



丰趣海淘

www.fengqu.com

顺丰旗下跨境电商

新政下台灣廠商 進入中國挑戰

主講人

國際業務拓展副總

馬丁



正 正品保障

免 含税包邮

快 顶尖物流

丰趣海淘 – 顺丰旗下的跨境电商

上海牵趣网络科技有限公司 (丰趣海淘)

- 由顺丰速运集团跨境电商部门发展为其控股子公司，专注跨境电商业务。
- 自2015年成立以來，丰趣通路已上架超過18,000個產品，日平均訂單超過15,000筆。

顺丰		丰趣海淘(顺丰旗下公司)
	 顺丰海淘 SFHT.COM	 丰趣海淘 www.fengqu.com 顺丰旗下跨境电商

- ✓ 1993 ~
1993年顺丰速运成立，從事快遞，貨物倉儲及管道服務...
- ✓ 2009 ~
顺丰拓展航空路線

- ✓ 2015年一月 ~
顺丰海淘正式上線

- ✓ 2015年8月 ~
成立牵趣(顺丰速運子公司)

- ✓ 2015年10月15日
顺丰海淘正式更名為丰趣海淘

台灣淵源- 2015/05 原汁原味計劃

- 跨境電商首次大規模發展台灣，挖掘台灣商家、商品，協助銷售大陸
- 線上、線下O2O模式，結合10家以上名店，到店體驗 線上購買 直送回家
- 101 舉行記者會，吸引數十家媒體
- 累計上架約1000個台灣商品，約30家台灣廠商。



台灣淵源- 台灣人團隊

- 丰趣團隊是擁有最多台灣人的跨境電商。
- 以下相關職位都是台灣人：
 - 營運長 COO—崔婉倩
 - 總裁辦公室特助—連珮筑
 - 直郵業務負責人—廖展毅
 - 台灣地區業務負責人—劉興翊
 - 直郵運營負責人--江定洋

