

大数据对跨境电商的影响

晏胤

深圳卡奈尔科技有限公司, 中国·广东 深圳 518000

【摘要】利用电子信息商务产业全球化的战略机遇, 跨境电子商务平台借助全球互联网平台, 克服了国内传统企业国际贸易中由于地理位置因素、语言文化沟通方式障碍和交易过程支付不便的多重制约, 使得国内外企业之间的贸易交易拓展越来越深。近年来, 随着大数据的快速兴起, 利用相关大数据分析技术有效推动我国跨境电子商务的快速发展是未来发展趋势。

【关键词】大数据时代; 跨境电商; 电子商务; 影响

1 大数据时代背景下的电子商务

大数据的信息种类繁多, 信息量大并且一直处在动态变化中。因此这就要求专业从事大数据信息处理的工作人员具备敏捷的洞察力和果断的分析判断能力, 同时还应拥有利用大数据信息的归纳分析总结并解决问题的手段。但是对于大多数非人员来说, 这些都很难懂, 即使是专业人士, 也会存在众多不足与差异。由于大数据本身的复杂多变和信息量大的特性, 使真正的有益价值隐藏在海量的变化更新数据中, 难以寻找。因此, 这就更需要行业专家级技术人员不断进行技术和管理创新, 才能充分挖掘出大数据中蕴含的财富信息, 才能在数据管理中有新的发现。

电子商务的发展是伴随着消费者的需求变化和消费习惯而发展变化的。随着移动互联网的飞速发展, 网络终端设备的普及, 以及人们消费观念的改变, 电子商务迅速在各大商务平台成长起来, 并且进入了人们生活中的方方面面。同时, 得益于电子商务的快速发展, 也让更多消费者的信息进入大数据空间。对这些数据信息的专业分析和合理的整合利用, 并配合市场商品以合适的方式分配, 以深度满足消费者的多元化需求, 已达到实现资源的有效分配, 实现利益最大化^[1]。

众所周知, 在我国对外贸易发展的整个过程中, 跨境网络电子商务快速发展之前, 我国对外贸易的年均增长率相对较低, 阻碍了未来我国实体经济的快速发展。但是, 随着跨境网络电子商务在我国的快速发展和广泛应用, 在对外贸易发展方面, 跨境网络电子商务已经实现了国内外主要货物的实时流通, 企业跨境网络电子商务发展较快。为了能够确保有更多的企业将相关数据综合应用融入到跨境电商业务发展中, 实现我国企业相关大数据的综合利用, 研究分析大数据下影响跨境电商未来发展的因素势在必行。

2 大数据与跨境电商的关系

大数据时代是信息大爆发时代的产物, 主要特征就是数据量巨大, 可以将大数据时代理解为信息量比海洋的水还要多的海量信息时代, 这么多的信息如何加以整合筛选利用, 从而分配到社会生活、科技进步的各个领域, 才能发挥海量信息的存在意义。根据现阶段的研究表明, 当前大数据信息量主要有几个特点: 一是信息量大, 大到可以凭空想象。在大数据时代随着科学技术的发展, 以及物联网的推荐、互联网的联通, 人们生活中无处不在的信息都会汇总到数据库中, 大到科技发展小到生活琐碎都产生数据信息。这些所有的数据信息在某个时候某个区域都会对一个行业或者一个企业的发展有着重要的作用; 二是传播速度快, 随着网络技术的发展以及4G、5G通信技术的推广, 还有马

上要投入研发6G技术的应用, 所有信息的传播速度加快, 同一时间段外国的信息国内知道, 甚至关于太空的星球环境变化普通民众通过手机等终端设备也可以知晓; 三是数据的多样性, 在大数据中, 信息的多样化可以是文字描述, 可以是音频, 也可以是视频、图片等信息数据。还有就是各种各样的信息, 不同种类类别的信息, 统一呈现在人们面前; 四是价值大, 这些海量信息中, 包含了各种各样的数据, 各行各业的发展参数, 如果能充分提取有效信息, 一定可以为深度挖掘市场隐形需求提供有效帮助^[2]。电子商务的产生与发展, 从本身就是对传统市场经济的一种变化, 同时也带动了网络经济的发展。我国改革开放以来, 对外贸易越来越重要, 特别是我国加入WTO后, 电子商务产业得到了快速发展与壮大。因此, 在现阶段大数据时代背景下, 必须要引导企业加强对大数据信息的应用, 并能够将大数据信息应用到企业的跨境电子商务过程中, 促进跨境电商实现跨越式发展。

