

中華民國 無店面零售商業同業公會



東南亞跨境電商的獨角獸

時尚美人

台灣 / 大陸 / 香港 / 澳門 / 新加坡 / 馬來西亞 / 越南 / 泰國 / 印尼



主講人：鄭洛喬

現任：時尚美人專案經理

經歷：新視紀整合行銷廣告公司 經理
連鎖餐飲集團行銷企劃部經理
韓國彩妝品牌行銷企劃部經理
彩妝網路品牌行銷企劃部經理
桂格補品實體通路活動組組長
藝人、模特兒經紀人
電視節目製作企畫
大型活動策畫-----族繁不及備載

簡報大綱

- 1 跨境營運企業概況
- 2 跨境計畫藍圖與跨境東協的奧秘之處
- 3 跨境之少年維特的煩惱
- 4 時尚美人如何幫您推動策略之一站式跨境銷售
- 5 經營跨境電商,打造國際品牌
- 6 實證效益合作對象

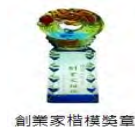
1

跨境營運企業概況

- 營運單位簡介
- 合作團隊簡介

時尚美人生物科技股份有限公司

時尚美人以成為世界最具競爭力的**電子商務平台**為宗旨
獨創「**一地上架，跨境銷售**」一站營銷系統
透過多國海內外店家**跨境聯合行銷**，致力於縮短貧富差距
為買家與賣家創造**雙贏**的局面



創業家楷模獎章



創業家楷模獎章



2016
百大人氣賣家



2015
百大人氣賣家



2014
百大人氣賣家



2012
百大人氣賣家



2011
百大人氣賣家



最佳特優產品優良
獎章



網站身分識別標章



熱心貢獻獎章



熱心貢獻獎章



十大人氣雲端總部
大賽第五名

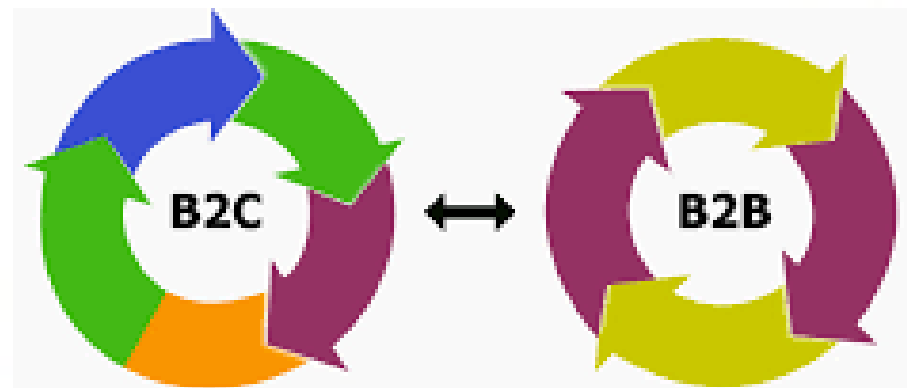


最佳產品特優獎



2013
創業達人獎

- 2011年：獲財政部大型雲端商城認證及百大賣家等優秀獎項
- 2012年：獲得百大賣家獎並創建聯合行銷的經營模式
- 2014年：再度榮獲百大賣家優秀獎座
- 2015年：蟬聯百大賣家等多項優秀獎座
- 2016年：獲經濟部商業司合作推廣APP行動展店服務計畫；唯一電商受邀澳門投資促進局舉辦課程；獲選數位時代百大賣家等殊榮
- 2017年：創櫃版7504



時尚美人超過十年發展經驗



合作夥伴-台灣利威國際物流股份有限公司

利威集團2010年於香港設立
管理團隊擁有逾三十多年快遞和跨境物流的運營經驗，瞭解跨境電子商務
所需的物流服務
建立各種客製化的技術方案以加強國際物流之流程
高效化管理後勤業務

- 指定到付貨(IPX)
- 快遞專線
- 綜合性查詢系統
- 直接代發貨(Drop Ship)
- 主動派送客服支援
- 入口代發貨

主要站點：台灣、香港、吉隆坡、深圳、義烏、上海、
雅加達、曼谷、新加坡、首爾、東京



戰略合作城市：大阪、河內、胡志明、達卡、馬尼拉、新德里、孟買、悉尼、
可倫坡、墨爾本、布里斯班、帕斯、法蘭克福(Gate Way)、約翰尼斯堡



整合力-跨境倉儲、服務據點及店家數



馬來西亞

- 吉隆坡設有亞洲地區倉儲運輸據點
- 行政及IT技術支援
- 與馬來西亞郵政合作最後一哩路
- 於馬來西亞設有1個物流服務據點
- 於馬來西亞設有2個倉儲
- 台馬跨境貨運量計畫期間達19000件
- 委託送貨至馬來西亞的店家數平均每月達30家



