香港經驗分享：電子商務先驅

每個討論eBay業務的香港論壇上，都不乏關於前輩們如何通過分銷大陸貨源淘到第一桶金的傳說。2007年，剛從大學畢業的社會新鮮人Jason也走上了前輩們的道路，為一家從事外貿的香港企業在廣東等地尋找合適的貨源。

2011年，對「跨境零售出口」有了獨特理解的Jason辭職開了自己的eBay店鋪，希望能走出一條和「老一輩」外貿商家不同的路。

差異化競爭：「品牌」與設計

Jason的eBay店鋪主營手錶、背包等戶外用品。這一產品類別的消費者追求酷炫的造型，重視產品的設計款式更甚於品質。在詳細分析用戶需求後，Jason和專業的設計公司合作，在eBay上推出了自己的時尚品牌Infantry Flagship。

「我剛剛開始在eBay開店的時候也沒有很明晰的品牌意識，更多的是專注在如何能找到更好的供應商，如何提高品質及降低價格。」Jason現在仍然相信「產品才是核心競爭力」，

> 只不過他對於「好產品」的定義隨著eBay業務的發展有了新的認識——時尚類產品的本質是一種裝飾。

如果不能及時設計出緊隨甚至引領潮流的產品，消費者是不會為了一塊時間準確但款式老土的手錶付錢的。

用戶體驗至上：妙用海外倉

在eBay大中華區的賣家中，香港賣家是最早具有「海外建倉、本地發貨」概念的群體。Jason在認真研習後發現，能夠及時收貨的賣家往往具有較好的用戶體驗。因此，在自己的店鋪初具規模時，Jason就開始籌劃建立海外倉，並首先在英國和美國網站試行。

「建立海外倉是賣家實力的象徵，意味著你有能力為消費者提供更好的服務。即使在網上消費，買家也希望能享受到和零售商店一樣的服務，比如送件快及退換貨方便。而所有的這些都只能建立在擁有海外倉的基礎上。」

面對開發海外倉帶來的運營成本上升，Jason反而將之視為一個從eBay平台上眾多賣家中脫穎而出的機會：「我不想和競爭對手打價格戰，依靠低價吸引來的消費者並不會忠於你的品牌。對於真正想把業務做大的優質賣家而言，我們的核心競爭力只能依靠產品和服務。」

成本與信譽：eBay為賣家做了什麼?

香港是一個人力成本相對較高的城市，金融、貿易及物流、專業服務和旅遊成為了當地的四大支柱產業。在這樣的背景下，電子商務無疑為公司節約了大量人力成本，也使Jason得以在店鋪建立之初依靠僅有的5名員工開展業務。

針對跨境零售出口從業者主要以中小企業和個人為主體的特點，eBay推出了極具針對性的培訓計劃。Jason現在已經擁有了一個**17**人的團隊，當中大部份員工都是在eBay客戶經理的協助下完成入職培訓的。

eBay客戶經理給Jason的另外一個重要啟發是令他認識到流動終端客戶的購買潛力。現在，Jason的產品銷售中已經有**20-30%**來自流動終端客戶。

> 隨著eBay流動終端APP的出現，大量消費者可以實現隨時隨地「貨比三家」。Jason相信，流動電子商務平台將會是未來外貿電子商務發展的大趨勢，下一個商機就在眼前。