3 大数据技术在跨境电商中的应用

大数据技术是通过通过对信息数据的处理、挖掘、整合、分析等手段在海量信息中提取有效的信息和能量, 从而再通过有效技术手段应用到企业的研发、生产、销售等过程中, 从而实现大数据对现实问题的处理结果, 达到数据的有效利用。因此, 如何将大数据科学合理地运用到跨境电商中, 并有效地解决行业实际问题, 是我们研究的主要方向。

3.1 大数据在选择产品中的应用

跨境电商是一种和互联网相结合的商业模式, 是一种新时代的销售产物, 在这个商业模式中含有巨大的数据信息。比如, 商家的运营管理数据、消费者的个人喜欢和消费数据等。如果商家根据消费者的爱好长期推荐类似产品, 往往会有更多的销售机会。如果个人消费者根据一些平台商家数据, 实现选中物美价廉的产品。这些过程就是大数据的选品应用。

3.2 大数据在消费群体识别和消费者喜好预测中的应用

大数据的核心应用就是能够预测发生, 在一些体育比赛中, 根据多次的比赛数据预测这场比赛的输赢; 在股票市场, 根据市场大数据的分析预测股票价格的走势等等, 大数据在这些领域目前都有较好的应用。同样在跨境电子商务中, 商家或者平台也可以利用大数据技术来预测消费的喜好和识别消费群体。消费者只要在跨境电商中有过浏览或者消费, 就一定会留下数据, 也一定会留下对某个商品的喜好, 多次的浏览、多次的购买都是喜好的体现, 也是购买需求的表现。大数据需要总结的信息, 平台商家就可以根据大数据提供的消费者喜好和需求更多推荐有效商品, 从而达到精准销售^[3]。

3.3 大数据技术在引流推广中的应用

想要做好产品的推广,必须能够覆盖很多潜在客户群体,通俗来说,就需要通过大数据找到更多需要购买商品的客户群体。比如一种商品的定位,是青年人需要还是中老年人需要,这就要首先定位商品的受众群体、消费年龄分布和性别比例,从而针对不同消费者采取不同的销售模式,从而达到引导销售的目的。

4 大数据对跨境电商的影响

4.1 大数据对跨境电商的市场解析影响

跨境电商发展需要根据不同经济地区或不同地理地缘位置、外部环境、消费行为模式或价值观念以及不同文化背景的巨大差异,分析当地市场情况。跨境电子商务的快速发展仍然离不开大量的行业数据和市场信息。虽然大数据在全球目标商品市场消费调查数据分析中已经占有重要地位,但是在跨境电子商务中仍然存在发展空间上的差异,需要大数据分析和新技术及时作为分析辅助。利用大数据实时爬升、数据综合挖掘和信息分析等技术,重点及时收集来自目标商品市场实体消费者的实际个人消费平均数据和实体商品销售平均数据,从而及时分析自己目标商品市场的实体商品平均销量和目标商品平均价格,通过平均商品销售量和商品平均价格及时制定自己商品的市场采购计划和商品价格^[4]。因此跨境电商服务企业本身可以及时收集大量全球主流市场数据,通过利用大数据分析技术及时确定自己目标商品市场的消费需求,有利于及时进行自己商品开发规划和市场采购,从而不断提高自己产品在全球目标消费市场的核心竞争力。