印尼

- 與JNE合作最後一哩路
- 於印尼設有1個物流服務據點
- 台印跨境貨運量計畫期間達6000件
- 委託送貨至印尼的店家數平均每月達10家

影響力-跨境貨運量、商品品類及品項數

時尚美人 beauty88



主要銷售商品： 20,000個品項數

美容美妝

服裝鞋包

美食名產

14項分類

計畫期間達
件
台馬跨境貨運量

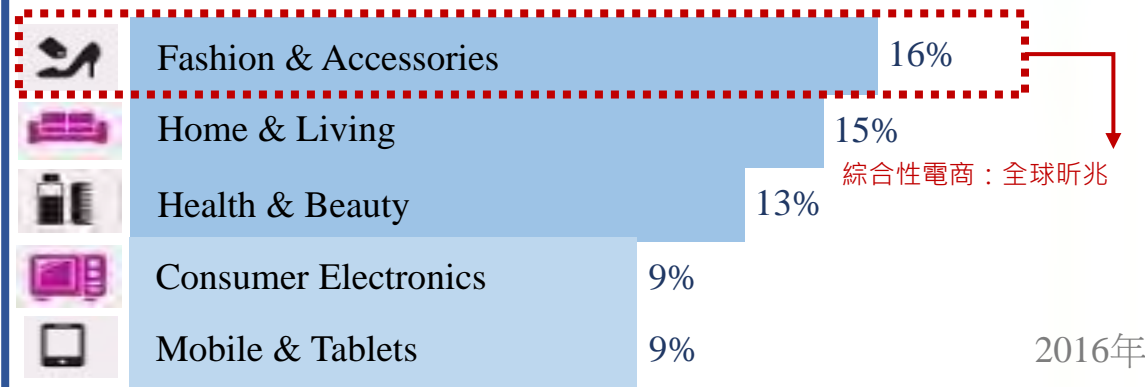
19000

計畫期間達
件
台印跨境貨運量

6000

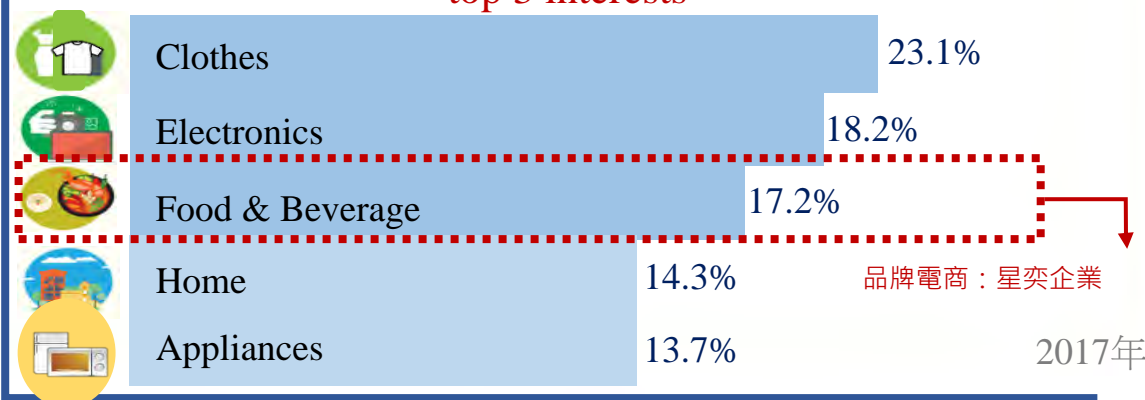
馬來西亞

Fashion, Home, Beauty are top 3 interests



印尼

Clothes, Electronics, Food & Beverage are top 3 interests



影響力-降低跨境物流服務成本

電商進入東南亞市場之物流模式

	訂單貨況	模式	物流模式			
				前段	中段	後段
初期	單少量少	B2C	提貨	集倉	運輸	配送
中期	單增量增	B2B2C	提貨	集倉	運輸	集倉+ 配送
長期	定量訂單	B2B一般貿易	提貨		運輸	集倉+ 配送

傳統倉儲物流業者 V.S. 現行電商配合模式V.S.利威物流費用優勢

項次 倉儲模式	倉租費/日	進倉 理貨費	出倉理貨費	訂單處理	嘜頭貼標費	撿貨 包裝費	打板費
傳統倉儲物流業	0.5/KG 基本費:100/批	5/KG 最低50/批	5/KG 最低100/批	X	2/張	X	180/板
現行電商配合模式	0.23/KG 基本費:100/CBM	X	X	15/單	X	1.5/PCS	X
LWE	0.15/KG	15~25/單；依品項/重量估算					X

如以3KG/10單/5pcs計算，採用利威物流將可降低更多成本，說明如下：

- 1. 傳統倉儲物流業：倉儲費100+進倉理貨費50+出倉理貨費150+嘜頭貼標費20=320
- 2. 現行電商配合模式：倉儲費200+訂單處理費150+撿貨包裝費=425
- 3. 利威國際物流：倉儲費15+訂單處理費250=265

減少20%

2

跨境計畫藍圖與跨境東協的奧秘之處

- 中長期擴散藍圖策略
- 為什麼要前進東協
- 東協市場的機會分析

永續力-中長期擴散藍圖

2020~ 協助國內企業於東協市場奠定品牌價值 發展自有品牌

- 目標市場：東協六國
- 目標對象：參與過本服務體系之業者
- 目標內容：利用共倉共配所節省的物流費用，提高業者進軍東協之利潤，進而於當地建立品牌價值，提高台灣出貨量



發展客製化行銷套裝
強化整體品牌力

長期目標

2018~2019 帶動東協市場微創業風潮

- 目標市場：泰國、新加坡、越南
- 目標對象：有意從事或拓展東協國家跨境電商之網路賣家
- 目標內容：將馬來西亞及印尼之成功商業模式複製至泰國、新加坡及越南

至2017.12.31 推動國內中小企業開拓東協市場 美國市場

- 目標市場：馬來西亞、印尼
- 目標對象：產品供應商、中小型平台營運業者
- 目標內容：集結目標對象產品，以微量跨境方式進行共倉共配，創造具成本優勢的服務通道

合作實證服務示範體系，協助中小企業微量跨境

80 % 網民曾上網購物，東協六國最高

在東協六國（印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、越南）中，馬來西亞的電商行為最普及。大馬上網人口為 2000 萬，佔總人口比例 67%（僅次於新加坡），其中 1600 萬人曾上網購物，佔網路人口 80%（東協六國最高）。

