节。优化供应链管理,可以提高产品质量和降低成本,同时保持对市场变化的敏感度。公司需要主动寻求并维持与供货商的持久联系,以共创新型商品,增强产品的品质及竞争优势。此外,构建稳健且高效的跨国付款系统也是至关重要的。这是跨境电子商务生态系统的核心部分之一。(王瑞华,2017年)^[7]借助此种方式可有效减少交易的风险和费用,同时也能提升支付速度。最后要制定和完善法律法规,法律法规是保障跨境电商生态圈健康发展的重要保障。政府应制定完善的法律法规体系,规范跨境电商的经营行为和市场秩序。同时,加强知识产权保护和消费者权益保护等方面的工作力度,营造良好的营商环境。此外,政府还应加大对违法行为的打击力度,维护市场公平竞争秩序。

4 结语

综上所述,在“互联网+”时代背景下,外贸企业发展跨境电商国际市场营销有着明确的路径。一方面,主要依托移动互联网与智能化设备向消费者推送商品信息,这不仅能激发世界各国消费者的购买欲望,还应在提高商品品质的同时,打造具有自身特色的商品品牌。此外,提供高质量的物流以及优质的售前售后服务至关重要,如此方能促进外贸企业跨境电商实现可持续发展。从当前我国跨境电商国际市场营销发展情况来看,外贸企业需牢牢把握“互联网+”时代发展机遇,充分利用国家出台的相关利好政策,积极做好国际市场营销,进而扩展企业规模。如今新环境下,消费者对产品和服务的质量要求持续攀升。跨境电商企业只有提供优质的产品和服务,才能满足消费者的需求与期望。具体而言,可以通过提高产品的质量和创新性,以及提升服务的效率和质量,从而赢得国际上消费者的信任和忠诚度。

[参考文献]

- [1]张鑫焱.“互联网+”视角下跨境电商国际市场营销策略研究[J].现代营销(下旬刊),2020,(11):168-169.
- [2]沈雯雯.“互联网+”视域下跨境电商国际市场营销的策略分析[J].中国商论,2023,(07):59-61.
- [3]朱萌.“互联网+”视域下跨境电商生态圈构建策略研究——以江苏省为例[J].环渤海经济瞭望,2020,(12):29-30.
- [4]张蓉.“互联网+”背景下跨境电商人才培养策略[J].山西农经,2018,(17):17.
- [5]仝梦佳.“互联网+”视域下民营中小企业应用跨境电商现状分析及趋势探讨[J].今日财富,2017,(18):11-12.
- [6]陈曲.“互联网+”视域下跨境电商生态圈构建思路探析[J].中国储运,2023,(09):68-69.
- [7]王瑞华.“互联网+”视域下跨境电商生态圈构建思路探析[J].中国商论,2017,(32):24-25.

作者简介:

贾皓雯(2004--),女,汉族,辽宁省大连市人,本科在读,研究方向:金融。