

優質國貨推動反向海淘

顯示屏跨境電商自創品牌銷多國 曾一天賣出逾千單

「老闆，你家商品被韓國的IT一哥親自推薦了！」這天早上，廣東顯示器品牌Zeuslap老闆Mary收到韓國代理的電話，對方還發來了鏈接，點開一看，是一條在YouTube上播放量達60萬+的開箱視頻，封面是自家的顯示器，標題也非常吸引人——10萬（韓元）出頭的輔助式顯示器，在AliExpress（全球速賣通，阿里巴巴旗下的跨境出口B2C平台）上剛打折就賣爆！評論區裏，被種草的韓國粉絲們紛紛發出了「求購買鏈接」的呼籲。在韓國，當地海關正在經歷史上最長的一次「爆倉」。近日，韓國海關總署表示，由於來自中國電商平台的包裹激增，目前平澤海關清關擁堵，有消費者的



◆AliExpress上的Zeuslap正在做618大促活動。 網頁截圖

「最近我們每天有好幾百個訂單，都是來自韓國的！」這位88年出生的潮汕姑娘，自稱「骨子裏留着跨境電商的血液」，就連她的第一個孩子，都很巧地出生於六月十八日（中國電商平台的年中大促日）。「我大學讀的是商務英語，畢業後順理成章做了外貿員，不過只給別人打了一年工，就自己出來闖啦。」2013年，Mary在香港註冊了名為「宙斯電子」的公司，舉家遷至深圳，開啟了「什麼火賣什麼」的外貿生涯。

開售一周獲逾百韓國訂單

轉眼到了2015年，Mary的外貿生意做得越來越紅火，她代理的筆記本電腦，在AliExpress的俄羅斯站上拿下了筆記本電腦類目第一名的銷售業績，也因此積攢下一筆小小的財富。「那一年，華碩出了一款便攜式的顯示屏，手機、遊戲機等電子設備可以一鍵投屏，相當於隨時帶了一台電腦，無論是辦公還是打遊戲都十分方便。」Mary回憶道，彼時市面上沒有同類競品，而華碩的顯示屏價格高昂，這讓她看到了商機。

「幹了那麼多年代理，也到了自創品牌的時候了。」2015年年底，Mary找到了相熟的顯示屏廠家，自掏腰包開模做了第一代的Zeuslap——一款15.6寸的顯示屏，售價179美金。開售沒多久，一位韓國本地的買家將Zeuslap的使用感受分享到了社交平台，一天之內得到了數十次的轉發。「後面的一周裏，我們收到了一百多個來自韓國的訂單。當時我還在想，別是被同行給惡搞了吧……」忐忑不安地發貨後，Mary才確認了這個事實——她的顯示屏在韓國出圈了！

銷售額每年雙位數增長

藍海找到了！Mary立馬啟動第二代Zeuslap的研發，並於2020年3月28日也就是AliExpress的周年大促日，推出了帶有觸摸功能的顯示屏。「平台在大促日給了很多優惠，算下來一台在130美金左右，當天就賣出了一千多單。」此後，Zeuslap霸佔了AliExpress電腦外設品類排行榜的銷冠，不僅熱銷韓國，在俄羅斯、巴西、法國等地也有不俗的業績。「2023年，算上線下的代理商，全球賣了幾十萬台吧，而且銷售額每年都是雙位數在增長。」

「我有看到韓國海關爆倉的新聞，但目前Zeuslap的收貨還未受到影響，可能那些商品發的是直郵，所以會慢一點。」Mary坦言，在電商平台做

外貿十多年來，她可以說是看着中國的跨境物流成長起來的。「以前我們發法國的貨，十天半月都到不了，現在壓縮到五天左右。更重要的是，物流費用也越來越便宜了——以我們的顯示屏為例，一台差不多是兩公斤，之前發韓國是40多元（人民幣，下同），2022年降到30多元，現在通過優選倉發貨，只要20多元，省了一半的價格。」

產品被推上韓國地鐵海報

「這幾年，你能明顯感受到中國電商平台在海外市場發力，不僅大促時的玩法和優惠越來越多，街頭的廣告也鋪得越來越大。」今年3月，韓國知名演員馬東石官宣成為AliExpress的首位代言人，印着他頭像的海報鋪滿了韓國地鐵站的角色角落，而Zeuslap作為AliExpress上的優質產品，也被推薦上了地鐵海報。「說出來不怕你笑話，我還從來沒去過韓國呢。」Mary笑着說，618大促後，她打算帶家人一起去韓國旅遊，「希望趕得及跟海報合影」。

如今，開始火起來的「反向海淘」，讓不少人像Mary一樣投身跨境電商。根據國際知名市場調研公司尼爾森發布《2023年中國跨境電商平台出海白皮書》顯示：越來越多中國電商有能力參與全球競爭，甚至在海外挑戰亞馬遜等全球電商巨頭的地位。其中最具代表性的AliExpress、SHEIN、Tiktok Shop與Temu被媒體稱為「出海四小龍」，越來越多的海外消費者在中國的電商平台購買「中國貨」即「反向海淘」。

在上海財經大學電子商務研究所執行所長崔麗麗看來，「反向海淘」比較典型的區域主要具備兩方面特徵：一是位置與中國比較接近、且文化相親，如周邊國家和東南亞國家；另一個是對價廉物美的美的中國輕工業產品有集中訴求的，且本國產業鏈不完整或人工成本較高，如歐洲國家、「一帶一路」沿線國家等。除了商品物美價廉，供應鏈體系提升帶來的跨境電商購買體驗升級也是促成中國商品在海外熱銷的原因。