資料來源：A.T.Kearney



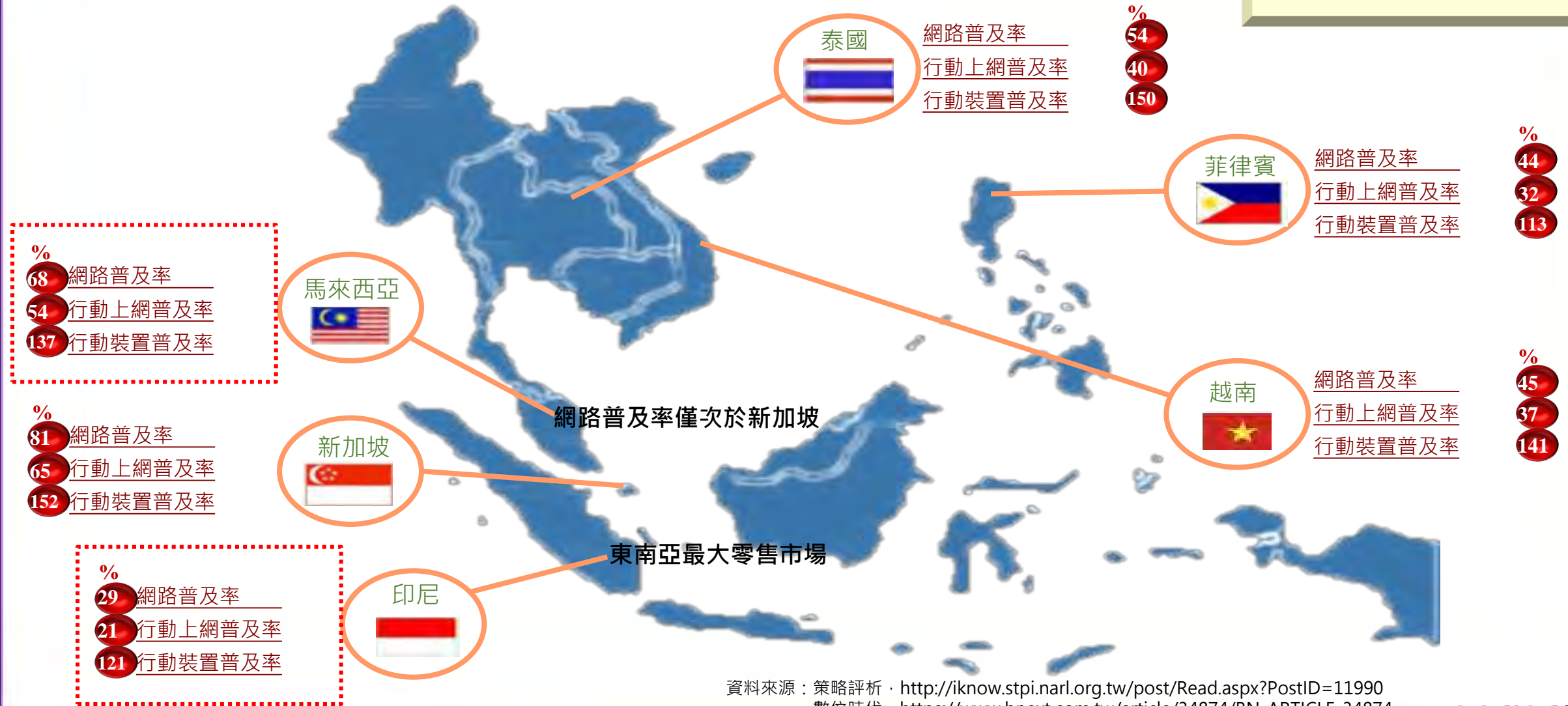
為什麼要前進東協？ 東協有何商機競爭？

跨境商機無限大

東協六國：新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼、越南

動機

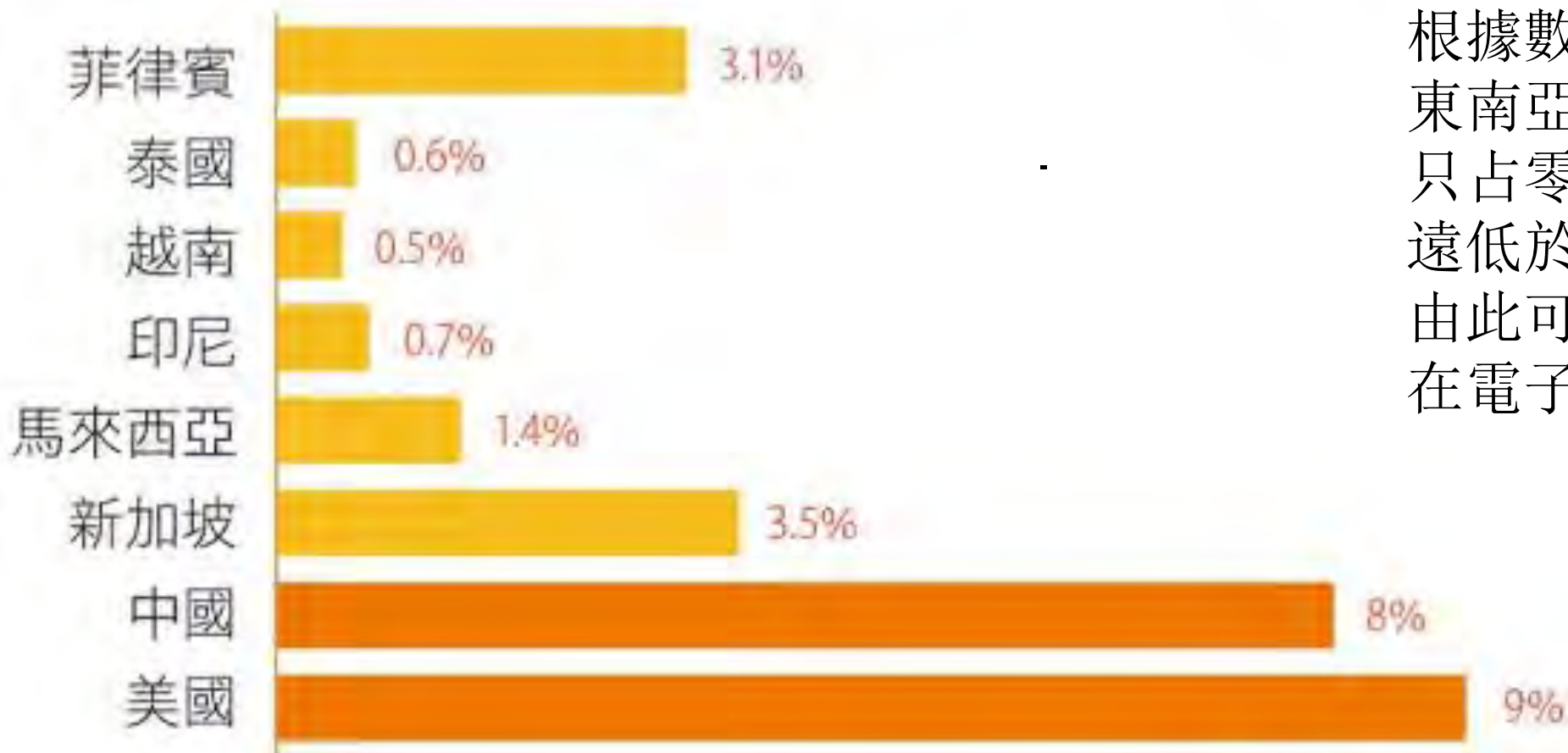
最低印尼29%
最高新加坡81%
平均網路普及率53.5



東協電商市場剛開始萌芽

電商銷售成長空間大

比起中美，東南亞電商占零售業比例不到1%



根據數據資料顯示，東南亞的電子商務市場，只占零售總額的不到1%，遠低於台灣的11.4%，由此可見東協市場未來在電子商務市場的潛能。

新興市場-前進東南亞

東南亞市場與機會

手機持有率高

東南亞六國的趨勢是行動優先，平均每個人有1.19支連網裝置，手機社群媒體使用者占人口比例29%，而使用手機購物的比例也超過30%。

社群黏著度高

根據麥肯錫公司研究調查，Facebook為東南亞社群平台中活躍度與黏著度最高，超過2億4100萬的用戶族群。東南亞地區多半透過社群媒體非正式C2C平台進行，如FB、Instagram、Twitter和LINE等。