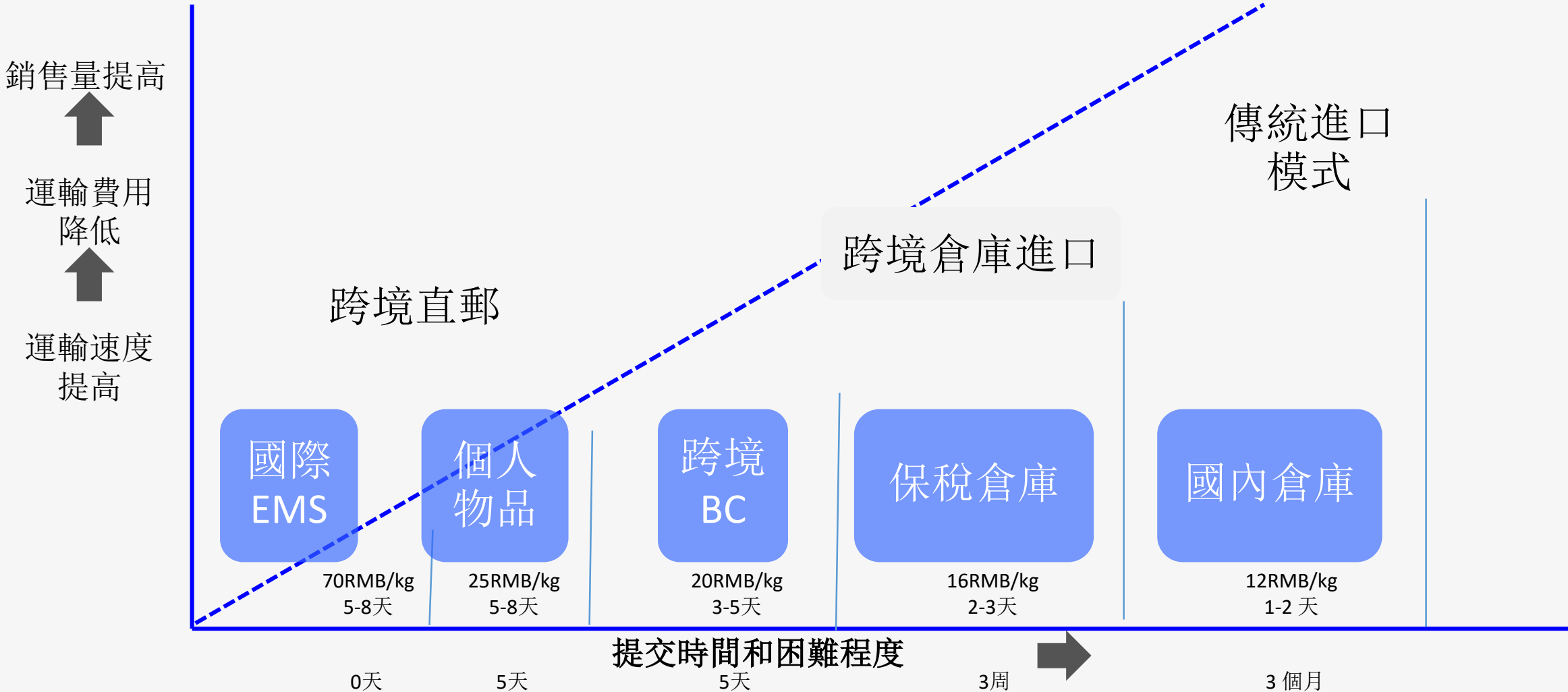
全球所有國家面臨中國市場的兩大問題：



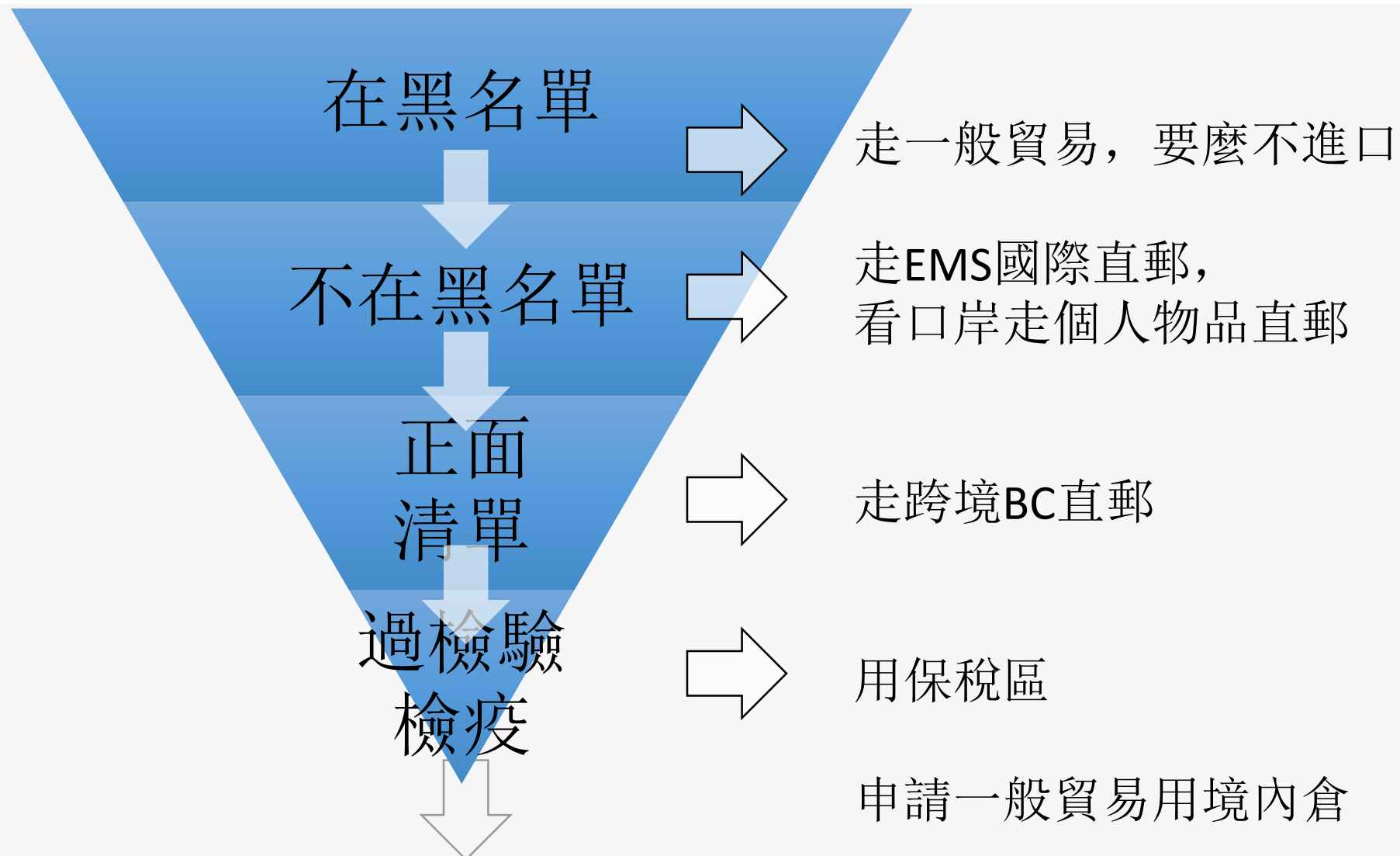
進

- 成本
- 進口限制
- 管理風險

物流成本



清關限制



庫存管理風險

- 商品的消化率 / 速度
- 保質期，還是SKU的流行時期
- 商品管理複雜性（SKU數量，尺碼，等）
- 特別倉儲需求（安全、溫度...等）

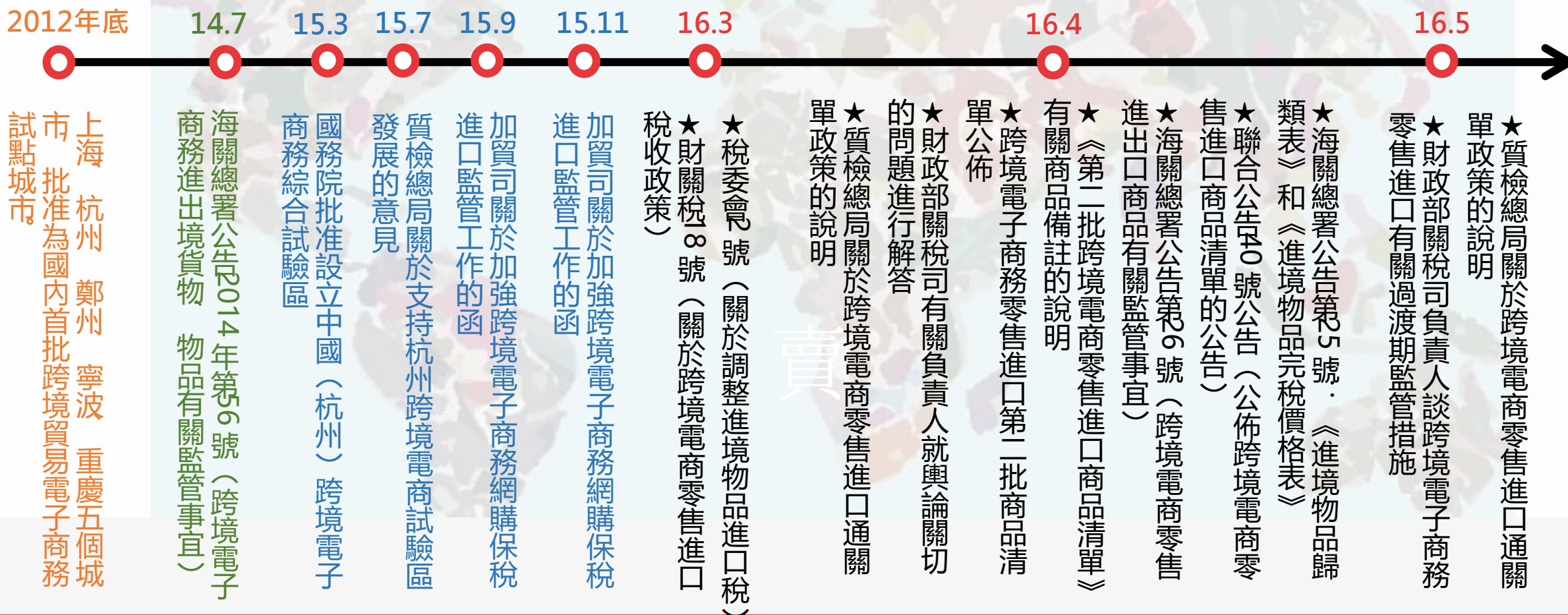
清關模式，物流路線



- 1 跨境BC
- 2 個人物品
