

雨果论坛 NO.9

跨境电商新思维、 新市场、新打法!

主 办：雨果网 | 南京电子商务协会

指定服务商： | 

承 办：四海商舟 | 中国邮政集团公司南京分公司

支持单位：雷友跨境俱乐部



拉美电商市场新蓝海

www.linio.com

Linio的背景：由德国互联网孵化公司Rocket Internet于2012年创立



- 德国上市公司，专注于将成熟的互联网商业模式复制到新兴市场
- 除了提供资金投入，还负责搭建跨国团队和IT平台



2011年成立，“东南亚的亚马逊”，覆盖东南亚6国

2012年成立，“拉美的亚马逊”，覆盖拉美8国

2012年成立，“非洲的亚马逊”，覆盖非洲12国



更多细节，请参见Rocket官网：<https://www.rocket-internet.com/companies/proven-winners>



- 8个国家中，可以通过快递或邮政小包进口商品的有6个：墨西哥（最大的市场），哥伦比亚，智利，秘鲁，巴拿马，厄瓜多尔
- Linio主要的历程：
 - **2012年成立，开始做自营商品模式；**
 - **2013年底开始向平台模式转型，在拉美本地招商，至今60%的销售额来自于卖家产品**
 - **2014年开始做国际业务，开设迈阿密办公室在美国招商，2015年初开设香港和深圳办公室在亚洲招商**

平均年龄

- 27岁，喜欢消费，喜欢上网，智能手机普及率迅速增长，没有存钱买房的观念

收入水平

- 人均GDP普遍比中国高，智利人均GDP1.5万美元，墨西哥1万美元，中国约7千美元

零售业竞争较弱

- 线下零售业欠发达，在很多城市几公里之内都没有一个像样的超市，货品也不齐全
- 经济主要靠出口石油，矿和农产品，制造业不发达，消费品基本靠进口
- 本地卖家多为线下零售商转型，货源为进口商转给批发商，流通成本高，且SKU款式旧



本地团队 – 获取消费者信任

- 在拉美有**2000**多人的本地团队，有本地的客服（西语）在线答疑并处理投诉，本地的运营团队研究当地海关政策，以及本地的地推团队
- Linio的总部位于墨西哥城的市中心商业区，有Linio标记的卡车在街上随处可见，Linio的客服**24**小时服务处理退货，这些都容易打消新兴市场消费者对跨境购物的初期顾虑

市场营销 – 提升客户忠诚度

- Linio在拉美的营销团队除了和线上媒体合作（如Facebook粉丝互动,和当地的网站互相导流），还在线下有诸多合作：
 - 与**墨西哥航空公司**的会员积分合作，里程积分可以换Linio的购物券
 - 与**哥伦比亚当地银行**推出Linio联名信用卡，可以分期付款
 - 当地的很多**Agent**会拿Linio的产品册，到没有联上互联网的家庭推销产品，并代替他们从Linio下单拿货

支付方式 – 服务大部分人群

- 在拉美有Paypal账号的人不到**5%**，有信用卡的人不到**30%**，Linio可以接受消费者在便利店或银行柜台进行现金支付

- 拉美电商市场正处于爆发的前夜：
 - 电子商务零售只占整体零售业的1%不到
 - 6个可以通过跨境B2C进口商品的国家，在2014年的电商市场总规模约120亿美金
 - 互联网和信用卡的用户渗透率在迅速提高，智能手机迅速普及
- Linio过去三年共4轮融资3亿多美金，2015年新一轮的融资已经完成一亿美金以上，亚洲业务已经成为重点



产品品类：消费电子产品占比最大，然而服装饰品家居等日用品后劲更大

消费电子类

- Linio平台销量最大的品类，尤其是手机：苹果，三星，索尼，华为，联想，一加等
- 相机，平板，手机配件等的销量也比较大

时尚类

- Linio平台销量第二大的品类，目前以国际名牌的手表，眼镜，服饰等为主
- 中国的OEM产品在今年上线以后依靠性价比和SKU多的优势（衣服鞋帽，包包，运动用品等），也逐渐占据了份额

其他

- 健康美妆类（**Health & Beauty**），家居类（**Home & Living**），母婴类（**Kids & Baby** 尤其是玩具）在平台上的卖家和SKU都很少，处于较真空的状态，如果占据先入优势将有巨大的空间
- 总的来说，如果不是销售拉美本地消费者熟知的国际品牌，则需要有耐心让消费者接受新的品牌，卖家要有耐心来耕耘这个市场

入驻现状

目前国内知名卖家均已入驻Linio，环球易购,DX,傲基,赛维，Tomtop等



免费营销资源

- 专有的国际卖家商品精选页面推荐 - "landing page"
- 向注册消费者主动推送的email – "news letter"
- 配合拉美节庆日的专题促销活动 – 产品性价比和SKU content质量是关键

付费站外流量

拉美团队运作

- Linio在墨西哥的西语营销团队根据当地市场经验进行campaign的设计包装，通过Facebook, google和email等渠道投放
- 门槛较高，单次投放金额至少在5, 6千美金，适合大型商户

中国的营销合作伙伴

- Linio通过在中国的营销合作伙伴（如，品众）帮助中小商户“团购”流量，以费用相对合理的Facebook渠道为主
- 门槛相对低些，1千美金的预算即可进行一次campaign

物流模式：多种物流模式

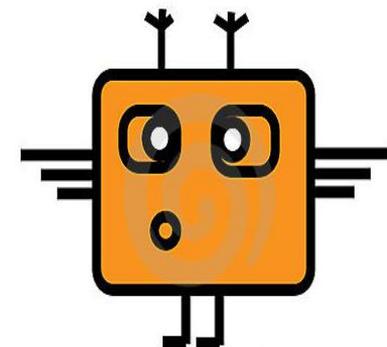
邮政



快递



Remark: 更多物流方式正在集成中，海外仓在积极筹划中。



Linio目前正在和Payoneer做后台集成，预计Q4会完成对接。



Linio Asia Key Account Manager

Remark:

邮件内容请包含以下信息以便我们更易做筛选

- 其他跨境B2C平台的店铺链接
- 最有优势的产品品类
- SKU数量



Summer Chen 陈晓夏

Email : summer.chen@linio.com

Tel: (86) 15814083791

QQ:522639864

Kathy Hu 胡方兰

Email : Kathy.hu@linio.com

Tel: (86) 15112583512

QQ:1303857791

THANK YOU





更多跨境电商资讯：干货

- 请移步雨果网官网：www.cifnews.com
- 雨果网微信公众号：cifnews



(扫描二维码关注)

**雨果网，
跨境电商新媒体！**

跨境电商新闻App一键安装！
扫描二维码可以下载！