平均收入水不高

東南亞民眾，多半收入水平不高，個性文化慵懶，大多數是希望多增加收入，甚至是希望透過手機社群的方式。

人口紅利

目前東南亞電子商務僅占零售總額比重約1%，但東南亞擁有6億龐大人口，加上持續增長的經濟動能，帶動巨大消費需求。

3

跨境之少年維特的煩惱

- 風口上跨境東協的6大煩惱
- 如何迎風破浪前進東協

讓你錢進東協 沒煩惱



風口上跨境東協的6大煩惱

解 決

6大煩惱

① 不知道賣什麼？

近90%的創業人想要網路創業
但並不清楚要賣什麼

90%



② 圖片、文案大小事！

產品拍照、修圖、去背-繪圖軟體很難學
商品文案不會寫



③ 龐大囤貨壓力！

大多數創業人害怕投入囤貨資金
賺庫存，而不是賺荷包



④ 金、物流問題！

複雜的網路交易安全到刷卡分期機制
降低寄送貨物的成本



⑤ 這樣賣，到底對不對？

80%的創業人
不知道自己的銷售方向在哪
一對一顧問，輔導店家行銷規劃

80%



⑥ 怎麼做行銷廣告？

協助創業人操作社群
讓粉絲經濟持續發酵



facebook

粉絲經濟



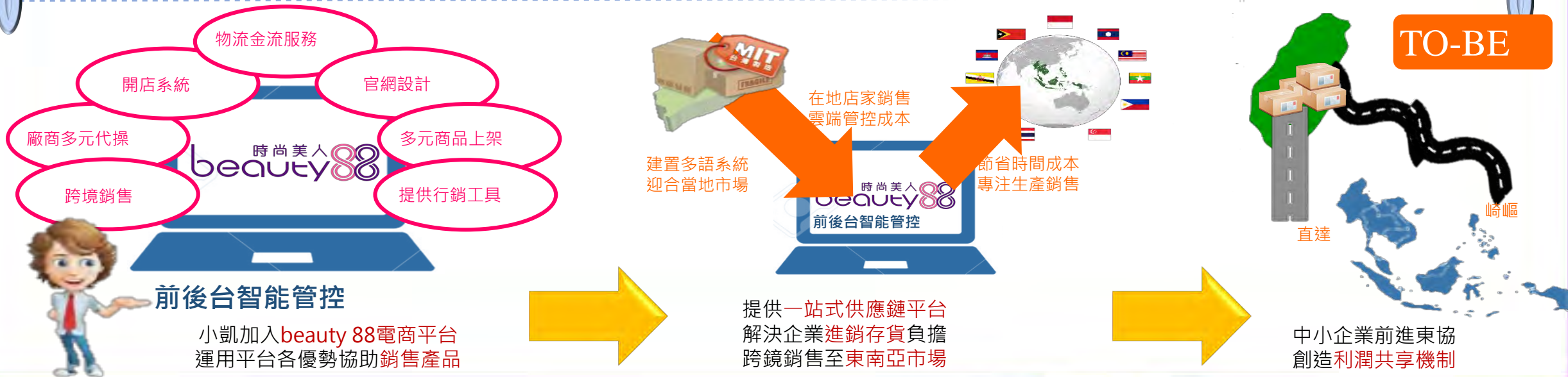
迎風破浪前進東協-服務模式(1)

