

跨境电商品牌出海规划与企划运营能力提升

【课程背景】

据海关统计，我国跨境电商进出口规模 5 年来增长近 10 倍。跨境电商占外贸的比重由 2015 年的不到 1% 增长到 2021 年的 4.9%。2019 年跨境电商交易规模达 10.8 万亿，海淘用户规模达到 1.5 人次。2020 年我国跨境电商进出口规模达 1.62 万亿元人民币，增长 25.7%。2021 年我国跨境电商进出口规模达 1.92 万亿元人民币，增长 18.6%，实现连续两年高速增长。海关总署统计数据显示，2024 年前三季度，中国跨境电商进出口总额达到 1.88 万亿元，同比增长 11.5%，创下历史新高。我国跨境电商企业数量已超过 12 万家，海外注册商标超过 3 万个，过去五年贸易规模增长超过 10 倍。从 2018 年的 1.06 万亿元，到 2023 年 2.38 万亿元，5 年间我国跨境电商进出口增长了 1.2 倍。

在中国扶持政策不断出台、传统外贸加速转型、网购模式逐渐渗透等多重利好刺激下，中国跨境电商零售出口产业在 2022 年仍将保持强劲的增长势头，并呈现出品类将更加多样化、市场日趋成熟、消费者趋于多屏幕全渠道购物、物流解决方案多样化以及跨境电商主体多元化等五大发展趋势。2023 年，跨境电商在政策层面频繁获得大礼包，多省市都在走上“跨境电商+产业带”的发展之路。市场方面，各家参与者都在发力跨境电商，特别是以阿里 (09988.HK) 旗下速卖通、虾皮、拼多多 (PDD.US) 海外平台 Temu 以及字节跳动的 TikTok Shop 为代表的“四小龙”瞄准了海外市场，提升了不少国内商家的出海积极性。

本课程帮助企业分析跨境电子商务商业模式红利，从战略规划，市场分析、关注创新、组织体系、人才、氛围与文化，战术执行，工作计划等各方面帮助管理层在企业战略制定与解决的过程中帮助系统的思考，务实的分析，有效的资源调配及执行跟踪，指导企业跨境电商业务在各平台的合规运营操作，制定品牌出海策略，为企业享受各类优惠政策同时有效进行战略企划提升。

【课程对象】

部门总监、部门经理、电商部门营销骨干
(课程时长) 两天 (12 小时)

【课程收益】

分享知名跨境涉及平台、业界精英、企业家的经营经验，丰富综合管理知识和管理方法；
课程易理解，在理论学习基础上，突出案例分析、小组讨论，在师生互动中 ◆
；开拓经营思路
；建立优秀人脉网络，商场实战中以学会友；强势资源对接，实现互利共赢 ◆
◆以知识、资源、事业为核心，定期举办会员活动，为企业后续发展积累不可多得的人际关系财富，通过行动学习的方式来挑战传统思维，逐步提升领导

在各方面的战略思维能力。

- ◆利用跨境战略执行综合管理经验，针对中国企业出海的实际问题进行演绎和讲解，全面掌握从战略规划到战术执行的规划框架的核心思想、方法、流程、工具和标准运营模板。

【课程大纲】

第一部、解读跨境出海的战略规划

一、全球电商市场渗透率稳步提升，跨境电商增长空间大

数据分析：2025年市场规模将达6.9万亿美元，中国市场跨境产品出口、1
。为主要形式

中国跨境电商新兴平台正迅速崛起，重构市场格局。亚马逊历久弥新仍居、2
北美榜首，TEMU、Tictok、虾皮等新生代四小龙加速出海成效斐然。四小龙分
。地区流量图标分析

品牌化升级，跨境卖家只有精耕细作高质量发展阶段，才能在市场竞争中、3
。突围。2013-2025年跨境发展阶段和关键事件对比

第二部 跨境电商的买家需求变化及行业品类洞察分析

(一、跨境电商不同国家的买家需求变化(顾客：Customer

美欧跨境电商市场空间辽阔，东南亚电商渗透潜力大。美国人均消费图标、1
。分析

。东南亚跨境电商市场价值及预计收入图表分析、2

。2024-2029年东南亚六国电商用户预测及东南亚电商格局流量数据分析、3

。东南亚电商用户购物体验、常购品类、购物渠道和营销节点图表分析、4

(二、跨境品类趋势和行业洞察(竞争对手：Competitor

欧美跨境产品结构图表分享:亚马逊多集中在图书/电脑/办公/玩具等标品，、1
首页突出 Best Sellers 及 Top Deal 流量分发机制。第三方卖家认为美妆个
。护、家庭和厨房以及服装珠宝最赚钱