- 3 國際EMS
- 4 保稅倉
- 5 境內倉

“新政” 對清關限制的影響

中國跨境的限制是通過許多大和小的關務調整和改革，不斷地變動的狀態

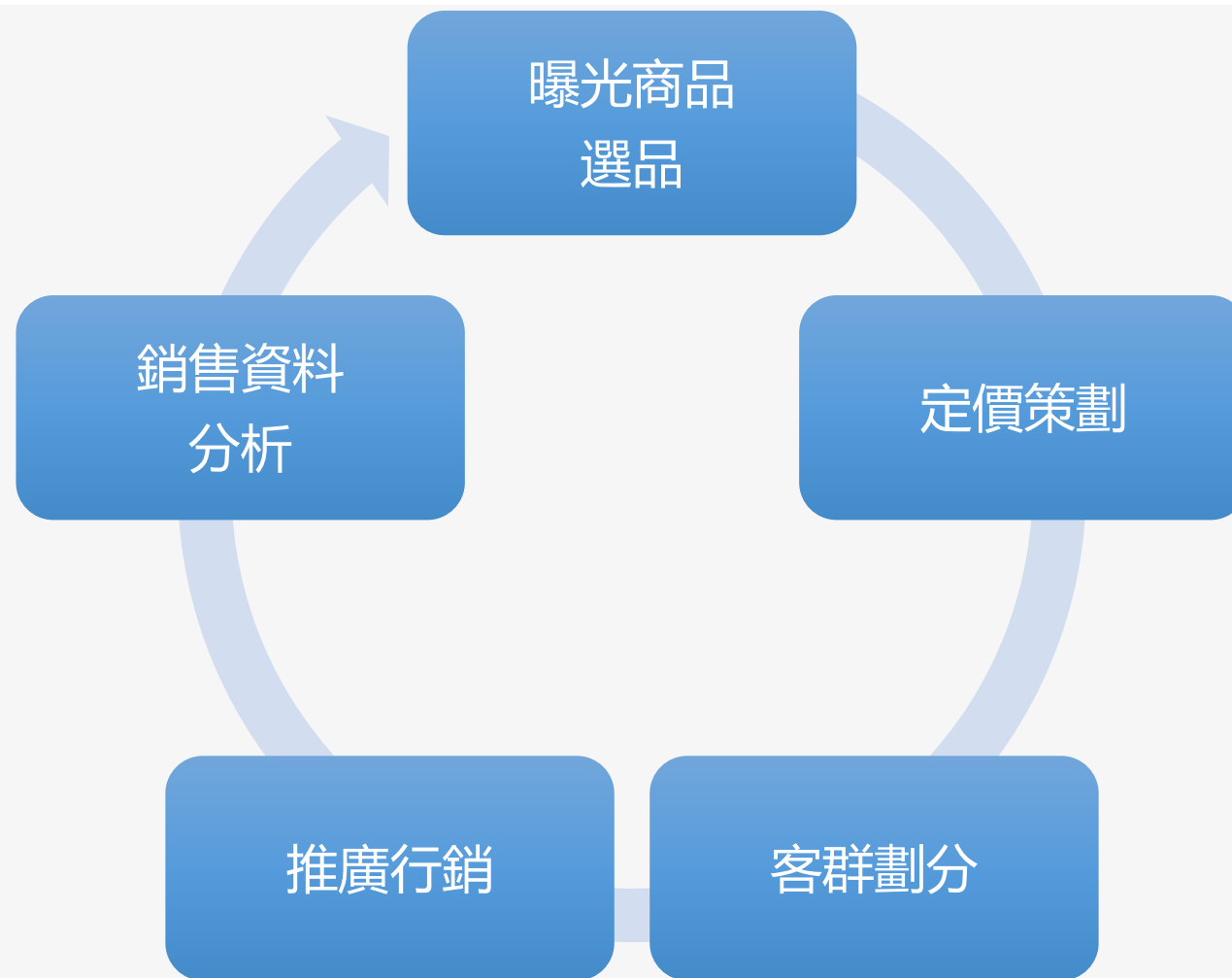


“新政” 對清關限制的影響

中國跨境的限制是通過許多大和小的關務調整和改革，不斷地變動的狀態

時間	內容
2012年底	國家發改委辦公廳《關於開展國家電子商務試點工作的通知》(發改辦高技[2012]2218號)，上海、杭州、鄭州、寧波、重慶五個城市被批准作為國內首批開展跨境貿易電子商務試點城市。
2014-7-29	海關總署公告2014年第56號（關於跨境貿易電子商務進出境貨物、物品有關監管事宜的公告）
