

Shopee 本地化策略， 成功推动电子商贸

Shopee 预视亚洲电子商贸增长一日千里，早着先机针对东南亚以及台湾采取独特的市场策略。



“香港完善的物流基础设施建设为我们的营运与供应链提供了很好的支援，有助我们提供更优质的跨境电商服务。”

Shopee
跨境业务总经理
刘江宏

随著互联网及各种科技的应用层面日趋广泛，电子商贸正极速增长。Shopee 既为东南亚领先的电子商贸平台，自 2015 年成立以来发展日益蓬勃，并计划以香港及中国内地市场为发展重心之一，致力在香港邀请有潜力的商家，让他们的产品外销到东南亚市场，打开更多的销售渠道。

Shopee 是一个东南亚网上购物平台，卖家可以在这个平台开设网上商店，并陈列自己的产品，为他们在新兴市场上获得生意机会。Shopee 为企业提供一站式方案，包括市场推广、物流以及本地和跨境交易付款服务。有著这些完善的配套，香港的卖家过往在做跨境贸易所衍生的问题也能迎刃而解。随著顾客对设于香港品牌和商品的需求大增，Shopee 自 2018 年起在香港招募卖家，当中包括国际大品牌或耳熟能详的产品，进驻了 Shopee 后结果广受当地买家欢迎，为日后香港商家进一步发展东南亚市场时，注下了一支强心针。

亚洲中枢 物流基建完善

Shopee 跨境业务总经理刘江宏认为，香港是亚洲的电子商贸中心，为 Shopee 的业务发展带来了不少有利条件。Shopee 在香港开设办公室，为卖家提供东南亚的市场分析以及发展

意见外，将来也会多举办卖家工作坊分享营运策略。

除此之外，Shopee 也在香港设立自建物流 (Shopee Logistic Services, SLS)，提供一站式的物流服务，把货件由香港中转仓直接运到顾客手上。他说：“物流是电子商贸中不可或缺的一环。香港完善的物流基础设施建设能支援我们的营运与供应链，有助我们提供更优质的跨境电商服务，其优越的地理位置，能让我们在短时间内直达东南亚以及台湾市场，令我们的配送服务更具优势。此外，香港的互联网普及率极高，更可选择多种支付方式。”

他补充道：“而且东南亚及台湾与香港的地理位置相近，在接近同一个时区下营运生意，此等皆有利于促进 Shopee 的业务发展。”

本地化为业务成功的关键

刘江宏认为，本地化是 Shopee 得以成功的关键。Shopee 在不同站点建立本地团队，为卖方伙伴提供服务，还会为不同市场开发专属的手机应用程序。他解释：“每个市场之间各有文化特色及消费喜好，我们的本地团队就能制定不同层次的地区策略，例如在不同地区推出有当地色彩的产品、服务平台及市场

推广活动，例如聘请当地的网红 KOL 作为 Shopee 的代言人，或者举行当地节日促销，如斋戒月大促活动。”至于香港的发展计划上，Shopee 为了进一步拓展业务来招募更多香港卖家，有意将香港的团队人数增加一倍。

刘江宏感谢投资推广署一直以来对 Shopee 业务发展的协助，他表示：“投资推广署是我们的得力合作伙伴，为我们带来建立人脉网络的机遇，而且更为我们提供公关支援。他们不但介绍了许多政府部门及资助计划给我们，而且将与我们协办网上研讨会及其他推广电子商贸活动，积极推动电子商贸发展。我们双方合作得非常顺利，彼此都期待更多合作机会。”

Shopee

- Shopee 是东南亚与台湾领航电商平台
- 业务覆盖新加坡、马来西亚、菲律宾、台湾、印度尼西亚、泰国和越南
- 在深圳、上海和香港地区设立跨境业务办公室

 shopee.com.hk