1 「南向商開整合」服務

AS-IS

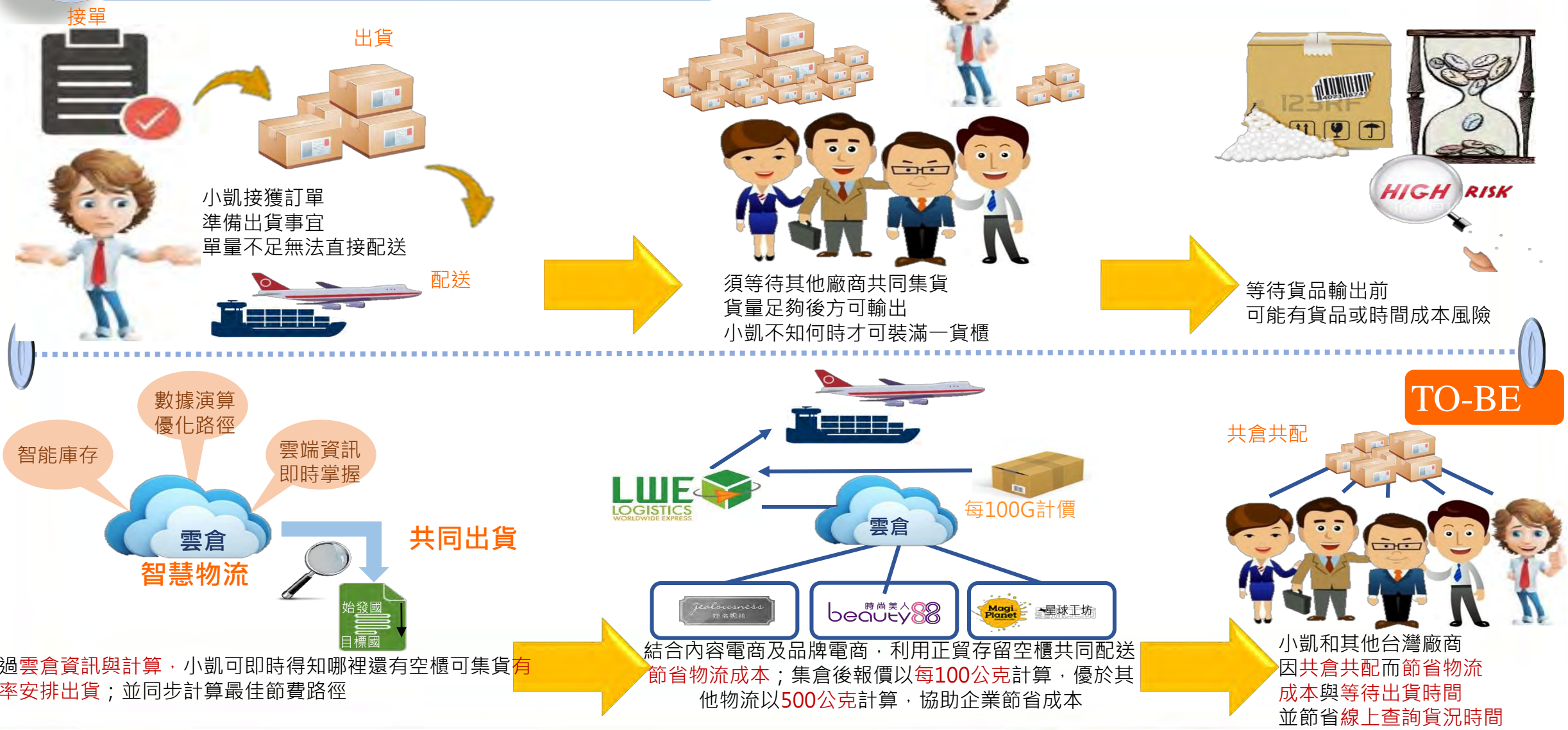


TO-BE



迎風破浪前進東協-服務模式(2)

2 「集倉共配跨境」服務



迎風破浪前進東協-服務模式(3)

