

中華民國 無店面零售商業同業公會



我的十年境外電商之路

Alex's ten years of overseas E-commerce

主講人：郭祥毅



- 
- 個人經歷介紹 PERSONAL INTRODUCTION
 - 品牌之路 BRAND INTRODUCTION
 - 中國電商市場介紹 CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION
 - 越南電商市場介紹 VIETNAM E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION
 - 2018年的目標 GOALS OF 2018
 - 團體之戰-大A越南跨境電商孵化器 GROUP BATTLE

CONTENTS

PERSONAL INTRODUCTION



01 個人經歷介紹



郭祥毅 Alex 個人經歷介紹

- 2004年** 成立網路男裝品牌NIRVANA超凡國度
開始於YAHOO拍賣銷售
- 2007年** 進軍中國淘寶
- 2008年** 創立JSMIX品牌，並於同年6月進入淘寶商城
成為首家進駐的台灣賣家
- 2009年** 入選中國淘品牌男裝賣家
- 2012年** 轉型大尺碼男裝，同年拿下大尺碼男裝類目第一名
- 2014 -2016年** 連續三年年度銷售額均達1億人民幣
- 2016年** 開始成立跨境部門，將品牌銷往東南亞
- 2017年** 與明洞國際合組國外分公司-香港祥東國際正式落地越南
- 2018年** 成立 [QueenBox](#) 越南女性平台，帶領台灣品牌進攻越南市場

BRAND INTRODUCTION



02 品牌之路

品牌之路-中國、台灣

BRAND INTRODUCTION



台灣
Taiwan



- 公司總部設於桃園南崁
- 自主經營[JSMIX官網](#)
- 線下店鋪：台北2間.中和.板橋.桃園.新竹.台中3間.彰化.台南.高雄2間，共13間實體店面



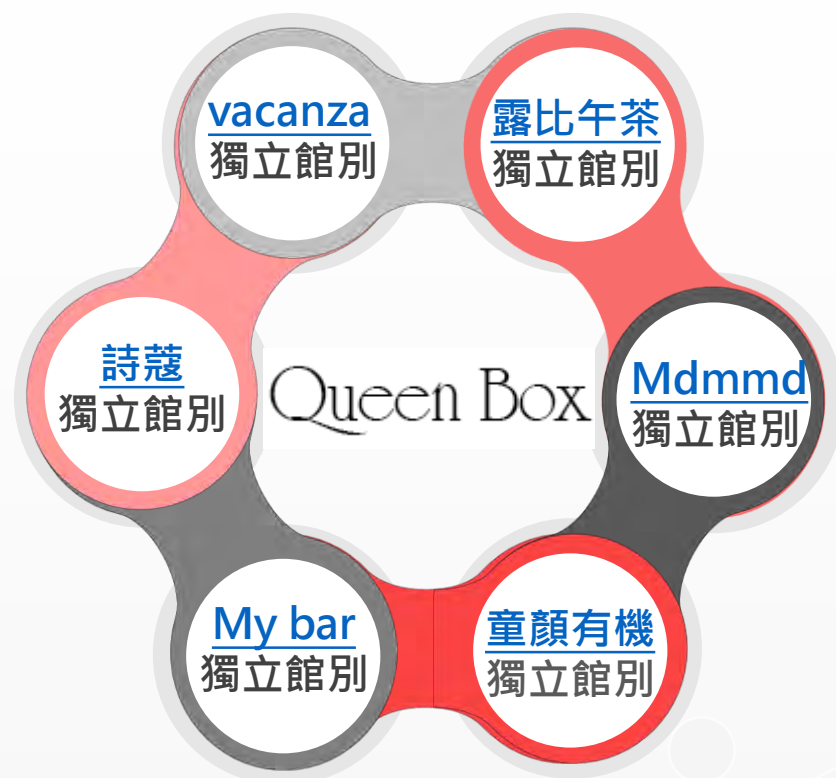
中國
China



- 中國總部設於廣州
- 營運平台：
 - A. 天貓 - [JSMIX旗艦店](#)、[Bigplus旗艦店](#)
 - B. 淘寶 - [JSMIX旗艦店](#)
 - C. 京東商城 - [JSMIX旗艦店](#)
 - D. 唯品會 - [JSMIX旗艦店](#)
- 線下店鋪：
JSMIX廣州店、JSMIX河北店、加盟4間，共6間實體店面

品牌之路-越南

BRAND INTRODUCTION



越南

Vietnam



CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION



03

中國電商市場介紹

中國電商市場介紹

CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION

中國電商以阿里體系(天貓、淘寶)為主

2017年雙11業績概況



2010-2017 淘寶天貓雙11成交額

(約新台幣7569億元)

2017年	1682億
2016年	1207.48億
2015年	912億
2014年	571億
2013年	350億
2012年	191億
2011年	52億
2010年	9.36億

中國電商市場介紹

CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION

阿里2017年雙11重要亮點

交易創紀錄

- ★ 較前一年人民幣1,207億元大幅提升為1682億元

一天做億元

- ★ 157家業者在雙11當天業績超過人民幣1億元
- ★ 17個商家成交超過人民幣5億元
- ★ 6個商家成交超過人民幣10億元

技術輔助 商業創新

- ★ 智慧門市、智能客服、AI時尚大腦、AR互動玩遊戲做促銷、以深度學習設計視覺海報

全球化

- ★ 是未來發展方向，將謹慎思考進入各地區的策略

中國電商市場介紹

CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION

2018年

中國電商特性

>

01



門檻高

品牌建立門檻極高，
500萬人民幣以上

>

02



白熱化

各類目都有過多的
競爭品牌，不
易脫穎而出

>

03



最先進

中國已然成為互
聯網、電商大國，
配備超高等

中國電商市場介紹

CHINA E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION

策略超前

掌握市場前端方向，
享受前端流量

定位精準

轉化高

善用流量

借力使力

市場藍海

流量獲取低廉

切入的重點



VIETNAM E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION



04 越南電商市場介紹

越南電商市場介紹

VIETNAM E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION

越南電子商務市場是近幾年開始興起與發展



- “
1. 同比對照約等同中國、台灣2004~2006年
 2. Facebook使用率非常高
 3. 人民對於未來充滿希望，消費力強勁
 4. 對新創品牌接受度高，容易切入
 5. 市場空缺多，競爭不多
- ”

越南電商市場介紹

VIETNAM E-COMMERCE MARKET INTRODUCTION



金流

- 貨到付款(COD)為主，不取率10%以內

物流

- 全國以VN POST、Viettel、Kerry
- 胡志明則是 itech
- 自建物流

系統

- 以Haravan為主

GOALS OF 2018



05 2018年的目標

GROUP BATTLE



06

團體之戰-
大A越南跨境電商孵化器

團體之戰-大A越南跨境電商孵化器

GROUP BATTLE



- 成立初衷：帶領有意願前進越南的品牌商或新創團隊，共同進場越南市場。
<韓國能？為什麼台灣不能團結？>
- 形成雁群效應，互助互惠，資源共享的模式，有效減少新市場的摸索時間和成本。

大A越南跨境電商孵化器-我們提供的

GROUP BATTLE



團體之戰-大A越南跨境電商孵化器

GROUP BATTLE



大A越南跨境電商孵化器



THANK YOU
THE END



加入 無店面公會

※官網：

www.cnra.org.tw

※FB粉絲團：

www.facebook.com/cnra.org

