

# 中国跨境电商在亚洲某国的发展研究 ——以 A 公司为例

罗杰,邹颖,刘欣

(湖南应用技术学院 经济管理学院,湖南 常德 415000)

**摘要:**随着我国互联网技术的飞速发展,支付服务体系的逐步完善,以及企业物流管理行业的便捷化,跨境电商在国外如火如荼地展开,但是由于国内市场饱和度等原因,跨境电商企业决定开辟一个新的市场。而泰国的电子商务市场潜力巨大,再加上与中国的友好合作,就成了一个不错的抉择。本文通过文献资料调查法和数据分析法,分析 A 公司在泰国遇到的问题,并提出相应的对策。以此来给进入泰国市场的跨境电商一些参考意见。

**关键词:**中国跨境电商;亚洲某国跨境电商;A 公司

## 1 引言

亚洲某国是一个人口有 6900 万的国家,其中有 4700 万,也就是 68% 是互联网用户,庞大的互联网用户奠定了电子商务坚实的基础。与此同时,某国政府推出了“全国流行的电子支付方案”,鼓励消费者和商家采用电子支付方式,促使线上市场飞速发展。

### 2 A 公司在泰国发展过程中的问题

#### 2.1 支付信任问题

A 公司作为一个电商平台,消费者信任是最基本也是最重要的。由于泰国还处于电商发展初期,人们对于线上购物仍持怀疑态度,消费观念比较保守。虽然使用第三方支付的人越来越多,但是大部分的都是货到付款。受这种消费习惯的影响,不仅会导致退单率非常高,进一步影响商家采购。

#### 2.2 物流配送问题

从自然地理来看,亚洲某国是一个地形多变的国家。从经济社会来看,亚洲某国是一个贫富差距比较大的国家。致使 A 公司即使有了超强的物流实力,也只能在某国中心城市范围内保证“次日达”服务,而在那种远离重点城市,甚至连公路也没有的偏远地区,A 公司的物流配送就受到了阻碍。

#### 2.3 语言文化问题

亚洲某国是一个殖民痕迹很深的国家,英美文化与亚洲某国文化相互交融,其中最要注意的一个问题就是此国的佛教文化。佛教是此国国教,再加上随处可见的寺庙,造就了僧侣人数众多,当中大部分青年僧侣都是学生。由于年轻一代是网上购物的主力军,所以 JD CENTRAL 在营销和语言上不可避免的受到了影响。

#### 2.4 竞争激烈问题

A 公司想要进入亚洲某国市场不仅要与本土企业竞争,同时还要与那些实力强劲的外企竞争,主要包括拥有雄厚资本支持的 Tarad、11 Street 以及 Lazada 等玩家。

为了快速进入亚洲某国市场,A 公司投资五亿美元与尚泰集团成立了两家投资公司。但是尚泰有一个强有力的对手——正大投资集团,抛开其他因素不谈,正大品牌旗下的将近一万家 7-Eleven 便利店,拥有强大的线下资源了。相比之下,尚泰目前只有一千多店。这就相形见绌了。

### 3 A 公司在亚洲某国发展问题的对策

#### 3.1 提升支付系统的安全

目前货到付款仍然是亚洲某国网上购物的主要方式,这最主要的问题还是对于电子支付的担心和不信任,所以最好的解决措施就是提升电子支付系统的安全。A 公司一方面花更多的时间和资金在电子支付系统上,通过不断提高和完善网络信息安全技术,为电子支付的安全交易提供技术保障。另一方面可以向人们展示提前支付的优越性,包括提供减免红包,以及七天无理由退货等等。相信随着电子商务的发展和商家的正确引导,人们对于电子支付的担心会减少。

#### 3.2 建设完整的物流网络

受亚洲某国地形地势和社会经济的影响,A 公司想要在全国自建仓储,为企业一体化物流。必须依靠亚洲某国的政策和基础设施,建设完整的物流网络,进一步强化 A 公司物流的覆盖范围。当然 A 公司也可以与三大物流公司合作,早一步实现全国的“次日达”服务。

#### 3.3 尊重和适应亚洲某国文化

亚洲某国文化是 A 公司必须要考虑的一个因素。在用人方面,A 公司可以校企合作,从学校选拔人才。在文化习俗方面,通过市场调查了解亚洲某国国人的喜好和忌讳。对于中国文化与此国文化的不同,A 公司必须学会尊重和适应泰国文化,这样才能更好发展。

#### 3.4 发挥自己的竞争优势

亚洲某国电商市场的竞争十分激烈。特别是 Lazada 被阿里巴巴收购以后,A 公司又面临了他的老对手。面对阿里巴巴,A 公司想通过财力去占领市场,是没有多大优势的。只能发挥 A 公司在物流方面的优势,在此国建设完整的物流网络。与此同时,借助此国政府的扶持,快速占据 3C 类产品市场。同时完善 A 公司-亚洲某国站的建设,吸引更多商家前来入驻,抢占用户市场。

## 4 结束语

本文一方面研究亚洲某国电子商务市场的潜力和竞争,另外一方面研究 A 公司在亚洲某国的发展。通过研究 A 公司在支付、物流、文化、竞争等方面的问题,提出提升支付系统的安全;建设完整的物流网络;尊重和适应泰国文化;充分发挥自己的在物流方面的优势等对策。希望可以帮助 A 公司更好的发展。同时笔者认为在中泰友好合作的基础上,跨境电商企业可以加大对于此国电商市场的投入,通过此国市场来打开东南亚的电商市场。

### 参考文献

- [1]李强.“互联网+”背景下跨境电商运作模式创新研究[J].技术经济与管理研究,2019(03).
- [2]赵先进,王卫竹.共建“一带一路”背景下跨境电商物流协同发展研究[J].2018(11).
- [3]宋帅好.跨境电商保税进口模式物流服务质量评价研究——以天猫国际和 A 公司全球购为例[D].北京邮电大学,2019.
- [4]郭明珠.泰国跨境电子商务发展策略研究[D].广西大学,2019.
- [5]刘芳.中泰跨境电子商务调查研究[D].云南财经大学,2017.

**作者简介:**罗杰(1985,07-),男,籍贯:湖南新化,汉族,讲师,硕士研究生,研究方向:跨境电商与农产品电商。