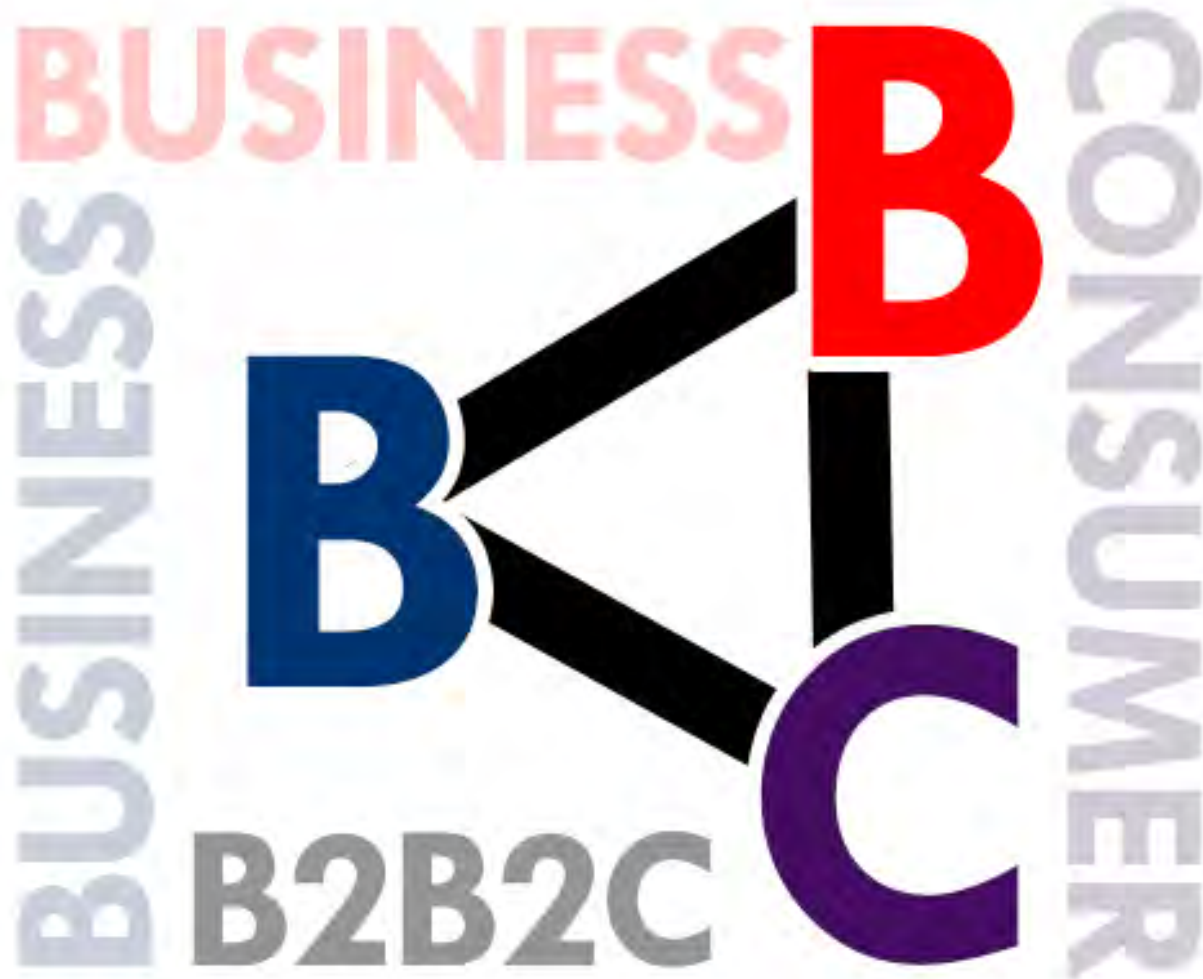


4

時尚美人如何幫您推動策略之一站式跨境銷售

- 甚麼是一地上架 跨境銷售
- 如何運用一地上架系統做到全球同步銷售
- 一地上架主要商業模式架構

時尚美人能為妳做甚麼??



