

跨境电商背景下服装产品外贸营销的挑战和发展对策

吴曼妮¹ 何娜² 王志超³ 杨学聿⁴ 殷晨榛⁵ 吴慧雯^[通讯作者]

闽江学院, 中国·福建 福州 350108

【摘要】随着我国的高速发展,对于其国际经济形势的接轨也让很多人在过程中发现了商机。而跨境电商是由传统的电商所拓展出来的一种新型电商经营方式,其主要能够为传统的服装行业带来巨大的挑战与机遇,通过对实体经营转向跨境电商的经营能够减少开支,提升收益,加强整体的发展。

【关键词】跨境电商; 服装产品; 外贸营销

随着现阶段跨境电商的迅猛发展。在国内做服装生意的人们,瞅准了这种机遇,作为第一个吃螃蟹的人,将传统的实体服装行业转向线上电商营业模式,不仅能够节省整体房租的支出,增加其投入的成本,提高经济收入,增强其竞争能力。但是在过程中如果不对网络营销方式做调整,仍采用传统的销售方式可能会面临巨大的失败,所以本文就跨境电商背景下服装产品外贸营销的挑战和发展对策做相关分析与讨论。

1 跨境电商服装的营销影响

随着现在我国网络经济的不断发展,相应的平台带动整体电商进行改革,而其中最具代表性的阿里巴巴就带动了其中一大批跨境电商企业的蓬勃发展^[1]。而服装行业作为传统行业中最常见的,其在跨境电商上的经营难度也是最小的,因为有相应的经验在前可供学习与参考。

1.1 跨境电商发展状况

跨境电商主要是利用两地信息的不对等差,以及相应产品的稀缺,做线上的导购,通过对其产品的购买以及代发,让国内的买家能够享受到国外的一些产品,让国外的卖家也能享受到国内的一些产品,其经济利益是巨大的,而且操作十分简单,只需要相关的订单打印机以及相关的货源渠道就能做简单的跨境电商了,而且现在跨境电商企业发展犹如雨后春笋般出现,在阿里巴巴的带领下,以一种来势汹汹的气势进行集合与发展,其中比较著名的有阿里巴巴国际站、天猫国际、京东国际、环球资源等等,而且随着这些企业的高速发展,我国的跨境电商产品贸易以及购买额相较于之前几年都有了显著的提升^[2]。

1.2 跨境电商对于服装行业的好处

服装行业作为我国传统非常常见的行业,无论是线下实体店,还是在线上网络直营店,都有非常不错的销售情况,而跨境电商的出现,让其各国的相关服装产品都能得到购买以及发送,其规模也是逐渐的在壮大,让每个地方的人都能购买到心仪的价格便宜的服装产品。而想要在服装行业中通过跨境电商来实现整体营收的提高以及经营模式的改变,就必须学相应的新知识。调整生产与营销方案,才能实现整体的转型和发展。

2 跨境电商带来的好处

跨境电商的诞生以及引入能够给相应的企业和消费带来非常多的好处,促进了整体世界贸易的变革。本文简要对相应好处做介绍。

2.1 跨境电商为打造相应品牌提供机会

众所周知,服装企业及服饰售卖价格主要由其品牌的知名度所决定的,在本国已经形成巨大知名度的服装企业,虽然不能与之比较。但是可以通过跨境电商对于国外服装品牌进行塑造,打造企业品牌,通过提高品牌价值进而提高服装的售价,从而提升其经济效益。其实服装的成本是非常低,利润非常高,商家要抓住这种跨境电商机会,通过这种方式向国外输出其品牌文化,提高品牌价值,才能在相应的竞争过程中得到领先的地位。

2.2 跨境电商为服装行业所带来的机遇

服装行业在我国竞争激烈程度非常的大,无论是国产品牌还是国际品牌,都在这个市场中厮杀的非常激烈,所以选择跨境电

商将企业的品牌导向国外,说不定会形成一种良好的循环,即使在不发达的地区也能通过增量式购买来提升具体的经济利益。比如像泰国、缅甸等东南亚国家,也是做服装品牌推广的好地方。选择这些地方作相应服装的推广其好处非常多,首先整体该地区品牌意识没有形成,商家可以通过先入为主的进行相关品牌的培养以及塑造,提升其价值。让该地区的人对跨境电商所引进的品牌有一个大概的认识,以及起到深刻印象的作用。从然后通过不断的品牌塑造以及广告宣传,使其提高知名度。随着购买数量的提高也会相应增加企业的经济收入。

3 跨境电商目前还存在的问题以及挑战

虽然跨境电商得到了有效的提升与发展,但是目前跨境电商在服装产品外贸营销的过程中仍存在许多挑战,本文仅要对相应的问题做介绍与讨论。

3.1 品牌问题

在已经形成品牌效应的发达国家想要通过跨境电商提高企业品牌效应与其竞争,其难度是非常大的。而且外国的奢侈品牌会做相应的发展以及宣传,其整体资金是实力是非常雄厚的。想要在发达国家扩展自己的服装品牌是非常困难的,所以在选择服装品牌拓展的时候,要选择相应第三方世界的国家进行品牌的建立与推广,这样先入为主的情况能够让当地人形成一种品牌效应,从而支持其所开发的服装品牌。

3.2 服装成本

在我国的服装行业过程建立过程中,我国是全球最重要的服装生产加工和出口主要市场之一,其主要因为原材料价格不高,劳动力成本也相对低廉。

虽然前期能通过低廉的成本以及劳动成本来增加企业的收入,但是随着相应品牌的建立,所需要花费的宣传资金也越来越多,所以要在有限的成本下尽可能提高商业服饰的质量,并且对相关服饰品牌做宣传的资金投入也要加大,这样才能有利于整体品牌的素质培养以及宣传方式达到相应的效果。

3.3 出口问题

在目前电气跨境电商的出口以及进口仍存在很严格的海关检验以及漫长的等待,需要对相应的服装做相应的检查,造成整体运行效率的低下。而且对于相应的服装的绿色环保程度,也必须有一定的要求。否则的话,在通过相应国家的海关时候,可能被退回,并且造成损失以及罚款经济,品牌宣传度上也可能进一步被打击。

4 结束语

跨境电商作为当前的一种电商经营模式,是未来相关产业的发展趋势。所以选择跨境电商进行服装行业的发是一个比较正确的选择,但是在其发展过程中必须要坚守本心,遇到困难不能退缩,提高产品的创新力,运用合理的营销与运营策略,调整方案以及设计,才能在跨境电商服装行业的竞争过程中取得成功。

参考文献:

- [1] 吴焯. 纺织品服装的跨境电商发展策略探究[J]. 山东纺织经济, 2020, No. 280 (06): 43-45.
- [2] 王强. 跨境电商的发展对传统贸易方式的挑战及对策[J]. 经营管理者, 2016 (33): 295-296.