2015-3-20	國務院批准設立中國（杭州）跨境電子商務綜合試驗區
2015-7-7	質檢總局關於支持中國（杭州）跨境電子商務綜合試驗區發展的意見
2015-9-9	加貿司關於加強跨境電子商務網購保稅進口監管工作的函
2015-11-24	質檢總局關於支持杭州跨境電商試驗區發展的意見
2016-3-16	稅委會〔2016〕2號（關於調整進境物品進口稅有關問題的通知）
2016-3-24	財關稅〔2016〕18號（關於跨境電子商務零售進口稅收政策的通知）
2016-4-6	海關總署公告2016年第25號（關於《中華人民共和國進境物品歸類表》和《中華人民共和國進境物品完稅價格表》的公告）
2016-4-6	聯合公告2016年40號公告（關於公佈跨境電子商務零售進口商品清單的公告）
2016-4-7	海關總署公告2016年第26號（關於跨境電子商務零售進出口商品有關監管事宜的公告）
2016-4-13	《跨境電子商務零售進口商品清單（第二批）》有關商品備註的說明
2016-4-15	跨境電子商務零售進口第二批商品清單公佈
2016-4-15	財政部關稅司有關負責人就輿論關切的問題進行解答
2016-5-15	質檢總局關於跨境電商零售進口通關單政策的說明
2016-5-25	財政部關稅司負責人談跨境電子商務零售進口有關過渡期監管措施