一地上架 跨境銷售



一地上架 跨境銷售

供應商可利用系統快速將產品上架，店家不僅可將商品上架至自己的網店；同時可將時尚美人數萬項商品，上架至其他平台銷售落實達到導購機制。

透過各國當地店家營銷方式串接聯合口碑行銷，不僅可以降低廠商於當地的行銷成本，更有助快速經營當地市場。

時尚美人幫助創業店家以及供應商與國際市場接軌，達到跨境銷售的創業佳績。

時尚美人系統優勢比較圖

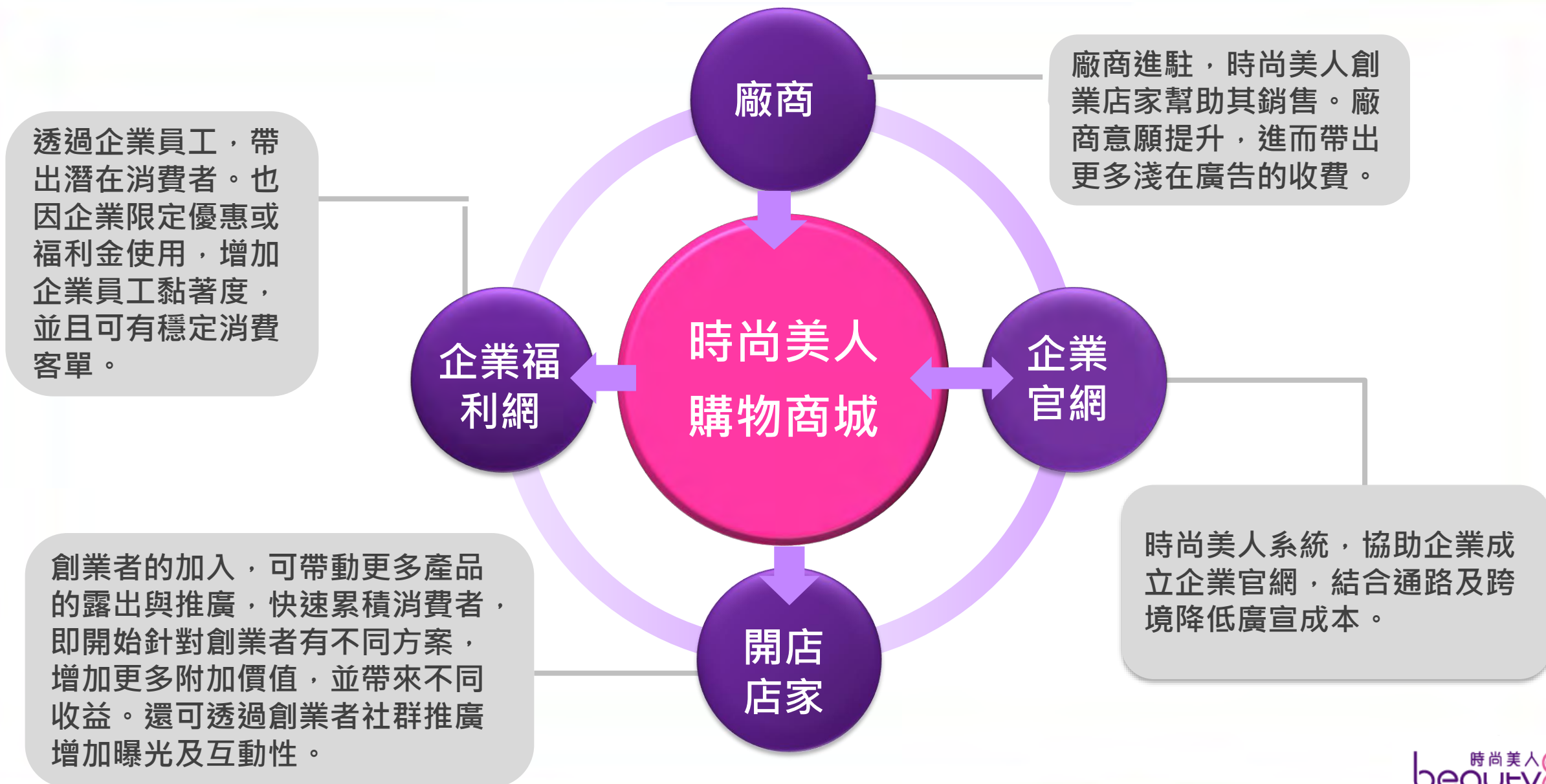


永續力-系統流程具備整合性及擴充性



POINT
一般物流業者
不具備與電商
技術串接能力

時尚美人主要商業模式架構



新興市場營運計畫-馬來西亞、印尼

時尚美人已在馬來西亞、印尼已設公司，結合當地需求與文化，在當地做不同台灣的拓展模式，初步以**馬來西亞、印尼**為起始點，執行規劃如下：

在地化社群、網美宣傳

免費方式快速累積會員及消費者

大數據帶來周邊收入機會

客群開發

1. 網美部落客
2. 社群論壇廣告
3. 電子商務廣告

免費開店

想創業增加收入的客群，**開通**即可選**100**樣商品銷售，同步可將商品**拿**至**社群**銷售推廣。創業者也可**付費加購**，增加**產品線**。

企業福利網

初期贈送企業免費使用，透過各大企業龍頭，帶動企業員工福利電子化。

零售、廣告效益

1. 廣告、行銷活動
2. 大數據累積，帶來消費者行為動向，吸引更多合作夥伴

5

經營跨境電商,打造國際品牌

- 品牌行銷廣宣策略與作法
- 落實在地行銷策略與作法
- 善用群眾行銷讓品牌UPUP

【打造品牌很燒錢？沒錢怎麼做「品牌行銷」？】

所謂「佛要金裝，人要衣裝」，產品也需要一件量身訂做的美美包裝



品牌包裝的加持，就會讓生命垂危的產品也能起死回生！

品牌跟產品哪一個重要？又該如何兼顧？

- 品牌可以使你的產品獨一無二，但要讓產品跳脫舊有的價格割喉戰場
- 品牌是讓客戶相信你的最佳憑證，就可以讓產品跳脫價格紅海戰
- 好的產品就得要做品牌行銷規劃
- 好的產品就要精準擬定品牌策略
- 要策略高商品力的品牌定位
- 要創造品牌的消費者經驗
- 要事先做好競品分析跟市場消費分析



本土品牌打造品牌價值首先要定位精準

2017年全球品牌價值排行

排名	品牌價值（億美元）			價值成長
1		蘋果	1,841.54	3%
2		谷歌	1,417.03	6%
3		微軟	799.99	10%
4		可口可樂	697.33	-5%
5		亞馬遜	647.96	29%
6		三星	562.49	9%
7		豐田	502.91	-6%
8		臉書	481.88	48%
9		賓士	478.29	10%
10		IBM	468.29	-11%

資料來源：Interbrand 繪圖：華鈞嫻

成功的品牌定位是指商品或服務在消費者或客戶心中占領一個特殊的位置，當某種需求產生時，隨即想到的品牌。

實際上，許多國際品牌都經歷了長時間的資本積累過程，營銷推廣和產品線上都有豐富的經驗和資源。

現在，更多國際品牌進入東協市場競爭，本土品牌正在面臨更加嚴峻的生存壓力。

“國外企業在產品開發過程中，將其賦予一定的內涵，開發出來的產品往往出乎人們意料，與其說他們在賣產品，倒不如說在賣品牌、賣內涵。”

而本土品牌要國際化，主要應解決的是如何改變國外消費者對品牌產品低質量和廉價的固有看法，更深入地了解國外消費者的需求。在根據國際市場需求進行產品和服務創新的前提下，要保持和強化品牌原有的定位和特色。

