



# 数字化 重构跨境贸易

阿里巴巴国际站 本地服务中心

区域副总经理 赵周亮

# 黑天鹅事件带来的贸易变革

短期内黑天鹅事件会对市场会造成巨大的冲击，但是过后世界政治、经济格局、产业结构都会发生根本性改变，很多社会和技术变革和发明也是发生在黑天鹅事件后。

重大公共事件的影响

SARS

内贸零售全面  
线上化元年

COVID-19

跨境贸易全面  
线上化的元年



2003年底，中国共有上网计算机3098万台，网民7950万人；截至2019年6月，中国网民规模已达8.54亿人，网购用户规模达到6.39亿；2003年，中国电子商务交易额不足100亿元；2019年，中国电商零售额超过10万亿元；中国快递量从2003年的1.7亿件增长到2019年的630亿件。

# 全球电商增速加快，潜力巨大。60%的全球人口已成为互联网用户

线上买家拉动需求侧增长：2020年全球互联网用户达46.5亿，占全球60%人口。



\* 数据来自益普索报告

# 疫情加速B2B极速发展，海外新兴线上人群成为巨大机会市场

## 从线下到线上，线上化在加速

美国银行公开的研究报告显示，截至2020年4月，美国的电子商务渗透率（To C + To B）在短短3个月里翻了一倍，提前10年达到33%。

2020年欧洲电商总销售额预计7,170亿欧元，YoY 12.7%。疫情带来电商销售的增长预计将在2021年持续体现。



来源: Bank of America, U.S. Department of Commerce, ShawSpring, Research, Forrester Analytics, McKinsey Retail Practice



欧洲电商销售额

# B2B领域正在掀起一股数字化浪潮，疫情可能长远改变B2B的营销方式

超过75%的B2B买家表示目前更多使用远程或自助的方式

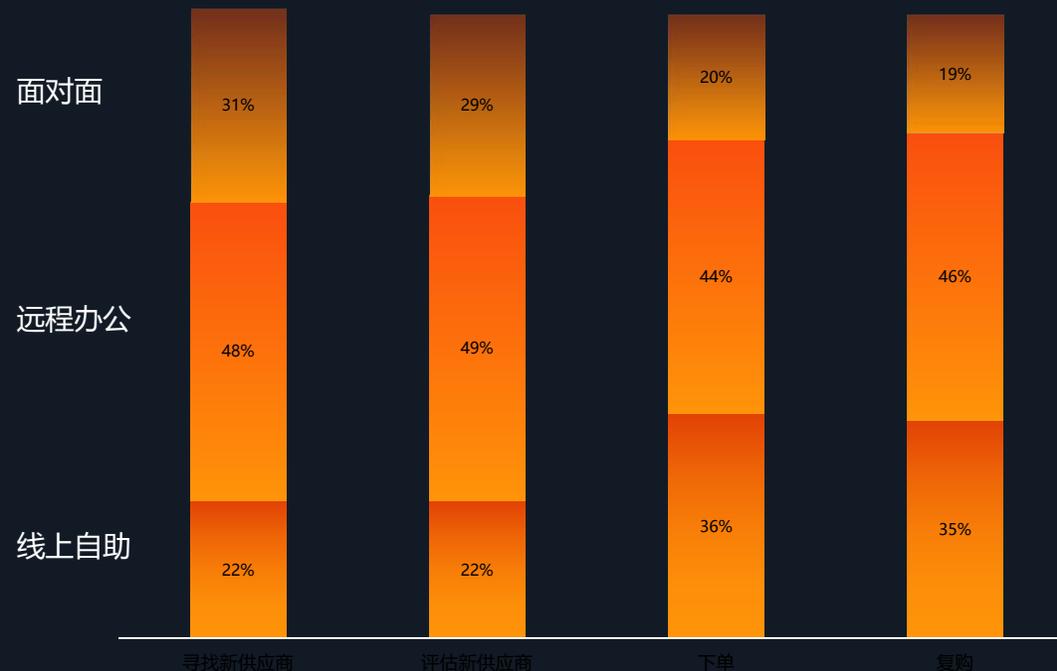
与供应商互动，而非面对面方式，及时封锁解除之后

也是一样

安全是原因之一，但是自助服务和远程互动使买家更容

易安排时间；并且能够节省差旅成本

## B类买家在不同采购阶段与供应商的互动方式



# 地缘经贸趋势明显，2020年东盟首次成为中国最大的贸易伙伴

全球贸易区域化发展态势明显，亚洲成为全球贸易驱动引擎。东盟成为中国最大贸易伙伴。

2020年中国6-10月平均增长8.5%，11月增速达到14.5%。  
越南前十月出口同比增长5%；台湾地区同比增长3.4%。

东盟首次成为中国最大贸易伙伴



备注：图示为2020年前十个月的同期增长率



\* 数据来自统计局

# 地缘贸易利好凸显，RCEP关税政策带来核心行业出口利好

RCEP协议有助于支撑区域贸易和经济增长，标志着亚洲进一步朝着以中国为中心的贸易秩序迈进。

RCEP的核心利好集中在**纺织、服装、轻工、农产品、机械设备**

图1. RCEP涵盖了全球GDP的三分之一，在主要区域性贸易集团中规模最大

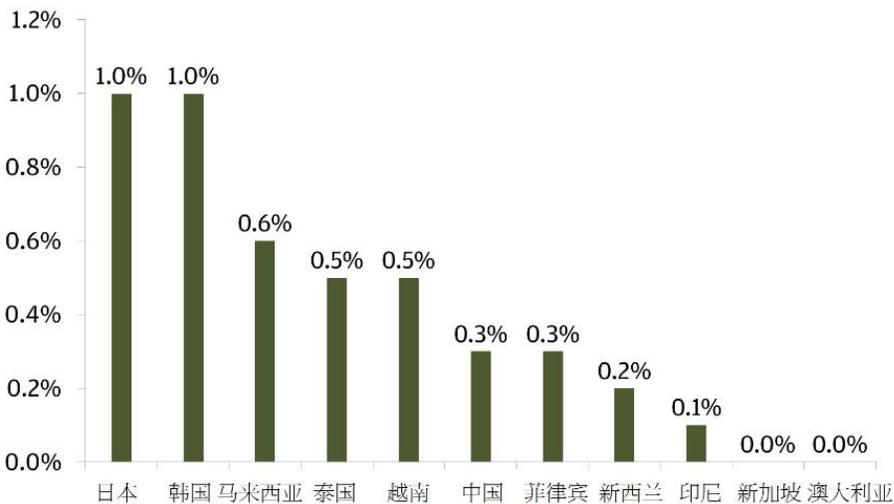
2018年GDP；美元



资料来源：世界银行。数据截至2018年12月31日。

注：「USMCA」指《美墨加三国协议》；「CPTPP」指《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》，「RCEP」指《区域全面经济伙伴关系协定》。括号内的数字代表各项协定的成员国数量。

