

项目一任务二 教案

一、教学目标：

知识目标

了解跨境电商模式及现有的跨境电商平台。

能力目标

掌握常见的跨境电商平台及所属的类别。

素质目标

- 1.养成积极主动学习意识；
- 2.养成根据事物的不同特点归类总结的能力；

思政目标：

1. 培养爱国、敬业的社会主义核心价值观；
- 2.培养学生正确的职业观；培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格

二、教学内容

- 跨境电商的平台有哪些以及如何分类
- 跨境电商的发展趋势
- 跨境电商的人才需求

教学重点： 了解跨境电商的平台

教学难点： 跨境电商的分类标准及类别划分

情境导入

举例身边常见的跨境电商的平台

1、跨境电商的平台



2、本学期所要学习的主要平台



A、速卖通：适合跨境新人，尤其是产品特点符合新兴市场的卖家，产品有供应链优势、价格优势明显的卖家

B、亚马逊:需要有很好的外贸基础和资源,卖家最好有一定的资金实力,并且有长期投入的心态

C、eBay: 有产品的地区优势,比如产品目标市场在欧洲和美国。eBay操作比较简单,投入不大,适合有一定外贸资源的人做

D、Wish: 基于移动端 App 的跨境平台, 97%的订单量来自移动端,主要靠价廉物美吸引客户,在美国市场有非常高的人气,核心品类包括服装、珠宝、手机、礼品等,大部分都是从中国发货。Wish 的主要吸引力是价格特别便宜,产品品质往往还是比较好的

3、常见的分类标准及类别

3.1 按进出口方向分类常见的跨境电商平台



3.2 按商业模式分类常见的跨境电商平台



3.3 按平台运营分类常见的跨境电商平台



4、跨境电商的趋势

我国跨境电商行业发展的六大趋势	
跨境出口B2B品牌化之路将开启	当前绝大部分跨境B2B企业都存在企业品牌建设不足的问题，仍然扮演的是国际品牌代工厂的角色。但2019年将开启中国跨境B2B品牌建设之路，越来越多的B2B平台及平台上的企业将开始注重品牌化建设，通过品牌溢价来提升公司产品及整体的价值。
跨境电商企业自建独立站趋势明显	从2018年开始，Shopify掀起了一波独立站的趋势，出口跨境电商领域就出现了跨境电商企业纷纷开始自建独立站，通过独立站的方式把产品及服务卖给消费者。业内专家表示，跨境电商企业热衷于自建独立站的主要原因有两方面：一是平台因涌入大量卖家导致竞争激烈，卖家急需寻找新的增长渠道；二是营销自动化升级造成的结果。
品牌化步伐加快中国产品向全球品牌迈进	近年来，品牌商出海正成为出口电商的一道风景线，各大传统外贸企业加快品牌化建设的步伐。加之各大跨境电商平台也倾力打造及孵化更多的出海品牌企业，企业通过互联网打造品牌化的道路迎来发展黄金期。

重获资本关注	在经历了几个季度资本市场的冷遇后，跨境电商领域在今年二季度重获资本市场的关注，得到了较多的融资，有多个跨境电商平台成功获投。其中，KK馆获得经纬中国等机构7000万投资，别样获得高瓴资本等机构2000万美元的投资等。
开始向线下拓展	<p>今年以来，进口跨境电商企业纷纷开始布局线下业务。网易考拉首家线下实体店“海淘爆品店”杭州开业，并接连在宁波、郑州等地落户，抢占新零售、新消费风口下新商机，同时天猫国际线下店也在杭州营业。</p> <p>与网易考拉、天猫国际走开线下实体店不同，丝路购则另辟蹊径，选择与新华百货进行战略合作，布局线下百货连锁超市，抢占线下新零售的前沿阵地。</p>
逐步向三、五线城市下沉	<p>进口跨境电商的用户目前大部分集中在一、二线城市，在农村消费升级和新零售的大背景下，电商平台未来将逐步下沉到三、五线城市。</p> <p>未来随着消费者购买力的增强，物流仓储等配套设施的完善，行业将在以提升客户消费体验等软实力为核心的基础上，进一步提高产品实时性和价格优势，助力跨境电商平台行业整体效益进一步提升。</p>

5、跨境电商人才需求

跨境电商涉及国际贸易和电子商务两大领域，既需要推广运营、跨境物流、美工摄影等专业型人才，又需要拥有平台运营技能，对大数据、用户体验、金融服务熟知的综合型人才。

6、总结及作业

根据不同的分类标准，说出常见的跨境电商平台分属类别。