我們的優勢-B2B2C跨境整合性導購服務銷售網絡



M A R K E T I N G

群眾行銷



我們的優勢-B2B2C跨境整合性導購服務銷售網絡



B2B 廠商上架跨境；曝光真EASY

一地上架，跨境銷售，帶動廠商以及商城能見度，藉由多國聯合行銷降低行銷成本來達到品牌曝光。

C2C 店家免庫存囤貨；銷售真EASY

功能齊備的線上開店系統，讓創業者無須籌備繁瑣創業流程。善用擴大營銷方式，提升廠商以及商城銷量。

B2C 結合企業導購；分潤真EASY

藉由企業社交媒體導購合作可以帶來轉換成訂單、營收以及品牌曝光的一種群眾行銷方式。



企業官網 / 跨境銷售



店家開店系統



企業福利網

時尚美人
beauty88

時尚美人已在馬來西亞、印尼已設公司，結合當地需求與文化，在當地做不同台灣的拓展模式，初步以馬來西亞、印尼為起始點：

電子商務平台導流

目標是擴散品牌認知，爭取消費者關注與引導興趣，吸引新客並擴大客群。

導流

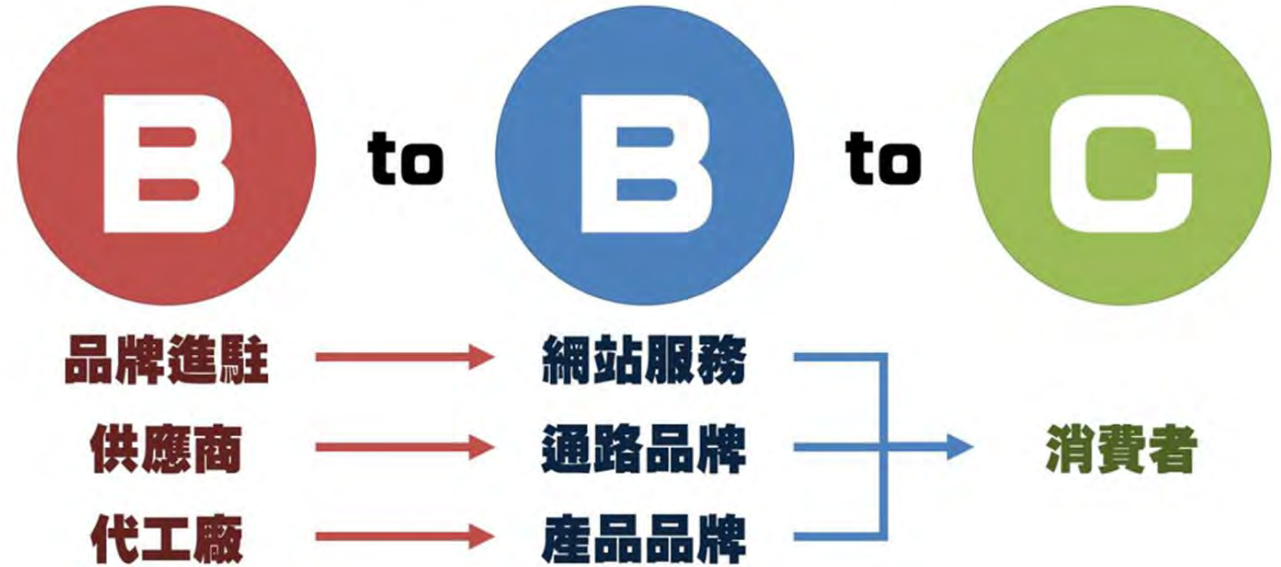
導入優質流量，開發客戶族群
策略：多重經營社群、內容行銷

導購

強化客戶互動，導入銷售成效
策略：精準再行銷、個人化服務



電商品牌行銷 | 品牌電商看似面對C，其實都是B2BC



企業服務網路導購

目標是 提升企業會員服務廣度與深度，增加會員與企業的黏著度，強化品牌知名度，創造額外營收、引導潛在客戶消費並再行銷，以增加新客亦維持既有顧客。

品牌商現今都會將自己的商品上架到電商或店面，重點都是要賺錢，要賺錢就需要大量人潮。

那麼人潮哪裡來呢？這個問題看似簡單其實也很深奧



行銷廣宣策略與作法

以臉書為例

透過個人社群影響力傳播
東南亞市場最有力傳播



行銷廣宣策略與作法

提升流量

Option 1

優化SEO

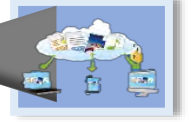
優化網站頁面及長尾關鍵字
搜尋引擎「主動」帶來流量



Option 2

平台推廣

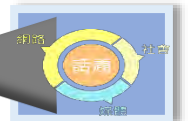
當地熱門平台推廣生活相關文章
藉由「求知慾」導引「購物慾」



Option 3

創造話題

論壇或熱門社群網站創造話題
引導讀者造訪網站以增加流量



Option 4

社群媒體

透過小測驗或活動進行宣傳
潛在消費者將增進網站流量



Option 5

口碑行銷

運用個人關係網絡提高能見度
付費請網紅或部落客加乘效果



Option 6

付費廣告

與LAZADA, Lelong, 11Street合作上架產
品及廣告；與媒體合作增加訊息傳播速度
帶動流量





6

實證效益合作對象

- 遠雄集團 會員服務導流導購合作
- 哈拉影城 媒體廣告互惠導購合作
- 物業管理集團會員服務導購合作
- 永豐銀行ATM暨電子帳單會員服務導購合作
- 關鍵字媒體廣告導流導購合作
- 美麗佳人平面媒體廣告互惠合作
- 直播平台直播主導購合作
- 部落客網紅導購合作



飛比價格



How to solve ??

時尚美人提供

一站式整合性後台系統
跨境電商共倉共配的創新服務
品牌媒體整合的群眾行銷
跨境電商代操服務
產品通路整合的觸擊率行銷



多元化的行銷是你最佳的選擇

拋開舊思維 迎向成功港口

單打獨鬥的行銷

會壓垮你的熱情



群眾導流的行銷

會讓你看到曙光

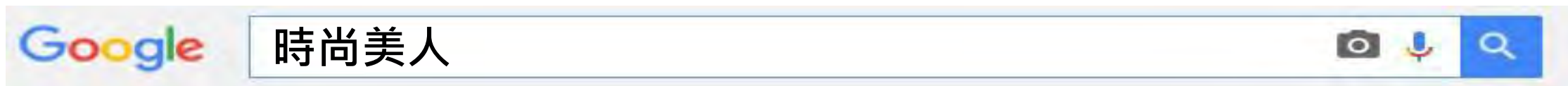


跨境電商要靠團體戰
不要再單打獨鬥了

跟著
時尚美人創新的服務
讓群眾行銷取代單打獨鬥吧

時尚美人
beauty88

整合性跨境電商平臺搜尋 🔍



加入 無店面公會

※官網：

www.cnra.org.tw

※FB粉絲團：

www.facebook.com/cnra.org