图2：日本、韩国和部分东盟经济体将成为RCEP的最大受益者到2030年实际收入增长，占GDP的比例%



资料来源：彼得森国际经济研究所。数据截至2020年11月20日。

## RCEP对中国产业影响

产业	出口
纺织服装	3.5
轻工	2.69
石油化工	1.75
建材	3.38
钢铁及金属制品	1.37
有色金属	2.03
电子设备	1.32
机械设备	2.08
汽车及零部件	2.81
其他制造业	0.92
农产品	28.59
采掘业	1.2
公共服务及建筑业	0.23
服务业	0.17

\* 数据来自J. P. Morgan报告

# 从生意的视角看疫情后的竞争

## —— 效率之争 ——

我抢了谁的生意？ —— 现有的竞争力是否足够支撑发展  
谁会抢我的生意？ —— 新进入的从业者的特质与优势  
我能做出什么改变？ —— 快速决策，快速落地

---

客户在疫情下还有没有竞争力？ —— 持续获取新买家的必要性  
未来我的核心客户是什么样的？ —— 无论大小，发展潜力是关键

# 线上贸易VS线下贸易

WHAT SHOULD I DO

## 线下

产品可看的见  
沟通及时互动  
面对面信任感强

覆盖面有限  
线下获客频次低  
出差 展会 成本高

VS

## 线上

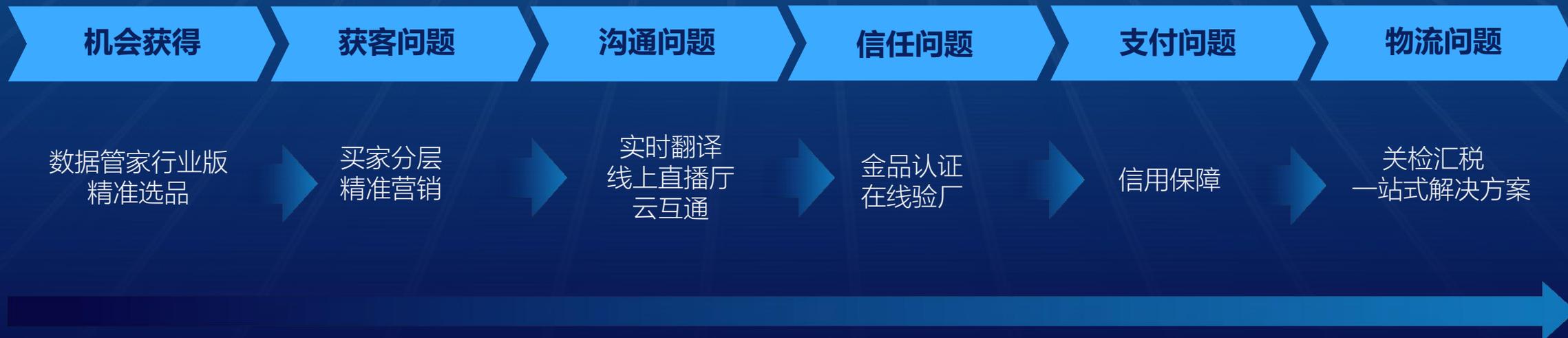
全频带 无时差 365天展示  
投入成本低 数据沉淀更智能

需要线上运营人员  
建立信任感相对难

# 传统贸易VS线上贸易 的对比哪种通道更好?

能解决买卖双方需求的通道就是好通道

阿里经过21年的发展 有足够多的技术和手段来解决线上短板 满足客户需求



# 产业数字化能力的逐步提升，多维度改善B2B跨境电商行业

1



中国供应链的独立性和完整性，成为支撑跨境电商的底层要素。

短期来看，疫情影响下中国供应链的独立性和完整性，成为支撑跨境电商的底层要素。

2



中国制造业的数字化改造能够进一步提升出口竞争力

长期来看，中国制造业的数字化改造能够进一步的**升出口竞争力**。

3



跨境电商从线上贸易化向服务化转型

跨境电商从线上贸易化向服务化转型，随着平台数据服务能力的持续提升，**有效拓展“卖家全球化”和“买家全球化”成为了跨境电商未来线上渗透率提升的核心方向。**

4



以交易为基础，最终实现能力落地的数字化服务架构

跨境电商平台的服务能力架构：以交易为基础，**以数字化能力协同“信用担保”、“支付金融”、“跨境物流”、“跨境供应链”**。最终形成以国家、行业为交叉维度，实现能力落地的数字化服务架构。

# 数字化带来的分水岭

疫情终将会过去，数字化加速按钮，刚刚开始



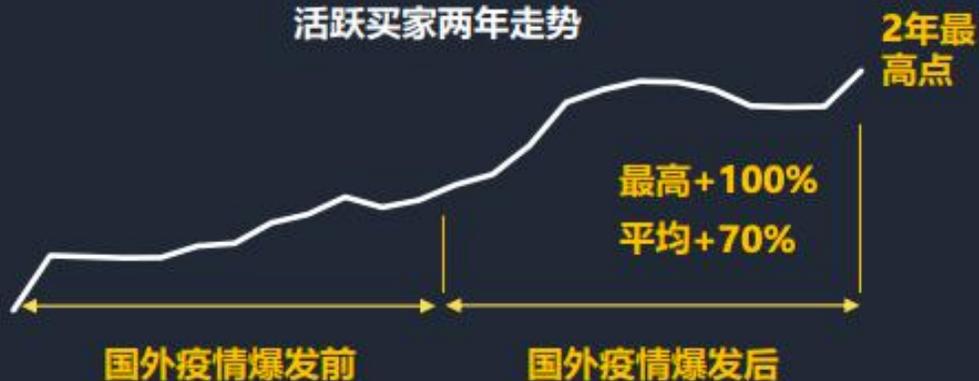
这是世界给予我们的巨大机会

# Alibaba.com 核心数据看点

## 疫情下阿里巴巴国际站品类商机增长

- 1、2021年开年一月，国际站海外买家体量持续攀升，活跃买家和成交买家都达到了，两年以来的最高点
- 2、后疫情时代，平均一个月的活页买家同比为70%，最高达到100%
- 3、服装行业、运动娱乐、美容个护、家居园艺、包印，等行业增长显著