美国、欧洲、日本主要市场六大消费趋势，寻求新的增长点和差异化的销、2
售策略

。从种子到花园”全面园艺产品需求日益增长 (1)

。硬核科技的“软体验”人机交互热门选品 (2)

。情绪价值”买单的新商机“ (3)

。沉默的旅行”强调了在旅行中寻求平静与内省的体验“ (4)

睡眠问题的重视 (5)

生活在别处”的户外生活方式变革“ (6)

，案例：REST,GANCUBE,AI情感伴随 robot

Tictok 更偏服饰/家居/汽零等非标小商品。Tictok 商品的价格显著低于亚、3
亚马逊平台，Tictok 平台上的较多商品具显著的价格优势

。Tictok,虾皮主导东南亚印尼、越南和泰国重点市场洞察、4

跨境电商市场洞察的分析工具与应用、5

跨境电商-市场宏观趋势分析-PEST 分析法 1

行业分析-集中度分析法 2
行业分析-价值链分析法 3
行业分析-五力分析模型 4
需求与市场环境分析法 5
竞争态势分析法 6
行业成功关键因素 KSF 分析法 7
形成 SWOT 整合分析与对策矩阵 8
实战讨论- 市场洞察-形成 SWOT 整合分析与对策矩阵
识别未来 3 年的跨境主要市场发展趋势及其影响*

第三部 AI 赋能跨境电商扬帆出海精细化营销

一、开篇：为什么 AI 是跨境电商的“必选项”？

- 当前跨境电商面临的挑战：同质化竞争、流量成本高、运营效率低。
- AI 如何重塑出海营销：从“人海战术”到“智能决策”。
- 全球主流电商平台对 AI 工具的拥抱与整合趋势。

二、AI 驱动的市场洞察与精准选品

1. 超越直觉：AI 市场趋势分析与蓝海发现

- 利用 AI 工具（如 ChatGPT、Trends）分析全球消费趋势与社交媒体热点。
- 案例：如何通过 AI 关键词分析，发现未被充分满足的细分市场需求。

2. 智能选品与竞争策略

- AI 选品工具实战：使用 Helium 10/Jungle Scout 的 AI 功能，分析产品需求、竞争度、利润空间。
- 预测模型：如何利用历史数据预测新品成功率。
- 竞品智能分析：AI 如何帮你自动监控竞争对手的定价、评论、营销活动。

三、AI 赋能的精准获客与营销自动化

1. 重构用户画像：从模糊到精准

· 利用 AI 整合多方数据（平台数据、广告数据、社交数据），构建动态、多维度的客户画像。

- 案例：为一个小众产品创建超精准的买家角色。

2. 智能内容创作：批量生成高转化素材

- AI 文案大师：
 - 撰写高点击率的商品标题、五点描述、产品故事。
 - 生成多版本 A/B 测试广告文案、社交媒体帖子。
 - 本地化翻译与润色，克服文化障碍。
- AI 视觉设计：
 - 使用 Midjourney 等生成高质量、无版权争议的产品场景图、广告素材。
 - 利用 AI 工具优化现有图片和视频素材。

3. AI 广告投放与优化

· 理解平台 AI：亚马逊 SP 广告、TikTok Ads、Google Smart Shopping 等背后的机器学习逻辑。

- 策略制定：如何设置预算、出价和目标，让平台的 AI 算法为你工作。
- 智能优化：AI 工具如何自动分析广告表现，关停无效广告，放大成功广告。
- 实战：为一个新产品设计一套由 AI 辅助的跨平台广告启动方案。

4. SEO 与流量获取的 AI 革新

- AI 关键词研究与内容规划：找到高潜力、低竞争的关键词。

- 利用 AI 生成 SEO 友好的产品页面内容和博客文章。

四、AI 数据分析与商业决策

1. 从数据到洞察：构建你的“商业大脑”

- 整合多平台数据（销售额、广告支出、流量、转化率）到统一看板。
- AI 数据诊断：自动识别销售异常、流量波动原因。
- 预测性分析：AI 预测未来销售额、库存需求，辅助备货和资金规划。