物流出現了長達一個月的延遲。

在今年的618購物節，中國跨境電商平台的銷售熱潮一直在持續。「最近我們每天有好幾百個訂單，都是來自韓國的！」和不少中國跨境電商一樣，Mary和團隊在開拓海外市場的過程中不斷「自我養成」，從代理品牌到自創品牌，與海外市場一起成長。

◆香港文匯報記者 俞晝 杭州報道



◆Zeuslap的工人們正在打包產品，準備發往位於威海的AliExpress優選倉。 受訪者供圖

24小時不打烊 網店脫穎而出

2013年辭工後，Mary在香港註冊了名為「宙斯電子」的公司，開始做外貿生意。別看公司名字挺洋氣，其實所有員工加起來就兩人——Mary和她的先生。「那時候我倆都沒錢，每天在淘寶、京東按銷售量排名看電子產品，再去華強北一間問比價，找到最便宜的供應商。」彼時，阿里巴巴旗下面向國際市場打造的跨境電商平台AliExpress（全球速賣通）成立不久，被廣大賣家稱為「國際版淘寶」。當時，在上面做電子產品外貿生意的賣家並不多，而且大部分商品介紹都是國內電商平台的複製黏貼。「滿滿一屏幕的漢字，國外買家哪裏看得懂哦。」於是，

Mary發揮了她的大學專長，將所有的中文介紹都翻譯成英文，還配上了漂亮的細節圖。

「國外買家一下單，我們就去華強北拿貨，帶回家裏打包、發貨。」Mary坦言，作為白手起家的外貿人，她最開始賺的就是由「信息差」帶來的辛苦錢。為了在賣家中脫穎而出，Mary把在AliExpress的店鋪打造成「24小時不打烊」的外貿小店。

「我老公管白天，我管晚上，無論什麼時候有買家諮詢，我們都能在第一時間回覆。」做了幾年夜間客服，讓Mary的睡眠變得特別淺，「手機一響立馬能醒，就跟本能一樣」。



◆韓國演員馬東石官宣成為AliExpress的首位代言人。 受訪者供圖



◆AliExpress首次在韓國召開線下發布會。 受訪者供圖



◆Zeuslap登上了韓國地鐵海報。 受訪者供圖

特稿

韓國房東的「小秘訣」

送走上一位租客後，在韓國首爾驚濤津津了15年的房東金智英，決定升級出租公寓的室內傢具，方便招攬下一位租客。作為一位精明的本地房東，在競爭激烈的驚濤津公寓租賃市場中，她有着自己的小秘訣：在小廣告上宣傳公寓裏嶄新的床上用品——租客一換，確保乾淨衛生。「同行都以為我要花大價錢來改造，其實在中國的電商平台上，最低只要4萬韓圓（200多元人民幣）就可以買到物美價廉的中國床墊，但租金卻可以因此上浮10%。」

金智英購買的床墊出自劉政的店舖。「我是AliExpress上較早開拓韓國市場的傢具商家之一，主要做床墊和床上用品。」在劉政看來，韓國年輕人對睡眠條件比較重視，但受經濟影響不願為此花很多錢，兩者之間就

需要找一個平衡。「我們的貨都是從江蘇南通紡織產業帶拿的，性價比極高。以店裏最熱銷的簡約床墊為例，我們的售價在6萬韓圓（300多元人民幣）左右，還包郵，直接給你送進小型公寓裏，年輕人買的特別多。」

中國玩法「震懾」海外買家

面對全球經濟下行的壓力，越來越多的「金智英」們正在中國的電商平台上尋找物美價廉的商品。2022年開始，中國電商平台出海進程開啓加速度。有拼多多作為後盾的電商平台Temu，在海外展露了高舉高打的「土豪」氣息。社交博主Eileen為Temu打出了五星的滿分好評，她回憶道，Temu在美國上線早期曾推出過「退款不退貨」政策，她用1美元買了一包彩色頭繩，結果賣家發來了

黑色的頭繩，投訴後平台直接給她退了款，且不需要退貨。「這如果是在美國的電商平台，你至少得把東西寄回去，但Temu完全不用，甚至都不需要證明賣家發的貨是錯的，點擊退款立馬到賬。」

「我們在韓國也提供了7天無理由退貨服務。」Mary表示，AliExpress與韓國保險公司進行合作，一旦海外消費者對某款商品不滿意，可以選擇退款，貨也不需要寄回中國，交由保險公司處理就可以了。「中國電商平台的玩法和服務是海外電商平台無法企及的。AliExpress最初在大促時推出的滿減、湊單規則，直接把海外買家給震懾了。不過，現在買家們也被教育起來了，一遇到大促還會彼此分享「怎樣疊加紅包最實惠」的經驗呢。」

物流包裹激增爆倉 通關提效亟待解決

「『反向海淘』在某種程度上是對中國製造供應鏈能力的一種肯定，同時對於中國製造供應鏈觸達全球的過程中所涉及的諸如物流通關、質量標準、柔性性和韌性等方面，提出了新的要求。」

應掌握市場所在國規定調整供應鏈

針對此次的韓國海關爆倉問題，上海財經大學電子商務研究所執行所長崔麗麗認為，如何提高清關效率和減少物流延時已經成為了每一家中國跨境電商平台亟待解決的問題。

2022年10月，中國國務院辦公廳

印發《第十次全國深化「放管服」改革電視電話會議重點任務分工方案》，明確提出要在年底前再增設一批跨境電子商務綜合試驗區，加快出台更多支持海外倉發展的政策措施。更早前召開的國務院常務會議也提出，要推動外貿新業態更大發展，更大力度支持海外倉建設。

「面對機遇，中國企業應該首先借助跨境電商平台更快地鎖定了海外目標市場和需求，掌握市場所在國的相關管理規定、質量標準等，迅速調整供應鏈，讓產品更契合當地市場需要。」崔麗麗表示。