### 活跃买家两年走势



### 成交买家两年走势



消费电子



AB-YOY:  
≥50%

服装行业



AB-YOY:  
≥100%

家居园艺



AB-YOY:  
≥50%

美容个护



AB-YOY:  
≥100%

运动娱乐



AB-YOY:  
≥100%

汽车摩配



AB-YOY:  
≥50%

包装印刷



AB-YOY:  
≥100%

机械行业



AB-YOY:  
≥50%

珠宝眼镜



AB-YOY:  
≥50%

# 阿里巴巴国际站2020年双赛道布局

## 深度定制

品牌商、大型零售商、工厂  
来图加工  
来料加工  
来样加工  
开模  
颜色尺寸  
...  
实力 优商 优服务

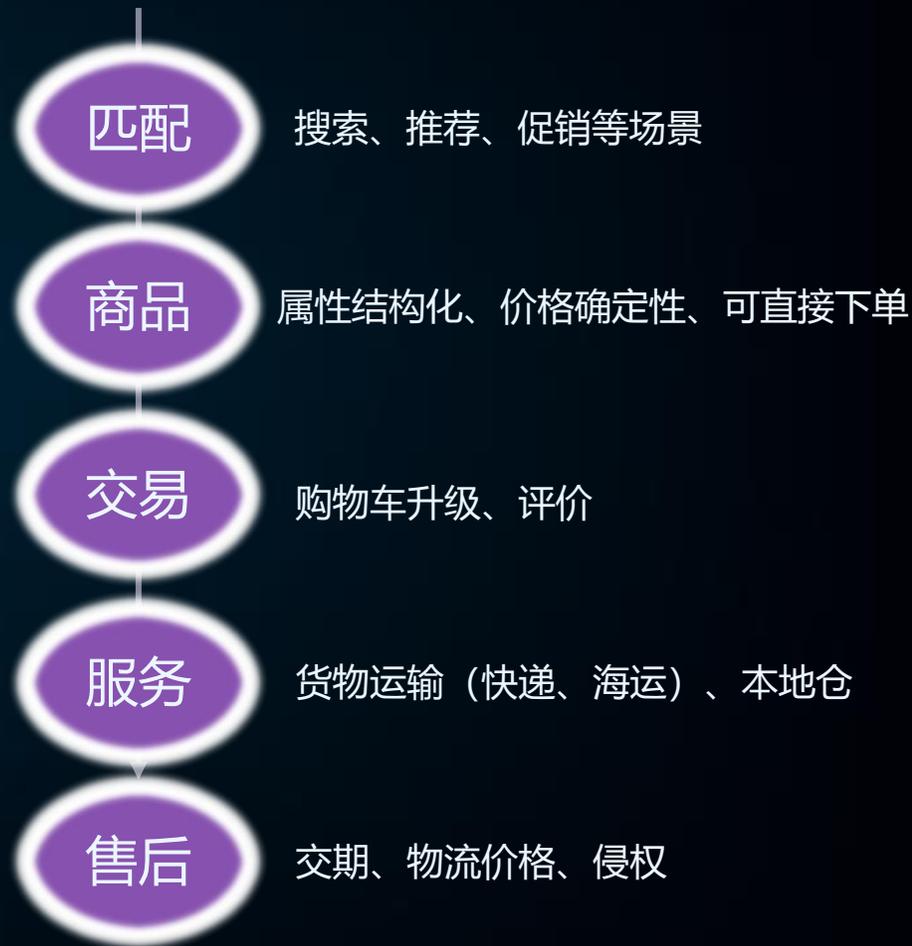
核心业务 持续增长

## 快速交易RTS

中小型批发商、小型零售商  
快速发货  
低MOQ  
高频返单  
Logo  
外包装  
...  
高效 优品 优服务

新赛道 高速增长

联盟渠道规模化扩量



2018年 规格化商品 → 2019年 分层分场景 → 2020 双赛道布局

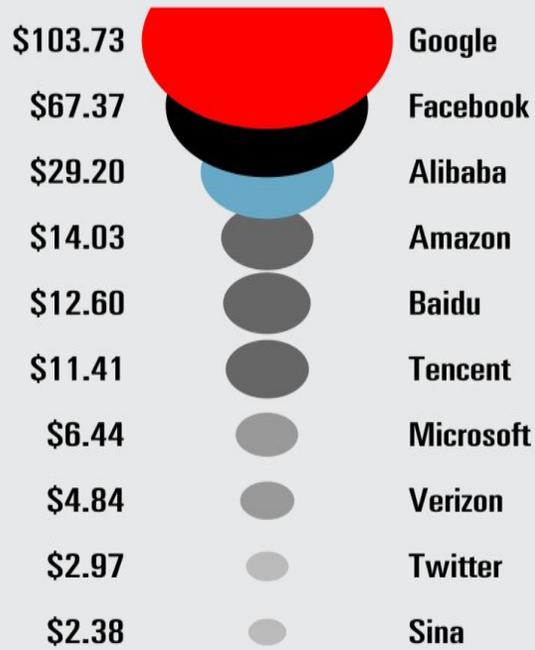
# 数字外贸 操作系统全面升级



# 新用户

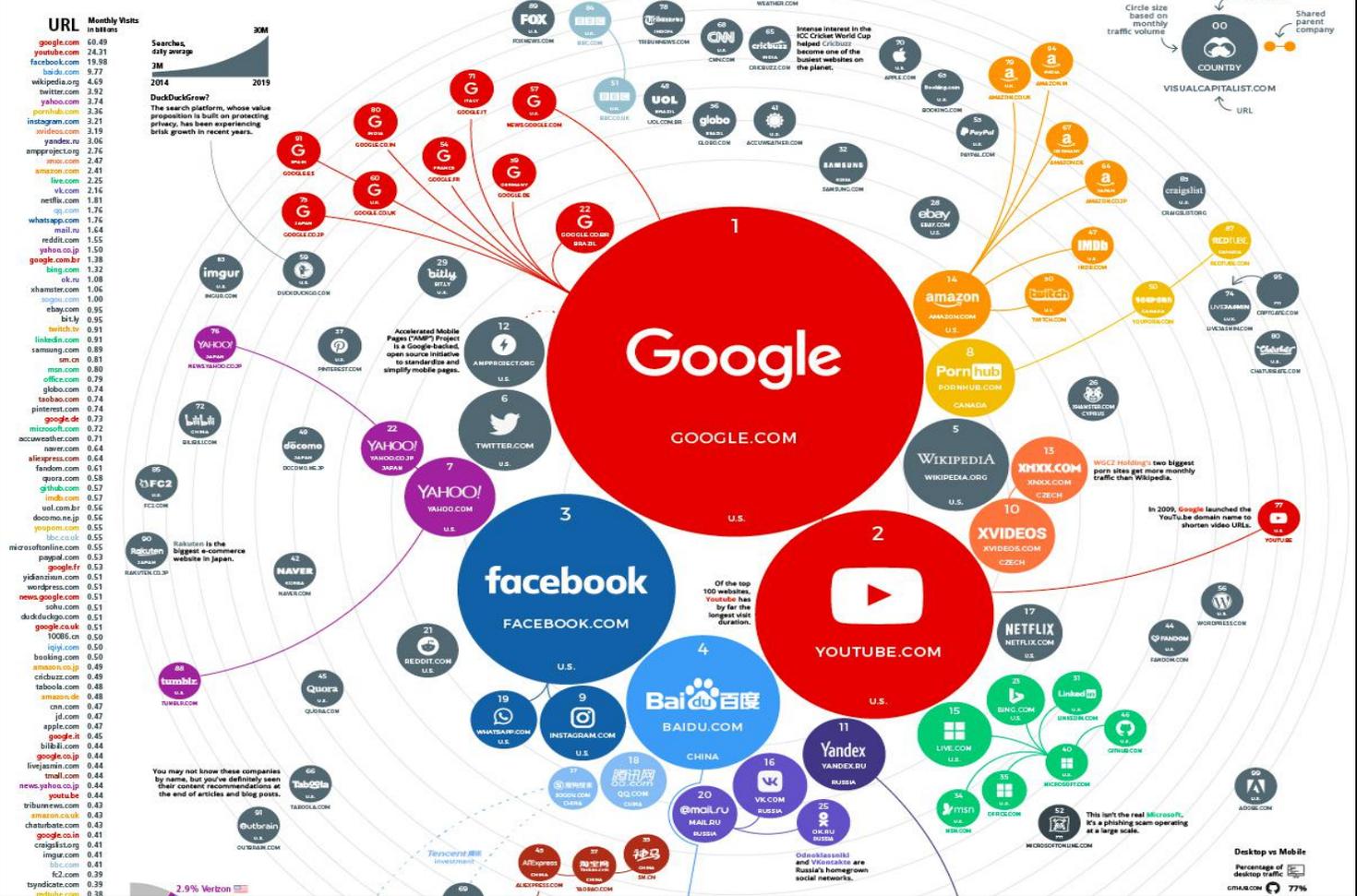
## 数字外贸 流量来自哪里

### Major Global Digital Ad Sellers 2019 net digital ad revenues (billions)



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; net ad revenues after companies pay traffic acquisition costs (TAC) to partner sites; Google includes YouTube advertising revenues; Facebook includes Instagram advertising revenues; Microsoft includes LinkedIn advertising revenues  