賣



賣：商品選品

在大陸
被認得
商品

當地
被認可的商品

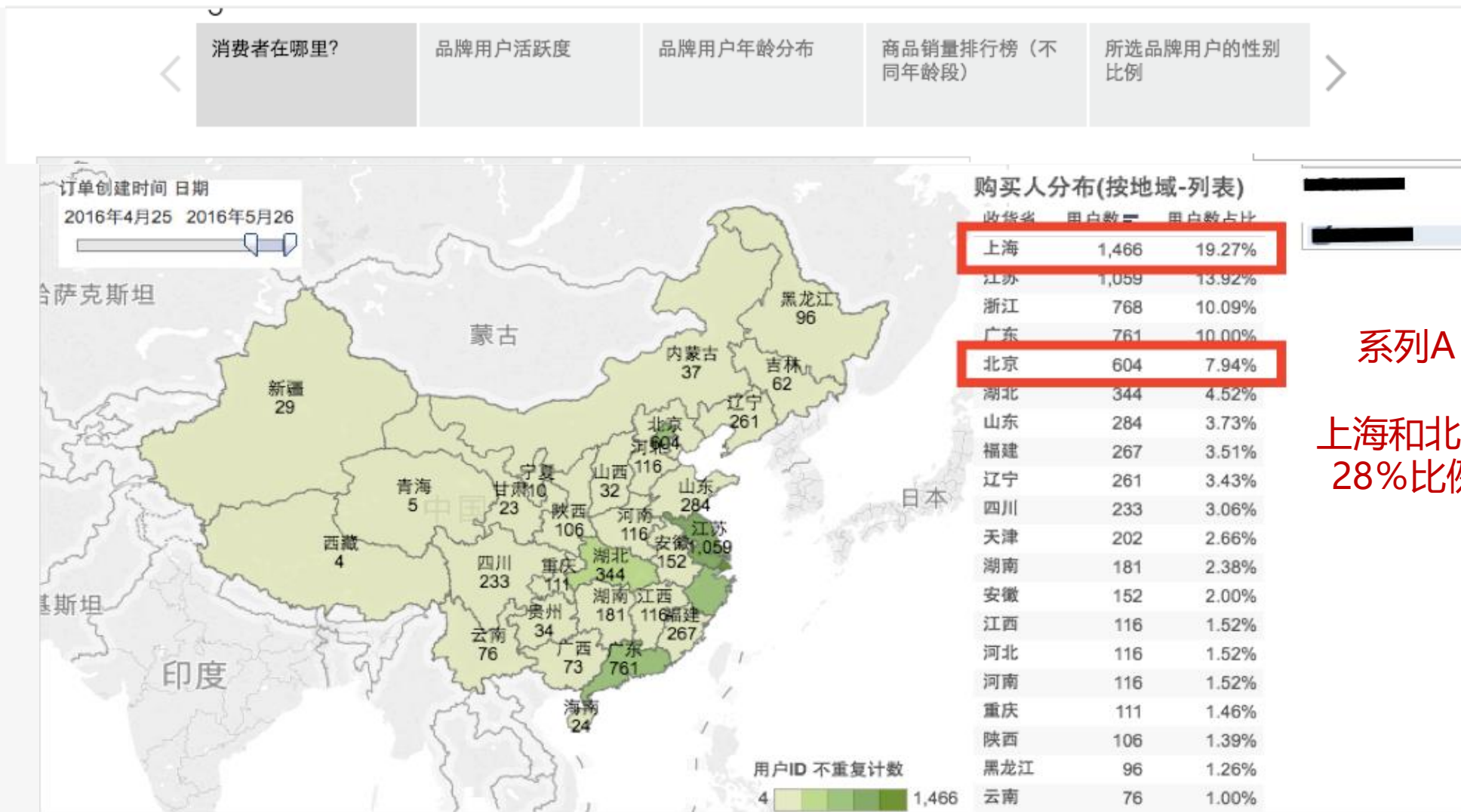
有特色
附加價值商品

- 中國國內缺乏商品類別
- 中國大陸主流消費者需求
- 中國特殊媒體，社交媒體，流行，等

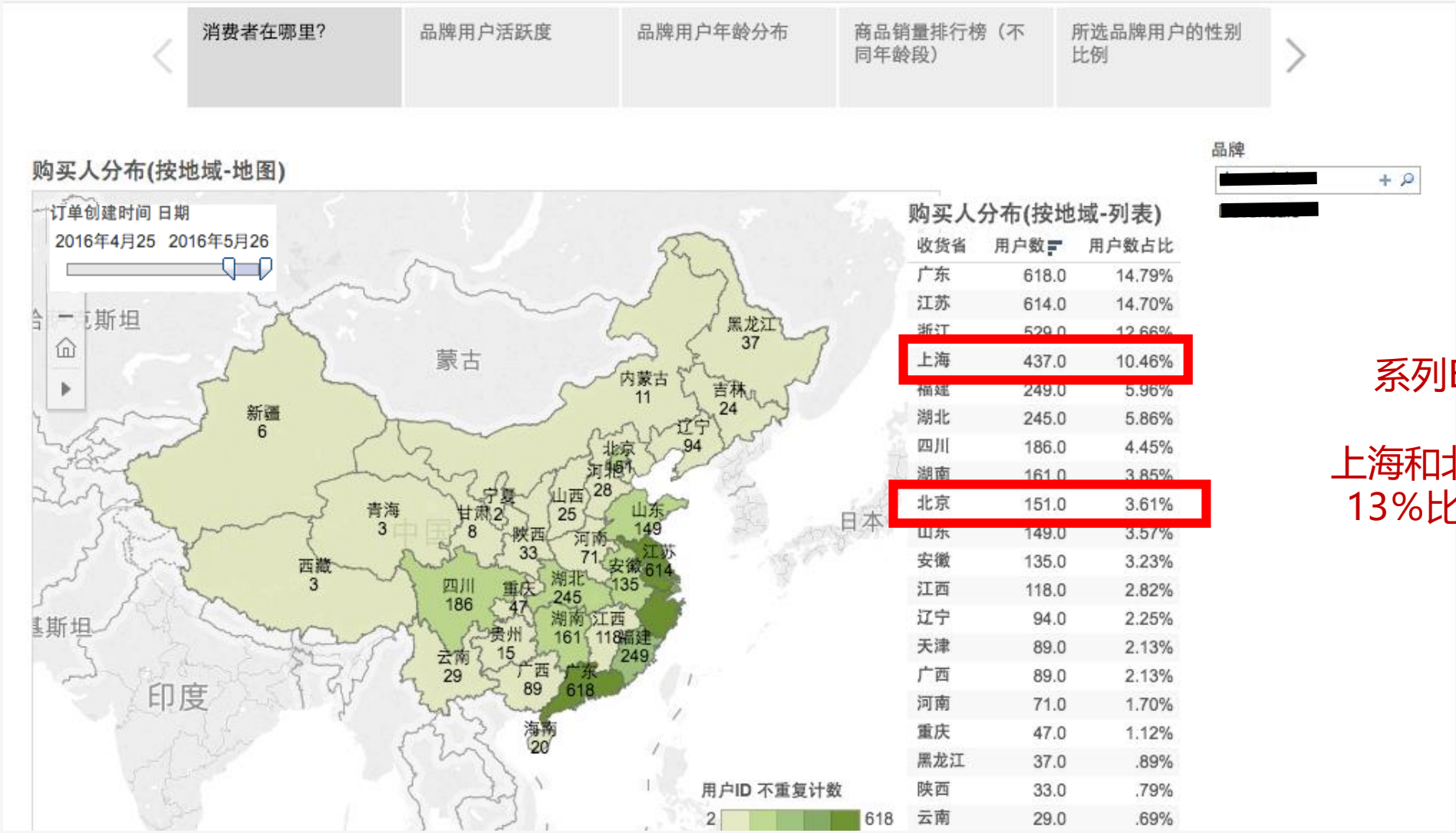
賣：定價

- 中國國內實體店類似商品的價格
- 代購價格
