

# Shopee 本地化策略， 成功推動電子商貿

Shopee 預視亞洲電子商貿增長一日千里，早着先機針對東南亞以及台灣採取獨特的市場策略。



“ 香港完善的物流基礎建設為我們的營運與供應鏈提供了很好的支援，有助我們提供更優質的跨境電商服務。 ”

**Shopee**  
跨境業務總經理  
劉江宏

隨著互聯網及各種科技的應用層面日趨廣泛，電子商貿正極速增長。Shopee 既為東南亞領先的電子商貿平台，自 2015 年成立以來發展日益蓬勃，並計劃以香港及中國內地市場為發展重心之一，致力在香港邀請有潛力的商家，讓他們的產品外銷到東南亞市場，打開更多的銷售渠道。

Shopee 是一個東南亞網上購物平台，賣家可以在這個平台開設網上商店，並陳列自己的產品，為他們在新興市場上獲得生意機會。Shopee 為企業提供一站式方案，包括市場推廣、物流以及本地和跨境交易付款服務。有著這些完善的配套，香港的賣家過往在做跨境貿易所衍生的問題也能迎刃而解。隨著顧客對設於香港品牌和商品的需求大增，Shopee 自 2018 年起在香港招募賣家，當中包括國際大品牌或耳熟能詳的產品，進駐了 Shopee 後結果廣受當地買家歡迎，為日後香港商家進一步發展東南亞市場時，注下了一支強心針。

## 亞洲中樞 物流基建完善

Shopee 跨境業務總經理劉江宏認為，香港是亞洲的電子商貿中心，為 Shopee 的業務發展帶來了不少有利條件。Shopee 在香港開設辦公室，為賣家提供東南亞的市場分析以及發展

意見外，將來也會多舉辦賣家工作坊分享營運策略。

除此之外，Shopee 也在香港設立自建物流 (Shopee Logistic Services, SLS)，提供一站式的物流服務，把貨件由香港中轉倉直接運到顧客手上。他說：「物流是電子商貿中不可或缺的一環。香港完善的物流基礎建設能支援我們的營運與供應鏈，有助我們提供更優質的跨境電商服務，其優越的地理位置，讓我們在短時間內直達東南亞以及台灣市場，令我們的配送服務更具優勢。此外，香港的互聯網普及率極高，更可選擇多種支付方式。」

他補充道：「而且東南亞及台灣與香港的地理位置相近，在接近同一個時區下營運生意，此等皆有利於促進 Shopee 的業務發展。」

## 本地化為業務成功的關鍵

劉江宏認為，本地化是 Shopee 得以成功的關鍵。Shopee 在不同站點建立本地團隊，為賣方夥伴提供服務，還會為不同市場開發專屬的手機應用程式。他解釋：「每個市場之間各有文化特色及消費喜好，我們的本地團隊就能制定不同層次的地區策略，例如在不同地區推出有當地色彩的產品、服務平台及市場

推廣活動，例如聘請當地的網紅 KOL 作為 Shopee 的代言人，或者舉行當地節日促銷，如齋戒月大促活動。」至於香港的發展計劃上，Shopee 為了進一步拓展業務來招募更多香港賣家，有意將香港的團隊人數增加一倍。

劉江宏感謝投資推廣署一直以來對 Shopee 業務發展的協助，他表示：「投資推廣署是我們的得力合作夥伴，為我們帶來建立人脈網絡的機遇，而且更為我們提供公關支援。他們不但介紹了許多政府部門及資助計劃給我們，而且將與我們協辦網上研討會及其他推廣電子商貿活動，積極推動電子商貿發展。我們雙方合作得非常順利，彼此都期待更多合作機會。」

## Shopee

- Shopee 是東南亞與台灣領航電商平台
- 業務覆蓋新加坡、馬來西亞、菲律賓、台灣、印度尼西亞、泰國和越南
- 在深圳、上海和香港地區設立跨境業務辦公室

 [shopee.com.hk](https://shopee.com.hk)