Source: eMarketer, February 2019

### TOP 100 WEBSITES Global, June 2019



# 新用户

## 买家侧变化

### 移动化

疫情促使无线化进程加速

### 多媒体化

通过远程方式完成采购意愿  
大幅度提升

### 新人群

新网商人群快速增长

## 新用户 内容体系

内容化战略将在距离经济下为远场用户提供近场体验

### 寻源环节

工厂实力一目了然

样品间选品更高效

直面业务员更可信赖

身临其境逛档口

商品展示更立体多元

### 沟通环节

音视频通话效率高

多人会议协同便利

音视频沟通内容转文本

沟通素材云端存储

### 履约环节

视频沟通打样环节

云跟单、云验货、云监装

物流可视化

远程售后和技术支持

# 新用户

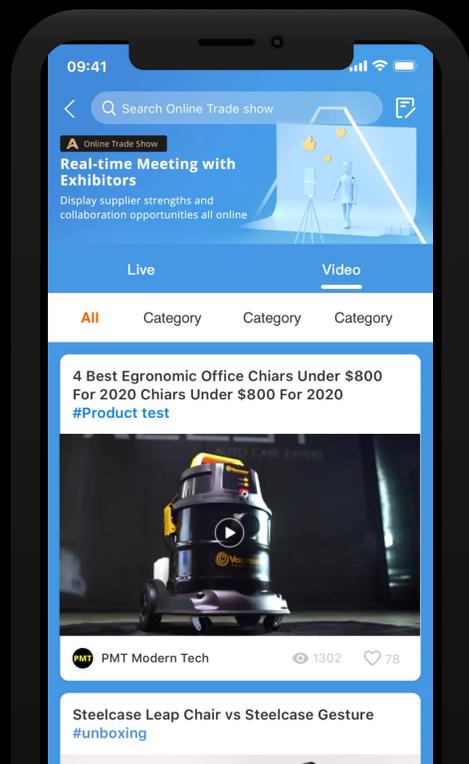
## 内容体系

1 短视频专区  
超级制造商 | 新风尚 | 全球好货 | 新奇特

2 在线直播  
多元主题 | 特色场地 | 专业直播角色

3 3D实景看厂  
专业买家 | 展会实景展示 | 实力商家

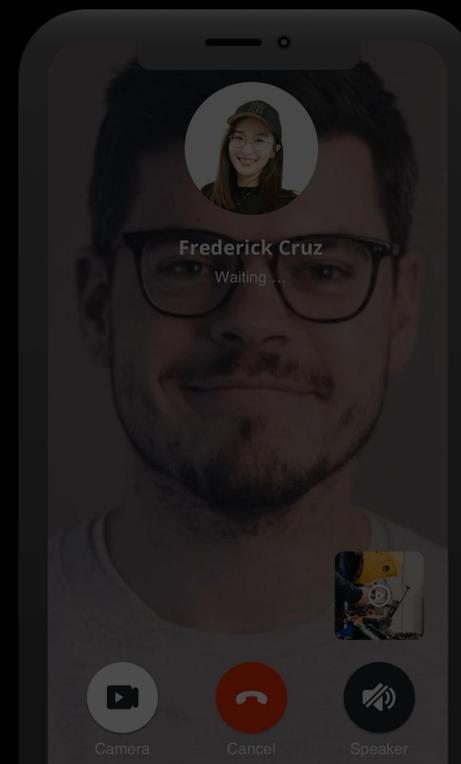
短视频专区



全球线上直播



3D音视频远程看厂



# 新供给

## 商家实力-金品诚企：以认证为心智的高端会员产品

### 数字化营销获客

### 数字化服务权益



2020重磅升级点，以各项升级点具体上线时间及规则为准

# 新供给

## 商家实力-金品诚企：以认证为心智的高端会员产品

### 金品深度认证及实力标签体系

#### 金品深度认证8大模块

企业信息			
规模面积	员工人数	外贸年限	...
生产制造能力			
生产线/设备	生产过程管理	生产流程	...
研发设计能力			
研发人员	设备/流程	专利	...
质量控制能力			
质量控制体系	质量控制流程	质检人数	...
售后服务能力			
海外服务网点	不合格品召回	客户反馈流程	...
资质证书			
商家证书	产品证书	商标	...
服务能力 NEW!			
海外展厅看样	线下展会经验	与财富500强合作	...
供应链能力 NEW!			
海外仓	跨品类采购		