- 多元電商管道的價格對比
- 中國多區域的季節性變化和差別

賣：資料分析

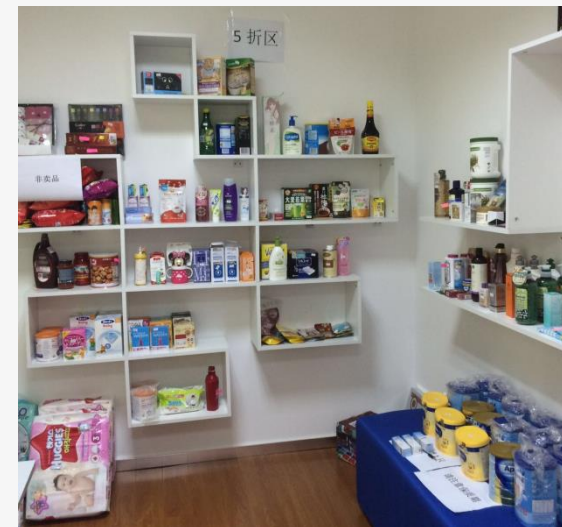


賣：資料分析



線上》線下：O2O策劃

- 已成功執行多個O2O合作專場，包括萬寧、各大百貨專區...等
- 針對不同場地屬性，推薦相應的展售及主力商品。
- 讓消費者實體接觸商品，線下推薦體驗，增加口碑及商品吸引力





THANKS