4.2 大数据对跨境电商营销推广影响

一是准确收集单个商品及目标消费客户与潜在消费客户的相关数据,利用百度大数据综合分析技术准确寻找单个商品目标消费用户群体。以商品消费用户群体数据为一实例,对商品消费水平、年龄、性别等数据要素进行分类汇总综合分析,针对不同的商品消费水平、年龄人群制定不同的营销策略;二是通过建立数据分析模型,对单个商品目标用户数据进行综合分析,根据每个模型准确地寻找到商品目标潜在用户,并根据每个商品目标适用人群综合选择商品目标潜在用户;三是通过充分运用综合商品广告搜索引擎推广和新引擎广告网络营销、社交网络媒体广告网络营销、自动化社交媒体广告网络营销等多种推广方式有效率地进行各类商品综合推广和运营降低用户流失,建立综合商品主要目标消费潜在用户目标消费群体数据和综合社交网络媒体广告营销投放运营策略,为商品目标消费用户在多个跨境商品电商服务交易平台上进行实时、准确搜索相关商品信息提供便利^[5]。综合商品广告营销投放策略综合推广的主要研究目标之一就是通过分析确定一个目标商品的主要目标消费潜在用户以及消费目标群体,对每个商品目标潜在用户消费群体数据进行精准的综合商品广告营销投放策略综合推广,进而实现交易。卖家同时可以通过各种大数据分析技术从不同地区获取来自消费者的信息,并制定精确的营销策略。

4.3 大数据对跨境电商信用评价的影响

跨境电商不仅具有影响传统国际贸易的巨大风险,还具有自身独特的贸易多样性和高度开放性贸易特征。国际交易双方行为

和国际市场的波动变化之间存在很大不确定性,这样就使得不严格遵守国际商业贸易信用的商业行为在跨境电子商务贸易领域更加突出。对于跨境电子商务进口企业来说,由于资金的不足或存在违法违规经营、信用体系危机、信息安全泄露等诸多问题,将给消费者自身带来巨大的风险,消费者合法权益难以得到保障。此外,由于海外电子商务贸易涉及巨额外汇使用问题,将大大增加企业外汇资金使用风险,污染跨境电商企业的经营环境^[6]。因此,要利用大数据收集电商违法运营信息及资金运营信息,及时查处违法电商平台。

4.4 大数据对跨境电商用户的挑战

在这个互联网和信息化的新时代,大数据在各行各业发展中的地位越来越重要,已成为现代社会不可或缺的人力资源。中国大数据确实为我国消费者生活提供了便利,为我国跨境电商的持续发展进步注入了新的发展动力,但中国大数据给未来人们生活带来的安全挑战不容忽视^[7]。在移动信息时代,当人们在互联网、跨境电商等信息平台上直接搜索跨境商品或其他相关信息时,通常会被记录下来,然后通过利用大数据的爬升、挖掘、解析等信息技术等来预测人们的实际消费购买偏好,从而主动推荐人们想买或者按要求购买的跨境商品,提高从直接点击商品到直接购买的商品转化率,虽然预测到的消费者购买偏好,确实可以给人们提供一些便利,但它确实也会危及到人们日常网络隐私安全和个人隐私自由。人们只能积极应对大数据带来的威胁与挑战,用正确的态度和辩证的思维角度来看待大数据对我国跨境电商的巨大影响。

5 结语

本文重点阐述大数据对我国跨境电商的主要影响。科学分析了大数据对我国跨境电商企业产品市场数据分析的重要影响,和对我国跨境电商企业营销宣传推广的重要影响及对电商信用评价和用户应对的挑战。未来,大数据将更多地被应用于我国跨境电商企业目标产品市场数据分析、消费者购买偏好行为预测、产品品牌选择、营销宣传推广和电商物流等。因此,跨境电商企业可以充分利用这些大数据技术来有效推动其未来的商业发展。

参考文献:

- [1]程文丽,黄琦敏.基于大数据技术对跨境电子商务运营模式的探究[J].赤峰学院学报:自然版,2017,33(11):174-176.
- [2]王霄宁,李安渝,王轶.物流大数据与跨境电子商务协同发展研究[J].商场现代化,2015(z1):40-41.
- [3]王碧宏.大数据时代下跨境电商发展的影响因素研究[J].佳木斯职业学院学报,2014(12):188-189.
- [4]穆蓉蓉.大数据时代下跨境电商发展的影响因素思考[J].商场现代化,2015(13):64.
- [5]姜肇财,孙宁,宋黎,等.基于电商评价信息的消费品缺陷线索分析研究[J].标准科学,2019(11):140-144.
- [6]江义火,袁晓建.大数据促进电子商务发展探究[J].电子商务,2019(12):8-11.
- [7]黄亦薇.大数据技术在跨境电商产业链中的应用研究[J].对外经贸,2019(7):75-77.