**买家心智**

**强生产型**

- 专业能力强
- 研发设计好
- 质量好
- 生产优

**强服务型**

- 寻源快
- 出货快
- 优惠大
- 售后优

- 快速生产
- 工艺流程专家
- 高研发能力
- 支持海外售后
- 资深外贸行家
- 财富500强代工
- 质量控制专家
- 环保达人/符合社会责任

- 提供一站集采服务
- 及时回复
- 快速交货
- 多语言沟通
- 轻定制/来样/来图加工
- 经过成品检验/原材料检验
- 好评率高/回头客多
- 和财富500强合作过

### 行业化商家实力展示

#### 扩增认证字段，实力标签升级

新增「线下展会经验/财富500强合作/海外展厅/海外仓」等字段验证，更多维度展现商家实力（已上线）

#### 实力工厂透传「行业化实力标签」



已上线，会场引导进店提升+6%

#### 搜索外显「行业化实力标签」

搜索精准流量，迅速复购带动了运动作业一站集采。「机械行业售后国家」首发，持续投入（预计11月中旬上线）



注：实力标签透传场景，搜索/前台会场/旺铺等

# 新供给

## 商家能力-线上化的星等级

影响平台买家体验的四个确定性服务



信息展示确定性



商机处理确定性



生产供应确定性



履约保障确定性

商家星等级 ★★★★★

是综合评判平台商家服务海外买家的意愿及能力的分层体系。

### 核心变化

#### 分场景评估等级

分场景定指标



定制



快速交易

取分数高的展示

#### 更贴合买家视角

更明确的服务买家能力维度



商家力/商品力



营销力



交易力



保障力

#### 星级扩充权益升级

新增4-5星标准



丰富权益内容



开源



节流



提效

# 新服务

## 智能营销，降本提效

品效合一+搜索推荐全场景智能营销，获客成本同比降低32%



### 智能营销

智能投放：平台代操，智能出价 | 选词 | 选品 | 选流

智能创意：标题优化 | 智能图片 | 视频化

智能拓商：新流量 | 新商机



智能投放



智能创意



智能拓商



### 视频内容营销

猜你喜欢专享资源&RTS专区展示

APP动态视频轮播创意展示



### 品牌整合营销

聚焦心智认知：明星展播

搜索明确意图：问鼎 | 顶展 | 品牌直达

## 新服务

### 解锁“黑科技”-全球首个跨境贸易虚拟主播Ava

成为商家的“替身”，可以切换18种不同语言进行直播，还能引导询盘和交易

同时克服“倒时差”和语言不通两大难题



# 新服务

“履约成本最高节约50%”

## 新服务“惠”通全球，买家视角的服务重构



### 全球支付结算

- 全球支付网络:23个主流贸易本地本币，本地TT覆盖67个国家
- 成本费用最优: 跨境大额TT转账成本Free，T+1到账，在线1秒汇兑最优汇兑返利
- 贸易金融普惠: 商家贷、信用证融资、极速额度费用首单5折



### 数字化外综服

- **财税服务**: 一站式市场采购财税服务，代理出口退税融资服务，1V1阿里财税专家贴身；
- **智能关务**: 提升10倍报关效率；渗透中国10%大贸出口份额，服务10万出口企业、1000 TOP 报关行选择；



### 数智化物流

- **确定性**: 构建全球货运网络，覆盖23条专线、190国家，中美、中欧货运门到门一口价
- **服务保障**: 海运用柜必赔，快递出库晚必赔，全球快递丢包必赔，最高至3万RMB/单
- **价格最优**: 新老客全面优惠，快递、海运费用全线路市场价格9折。

# 新服务

## 软件服务——OKKI CRM——转化效率和管理效果

### 外贸企业 6 大难题

#### 销售线索管理难

阿里巴巴询盘、展会名片、业务员开发的客户线索未能有效管理，造成巨大浪费。

#### 开发信石沉大海

开发信无回复，业务员白白浪费时间。

#### 询盘质量难以判断

不同获客渠道，询盘信息不完善，影响业务判断，造成错失合作。

#### 人员离职客户丢失

人员更替，客户信息和跟进记录没有沉淀，带来工作难度和公司损失。

#### 客户跟踪进度不清晰

不能明确客户跟进状态、无法把握跟进重点，上级不了解进度，也难以指导和管理。

#### 交易数据杂，协同效率低

随着业务量递增，团队在内部流程花费过多时间。

# 新服务

## 软件服务——OKKI CRM

OKKI CRM Smart 适用于中小型外贸团队

产品3大特性

 高效部门协作

 自定义审批流程

 多销售团队资源隔离

		线索 / Leads	客户 / Customers	商机 / Opportunities	交易 / Cash
OKKI CRM Lite 客户生命周期管理 (L2C)	OKKI CRM Smart 客户生命周期管理 (L2C) + 销售过程管理	<ul style="list-style-type: none"><li>快速沉淀从不同展会、平台和其他方式所获得的客户线索</li><li>多种方式提升营销邮件送达率</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>大数据辅助客户质量评估</li><li>全方位沉淀客户信息</li><li>最大化进行客户资源变现</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>客户所有销售进展尽在掌握</li><li>轻松管理业务员销售过程</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>从报价单到物流的交易全流程管理</li><li>数据辅助明智决策</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>隔离不同团队客户池</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>不同团队销售流程个性化</li></ul>	
PDCA		workflow		审批流	
用PDCA科学管理方法提升团队管理能力		利用灵活的工作流配置提升销售协作效率，满足企业个性化需求		利用灵活的审批流程配置满足不同场景的审批要求保护企业利益	

# 育商服务体系 - 两年成长规划



## 品牌期

以强大的经验数据做后背支撑向成功的外向型企业转型  
掌握一定的产品定价能力及较强的议价能力  
建立企业品牌推广计划，占据市场一席之地，获得品牌溢价机会

买家渠道体系拓展完善，市场渗透率提升  
打造市场对品牌心智的认知，市场占有率提升  
平台有成熟稳定的运营模式并可复制输出

## 目标

## 成熟期

依据市场反馈数据，更新迭代产品线；拥有综合性的、线上线下结合的全网络覆盖客户开发渠道  
组建专业的运营外贸团队，设立KPI考核和优胜劣汰机制，同时建立企业内训体系  
商家运营模式清晰后，可裂变更多平台店铺，占据更多行业资源，获取更多客户数量，快速成长，冲击行业TOP