2. 建立 AI 驱动运营闭环

- 设计一个从“市场洞察 -> 选品 -> 内容创作 -> 广告投放 -> 销售分析 -> 产品迭代”的全链路 AI workflow。

第四部 深度解析跨境电商的四小龙出海策略和运营模式

一、国外电商典型企业：四小龙平台选择的优势对比

Temu、虾皮、Tictok、亚马逊平台对比与特点介绍 1.1

Temu、虾皮、Tictok 平台规则 1.2

Temu、虾皮、Tictok 平台开店流程 1.3

费用、2

四大跨境电商平台收费标准对比表 2.1

各平台推广费用比较 2.2

财务核算、3

投入产出比核算 3.1

年度营销计划与各季度投入细化分析 3.2

经营策略、4

4.1 平台战略：巨头抢滩布局跨境电商，颠覆传统外贸格局

4.1.1 速卖通：站在跨境电商“风口”上不断突破

虾皮、Tictok：专注发展主流市场，平台模式逐步升级 4.1.2

4.1.3 推出“全球开店”项目，对接企业用户

4.1.4 巨头战争：TUMU 平台战略 PK 虾皮、Tictok 多品类战略

4.2 选品策略：跨境电商卖家如何在亚马逊、虾皮、Tictok 选择爆款产品

4.3 运营攻略：如何在蓝海市场中掘到桶金

?4.3.1 跨境电商产品定价“六部曲

4.3.2 卖家如何将访客转化为买家

4.3.3 跨境商家如何降低退货成本

4.3.4 跨境创业者如何构建初级团队

二、四大主流平台 AI 营销运营实战

1. 亚马逊：效率与规模的王者

- AI Listing 优化：自动生成并测试最优的商品标题、关键词、描述。
- 智能定价策略：使用 AI 工具根据竞争、库存、需求自动调整价格。
- 评论管理与洞察：AI 分析客户评论，提炼产品改进点和卖点。
- PPC 广告自动化：利用工具管理大规模广告活动，实现“无人驾驶”投放。

2. TikTok Shop：内容与算法的爆发地

- AI 选品：利用数据工具发现 TikTok 上的爆款趋势。
- AI 脚本与视频生成：快速生成热门视频脚本，利用 AI 视频工具（如 Synthesia, Pictory）制作原创视频内容。
- 达人营销智能化：AI 工具如何帮你筛选、评估、管理合作达人。

- 投流策略：深度理解 TikTok 的推荐算法，利用“系统智能推荐”实现精准曝光。
3. Temu：极致性价比与供应链游戏
 - 核心：AI 驱动的供应链与数据选品
 - 如何利用 Temu 平台提供的看板，理解前端销售趋势。
 - AI 辅助备货与库存预测，应对 Temu 的销售模式。
 - 产品上架与优化：批量、快速地使用 AI 工具优化海量 SKU 的 Listing。
 4. 虾皮：深耕东南亚与拉美的本地化专家
 - 本地化智能营销：利用 AI 进行高质量的语言翻译和文化适配。
 - 社群与聊天自动化：使用 AI 聊天机器人处理虾皮聊聊的高频问题。
 - 促销活动规划：AI 分析节假日和市场活动，建议最佳促销时机与方案。

第五部：跨境电商企划运营执行与协同

一、 跨境出海执行 - 关键任务

支持跨机构业务设计、尤其是品牌价值主张的实现 1

业务增长举措和运营能力建设 2

思考方向：客户管理；产品营销；产品开发；交付；平台；服务；风险管理 3

和能力建设并将重要运营流程的设计与落实包括在内

考虑实现关键任务所需要的相互依赖关系 4

实战讨论：关键任务

关键任务分工-实战演练：现场提炼企业当年年关键任务，部门关键任务如何*
? 支撑企业关键任务实现

二、 跨境出海执行 - 正式组织

组织架构，管理体系和流程 1

关键岗位的设置和能力要求 2

管理和考核标准 3

组织体系对关键任务执行的支撑 4

三、 跨境出海执行 - 人才

关键岗位和人才布局 1

人才和能力的差距及挑战 - 欠缺哪些能力 2

获得-内部获取，及时培养，外部获取 3

激励与保留 4

基于关键任务的关键岗位与核心人才识别 5

四、 跨境出海战略协同

重新全面思考调整影响执行的各个要素 1

? 分析一致性：我们的一致性如何 2

解决方案的优先级排序矩阵 3

实战讨论：跨境战略规划执行下的目标和新业务设计，讨论为达成目标和支撑
。新的业务设计所需的组织能力

跨境运营打造案例分享汇总：Tictok、Aliexperss、Anker、Amazfit、Dreame、
。Shein、Temu、Shopee

结语：2026年移动互联网的天下，系统、丰富的内容帮助会员企业用内容运营颠覆性创新商业模式，用创新运营革命性提升公司业绩