经过前一年的积累，企业需在人员调配、客户服务、平台裂变等事项中持续跟进，以获得更大收益。  
此外，企业也需要建立自身品牌影响力，借助阿里巴巴国际站，带动其他中小型企业发展和成长，实现更大市场价值。

## 目标

## 发展期

优化设计，复盘总结，了解国际站同行中的标杆店铺  
确定若干客户稳定翻单，验证产品市场竞争力  
持续跟进潜在大客户  
总结并规划下一年度布局

提升拿样客户与小单成交的数量，了解海外市场情况并进行细分定位，为后期精准化运营积累数据经验。  
经过一年等国际站实际运营操作，对跨境电商、海外市场等均获得深入了解，规划下一年业务发展，营业额更上一层楼。

## 目标

## 初创期

开通建站，产品熟悉及发布，并持续根据数据优化  
关键词表建立，并持续整理客户跟进表  
学习广告营销、访客营销、RFQ报价等  
参加联合办公、外贸特训营等培训

店铺风格化吸引眼球，产品关键词全面覆盖；商家完全熟悉公司产品卖点，同时了解国际站行业情况及同行商家的产品情况，充分了解国际站相关规则，玩转营销。  
拿到较高数量的询盘，加强买卖双方沟通交流能力，掌握全球不同区域市场的采购行为习惯；获取意向客户，产生部分拿样客户以及小单成交，建立信心。

## 目标

## 标准化商家回访体系

兰州区域

每月上门回访

近距离区域

线上诊断，季度上门

远距区域

线上诊断，3家起线下回访

实力商家及以上方案客户，由服务中心或区域按季度进行T2T回访

## 标准化商家回访工具

### 客户回访调研表

客户回访调研表

客户经理: \_\_\_\_\_ 回访日期: \_\_\_\_\_

客户名称			
拜访人	职位	是否VIP	
回访方式	<input type="checkbox"/> 视频回访	<input type="checkbox"/> 上门回访	其他: _____
回访内容	<input type="checkbox"/> 月报总结	<input type="checkbox"/> 平台诊断	<input type="checkbox"/> 续费沟通
	<input type="checkbox"/> 活动邀约	<input type="checkbox"/> 其他: _____	
问题是否解决	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	未解决的问题: _____
回访小结			
解决方案			
亲爱的客户: 感谢您宝贵的意见和建议, 您的建议是我们努力的方向!			
客户建议			
对本次回访是否满意	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	
客户签字			

阿里巴巴国际站(甘青宁)服务中心

### 平台数据诊断报告

天华化工机械平台报告



阿里巴巴  
alibaba.com

商家运营部: 水兴元

2020年7月16日

## 运营类课程

STEP 1  
星等级提升攻略

STEP 2  
数据化营销方法

STEP 3  
实力优品打造方案

STEP 4  
超流量爆品打造方案

STEP 5  
平台诊断秘籍

## 业务类课程

STEP 1  
国际市场分析

STEP 2  
访客营销秘籍

STEP 3  
把脉分析客户

STEP 4  
多渠道开发客户

STEP 5  
客户看场接待攻略



## 培训交付流程

### 课程安排

#### 基础建站

国际站介绍、规则解读

作业：制作所学内容思维导图，以及当下存在/遇到的问题，整理店铺产品图片30张

商家星等级规则解读

作业：找出自己店铺提升星级的办法及落地点，并且切实落下去，整理店铺产品图片30张

旺铺设计、PS实操

作业：1.完成5张图片操作（抠图、调尺寸、去水印）；2.整理店铺产品图片30张

精品产品发布、关键词查找

作业：至少发布10个精品产品，建立关键词表

橱窗产品设置及调整

作业：1.完成橱窗设置及橱窗表制作，制作学习内容思维导图；2.产品发布10个

运营三表制作

作业：1.完成3张表格制作及树立；2.产品发布10个

RFQ开发攻略

作业：1.发布一条优质RFQ，制作学习内容思维导图；2.产品发布10个

粉丝通、客户通运营攻略

作业：1.发布2条粉丝通、开通EDM设置；2.产品发布10个；3. RFQ 报价1个

EDM营销、邮件制作

作业：1.制作学习内容思维导图；2.产品发布10个；3.粉丝通发布2条，RFQ 报价1条

效果广告操作

作业：1.开通一个定向推广；2.制作学习内容思维导图；3.产品发布15个；4.粉丝通发布2条，RFQ报价1条

品牌广告优化升级

作业：1.顶展子列绑定；2.词包数据分析

平台数据分析

作业：1.三高产品优化；2.数据跟踪表制定；3.平台提升方案落地

数据管家运用攻略

作业：1.生意参谋找出自己产品与同行产品的优劣势

询盘分析

作业：1.买家注册年限及搜索习惯剖析；2.对话内容复盘

#### 订单跟进

信保及一达通操作

作业：起草信保订单

支付方式及出口方式解读

作业：整理最优惠的出口路线

国际贸易术语及单据制作

作业：报关单 提单 贸易方式及对应价格风险点预估

订单转化及客户跟进

作业：客户管理归档

### 考核成绩70%

理论30%,实操70%

实操包括：

图片处理(10%)

(抠图，去水印，超链接)

数据分析(20%)

(根据店铺情况)

三表制作(10%)

(橱窗表，数据跟踪表，关键词表)

关键词自然排名达到前3页 (30%)

点击、询盘量达到同行平均(30%)

### 日报15%

### 考勤15%

# 育商服务体系 - 联合办公活动

## WEEK 1



学习Photoshop基础操作  
完成旺铺装修与详情页模版

## WEEK 2



完成发布产品至少200个

## WEEK 3



开始推广引流  
使询盘量达到同行水平

## WEEK 4



"破蛋"、出单  
结业考试，颁发证书

“联合办公”是阿里巴巴国际站育商运营的常规服务活动，阿里巴巴国际站特设体系化的运营与外贸课程，用理论+实操、以赛代练的方式，旨在帮助商家朋友们掌握最实用的平台营销技巧与外贸谈单方法。课程设计遵循“平台基建 - 客户开发 - 营销推广 - 数据分析 - 客户分析 - 订单处理”链路逻辑，保障商家朋友们熟悉国际站操作的每个环节。

# 育商服务体系 - 联合办公活动



结果说明效果，与阿里运营同学一起工作，实现高效沟通、对接、学习，零外贸基础也可掌握跨境电商技能，实现从0到1的突破，三个月内100%出单。

# 育商服务体系 - 管理类培训

兰州

年度战略规划



西安

管理的真相



兰州

跨境私董会

杭州

核心商家大会  
问道西湖

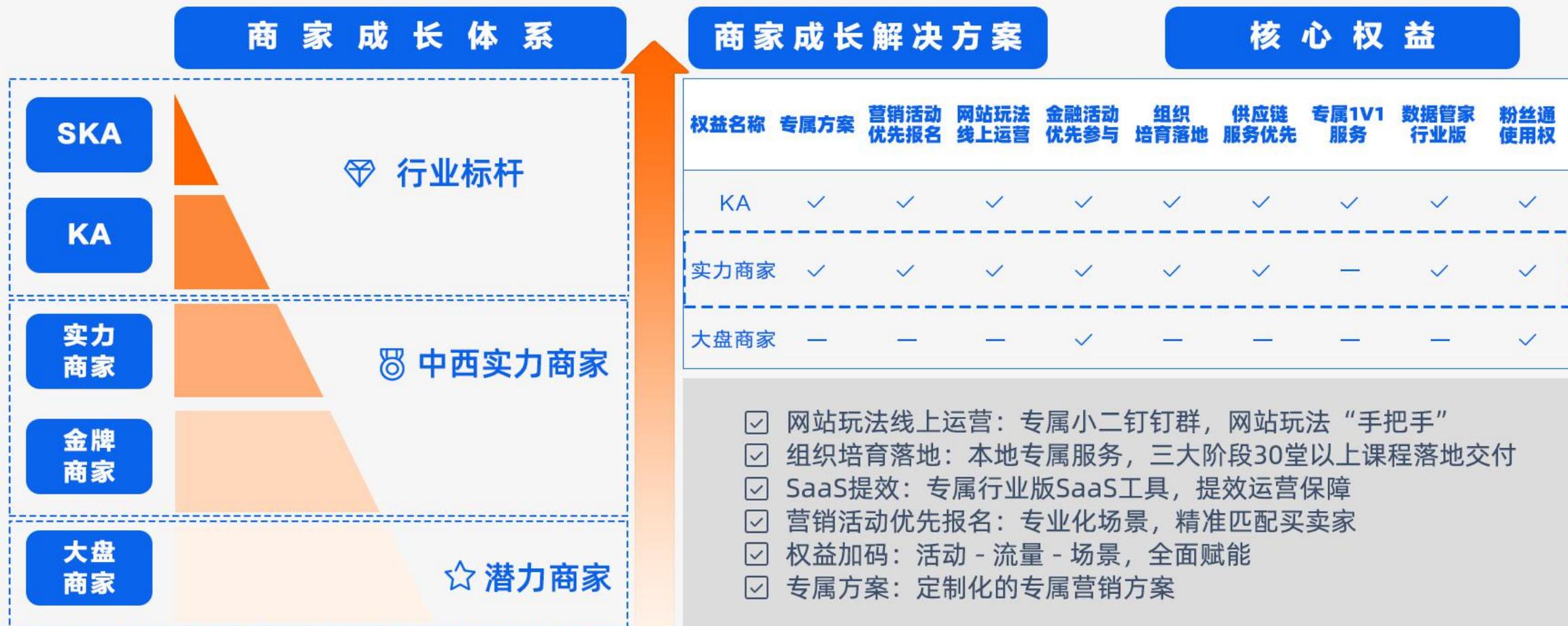
深圳

问道华南

打开思维天花板，缩小与优秀同行的差距，形成新的资源交流共享圈子



# 国际站商家分层现状



- **商家权益**的依据：基于国际站卖家服务买家的能力和意愿，与权益直接挂钩
- **商家成长**的依据：基于买家视角的体系化指标，对商家成长做系统指导和标准评估

# 外贸一站式解决方案

## 金融服务

建设银行甘肃分公司  
进出口银行甘肃分公司

## 法律服务

上海兰迪（兰州）律师事  
务所

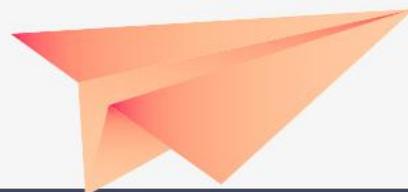
## 检验认证

中国检验认证集团  
甘肃分公司  
检测、认证、质量  
体系管理

## 跨境供应链

阿里一拍档：  
西安安捷  
陕西炬步

整合第三方资源，繁荣本地跨境生态



## 人才资源

师大、交大、财大、政法  
等本地高校

## 政策支持

全省跨境电商补贴政策

## 代运营

阿里C拍档：  
陕西佑尊

## 外贸综合服务

中数跨境外贸综合服务  
平台

# 本地市场数据分析

甘肃客户总 85 家 (数据截至 2021.3.31)

4

化工制剂  
14.7%

2

工业与机械制造  
25.2%

1

农业与食品饮料  
29.5%

3

家居服饰消费电子  
23.4%

5

医药保健  
6.9%

企业资产类型

工贸一体: 53.9%

贸易型: 46.1%

贸易转型类型

传统外贸: 51.3%

内贸转外贸: 40%

新创业: 8.7%

# 本地标杆企业案例

## 甘肃亚盛国际贸易有限公司

Verified 方案金额: **260000**

所属行业: 农业

主要产品: 洋葱、冷冻辣椒、葵花籽等

企业类型: 传统外贸, 工贸一体

### 跨境亮点:

2017年企业改革, 代理出口转型自营出口  
跨境电商创汇额在2019年达到79.9万美元, 2020年  
达到200+万美元  
集团共开通3个国际站平台



# 本地标杆企业案例

## 天华化工机械研究院

Verified 方案金额: **760000**

所属行业: 工业与机械制造业

主要产品: 干燥设备等

企业类型: 传统外贸, 工贸一体

👍 跨境亮点:

KA品牌商家与实力商家双平台

18年获得单笔6000万美金大订单

20年疫情期间获得230万美金大订单



# 本地标杆企业案例

## 甘肃金宝实业有限公司

Verified 方案金额: **260000**

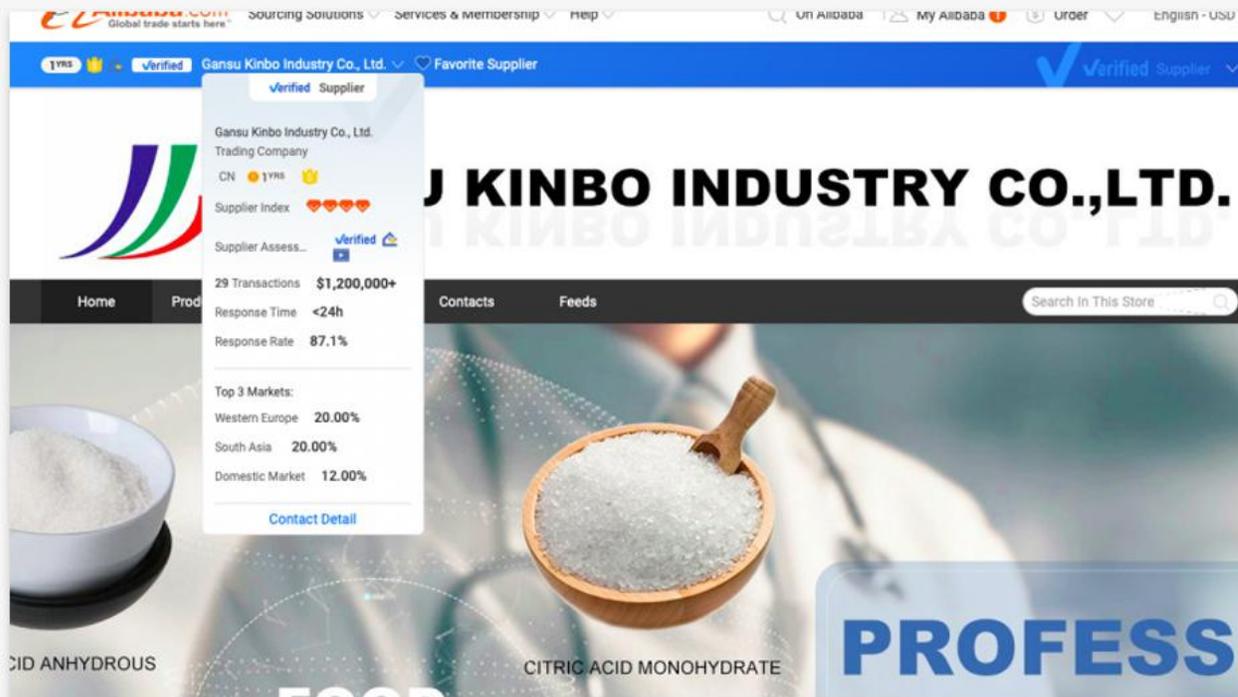
所属行业: 食品添加剂

主要产品: 柠檬酸

企业类型: 传统外贸, 贸易型

👍 跨境亮点:

全国柠檬酸行业贸易型商家领头企业, 成为甘青宁区域首家五星商家后即接到埃及客户18万美金订单, 后接返单23万美金, 20年实现GMV488万美金。



# 本地标杆企业案例

## 甘肃焱辰国际贸易有限公司

方案金额: **89400**

所属行业: 3C、小家居等

主要产品: 电子产品、小商品

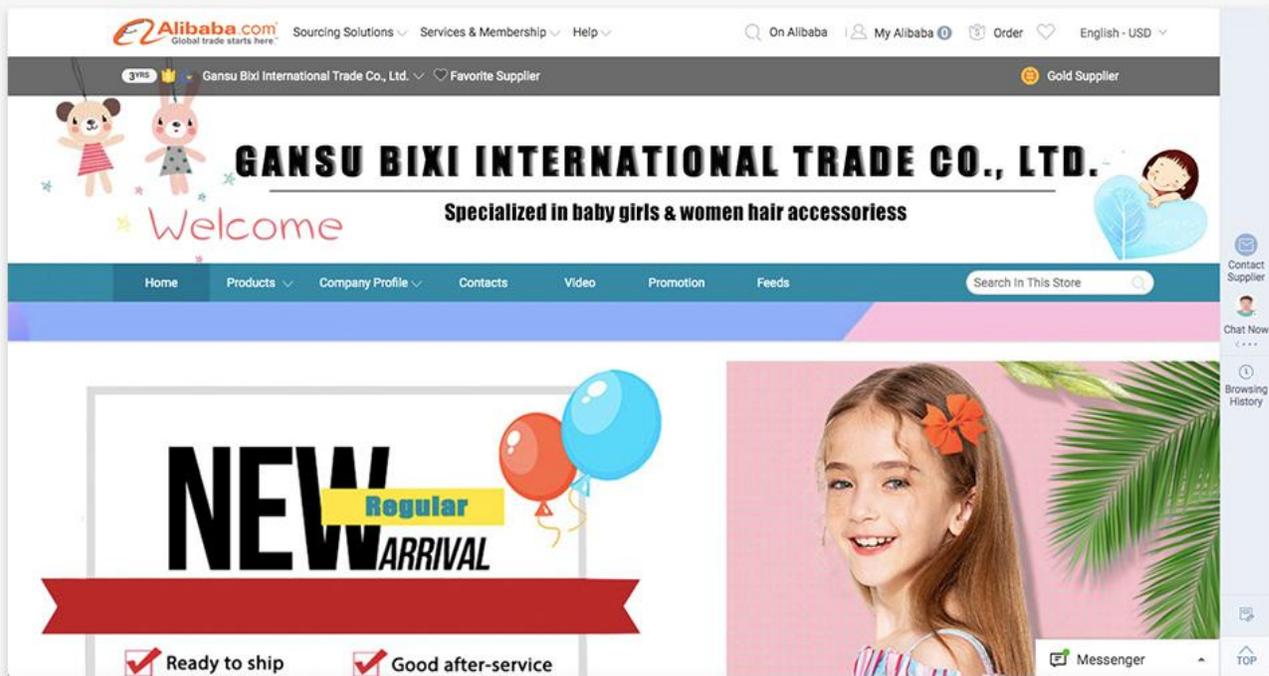
企业类型: 新创业, 贸易型

👍 跨境亮点:

业务员创业型公司, 裂变3个平台

月平均GMV15万人民币

三月新贸节出单266笔



# 大变革时期，管理者的机遇

-从高层开始-

-涵盖各个层面-

-创建一个正式的环境-

-确定性的资源投入-

-高频传递信息-

-准备应对突发状况-

-与个体进行对话-

# 不要浪费一场危机

NEVER WASTE A GOOD CRISIS

——丘吉尔

每当发生大事，随众起哄的多，静心思考的少  
每逢遇到危机，盯着风险的多，看到机会的少  
一场危机会让我们真实地感受到一个时代的结束，和另一个时代的开启。

让天下 没有难做的生意!