**跨境电商企业怎样快中求好**

骆靓雯：非常荣幸今天参加此次大会。

 今天跟大家分享的是跨境电商出口进击之路。今天跟大家交流的内容是分为三个部分，第一是大国的诚信文化，第二个是我们行业面临的信用的风险，以及第三个部分是环球易购诚信经营理念。

 讲到商业大国的诚信文化，这里面其实是我个人非常感兴趣的一个点，我们在做跨境电商，其实这四个字来讲，前面跨境两个字是定语，定语的是电商，因为是在跨境领域做的电商形态，而电商这个词，电又是商的定语，通过互联网这个平台开展一个商业的行为，所以最后落到本质上跨境电商就是如何经商，如何做好一个商人。

 实际上在华商始祖，最后在中国历史上定义商品和商人这个词出现的这位始祖，在此之前可能是小部落之间的以物易物，而他是带领了他的牛车的队伍真的到了不同的区域，不同的部落进行物品的交换，由于他是商秋人，所以大家后面就把这种行为称之为商，把这种以物易物的方式称之为商品。而王亥非常有特点的是在他最初的过程中就定为他的仁义、诚信就是他的道，所以我们其实从历史的角度讲我们经商之道就是围绕诚信起源的。

 还有一个小小的点是“无奸/尖不商”，其实最初的诗歌这个成语，这个无尖不商，尖是尖锐的尖。为什么呢？其实最早大家进行买米的时候，米商用斗来量米，有一个标识在上面一扫，卖给大家的米是非常标准的一斗，但是商家为了表达他的诚信以及童叟无欺的态度他通常抓一把米撒在斗上，形成一个小小的尖，所以当时讲的是无奸不商，其实这个词代表的是商人的诚信，代表的是商人以诚面对消费者的态度，但是由于后继有一些趋利的商人使得消费者失去了对商人的信任，慢慢的出现了无奸不商。任何建立在信息不对称基础上的生意都是无法长久的。前面跟大家分享两个我自己觉得有感慨的，来自于我们自己历史的大国文化。

 这个是来自我们现在的一个例子。其实我们在中国制造是海外已经覆盖了非常多的市场，这当中诚信是不可缺少的一个基本的商业原则，这里我们看到的小案例在2017年11月在美国加州发生的枪击案，当这个抢手到达商店里面的时候，他在店里扫射，这家店主就躲在一个电视机后面，这个电视机挡住了这个子弹，而且这个子弹还依然的能使用。在这里体现了我们产品的货真价实，这背后也是中国制造真正走向世界通行证的之一。

 我们可以看到其实诚信对于我们跨境电商来讲的一个非常重要的原由，在这几年跨境电商交易的规模，在进口贸易总额的现状下它的增长是非常快的，尤其是跨境出口B2C在增长，我们中国跨境电商的且非常快的和海外直接面对，这里就聊到了现在跨境电商可能会面对的信用风险。

 我们知道跨境电商B2C的跨境电商的平台和消费者之间形成一次完整的交易，整个交易的流程是非常长的，会涉及到首先我们要跟生产制造业形成合作关系，在通过我们的平台来到达消费者，这当中还有支付、物流、海关、第三方综合服务平台等等不同的环节，每一个环节都会有不同的机制以及不同国家的法律政策监管，所以每个环节都存在或大或小的风险因素在里面，如果哪个环节没有控制好都有可能导致违规或者是导致消费者的不信任，这里面是来自多方面的因素来提升整个跨境电商信用的保障，不仅仅是由国家的法律法规、政策等等，包括有各种各样的机构以及电商平台的经营主体，和产业链上的各个环节。只有大家真的是做好了本身的合法合规的工作，才能真正的保证形成中国跨境电商或者中国产品和中国品牌对海外消费者真正的信任的打造。

 我们现实面对的海外消费者来讲会有哪些诚信的危机？很直接的，我们经常会看到，同行也经常提到，比如说产品方面，有的时候可能会有一些图文不符，或者是侵权知识产权方面的问题，或者是品质方面的问题，这使得大家消费者对我们造成一定的信任的风险，还有涉及到我们比较冗长的环节当中，比如说由于配送，不能按照约定时间，配送周期上，配送过程货品丢失，还有支付，还有售后，由于是跨境电商的电子贸易行为，所以难免会出现退还难、维修难的出现，这些状况的出现，我们企业也好，各方面的机构也好，各个产业链上面的经营主体都在上面，但是现在我们没有解决，我们需要各方面的努力。

 我们在信用行业规范方面国家出台了一系列的政策和建议，包括今天在整个的大会过程中我们看到了非常多的办法和规范以及很多的主体来进一步拉动整个行业在信用体系不断的提升和进一步的规范。

 接下来我想跟大家聊一下环球易购我们自己秉承的诚信理念。

 我们刚才看到的跨境电商的流程，对于我们合作伙伴和消费者来讲其实就是一个从前端到后端的过程，这过程中对于第三方服务方的整合，都是由环球易购合理的以及更加规范的管理，所以我们每个环节都是非常强调诚信经营的理念。我们可以看到在环球易购的旗下实际上无论是从出口到进口都有我们业务的部署，进口和出口当中我们都有B2B和B2C的业务形态，除了在第三方平台有自己的自营的平台，所以通过不同的载体、不同的手段，环球易购对全球的消费者其实都提供了最直接、最便利的一些货物提供的平台。

 我们现在在海外消费者总数已经超过1亿的消费者，他们遍布全球各地，我们看到有一些地区还是灰色的，我相信随着环球易购的发展，这些灰色的全部会被环球易购色彩所点亮，环球易购的公司使命是货通天下（谐音）。背后的解读是质量是我们的尊严、服务是我们的人品，这里面所包含的就是我们诚信、守约这样的价值和精神。

 我们刚刚所提到其实我们在对于信用的风险当中有几个维度，那么也在这几个维度环球易购作出了我们非常多的投入和不断对自己的要求，比如说在产生维度，我们对合作伙伴的供应商进行优选、严选，并且通过供应商的管理机制对供应商进行标签化、智能化的管理，形成公开、公正、共赢的良性合作模式，这不仅是对我们消费者的诚信的承诺，同时也是对我们供应商来进一步地提升和规范，使得供应商能够跟我们一起共同成长。

 在物流配送方面我们也秉承有约必达的承诺，我们现在在全球已经建设共计30多个海外仓，并且在海外仓部署上不断的投入，这会极大的提高用户的购物体验。

 支付环节，其实对于每一个不同的市场当中的消费者会有自己不同的喜好和倾向，我们环球易购是不断深挖和细分用户的偏好和支付行为，来选择大家最信赖那些本土化的支付方式，让我们所有消费者在支付上没有门槛，没有障碍，并且充分的信任。

 我们在客户服务方面有四大点，第一是全天化，第二是智能化，第三个是快响应，即使我们现在的速度已经超过了PPT所写的比例。还有一个本地化，我们在客户服务和维修服务上都进行了本地化的打造，这样可以非常顺畅的解决了海外消费者退货难和维修难的问题。

 我们在诚信方面拿到了相关的资质，也是证明了我们在这个领域不断要求的过程。实际上刚才我们提的这些方面有很多是背后没有提到的，就是我们管理和技术方面的部分，因为我们做诚信，我们在经营的过程中要真的达到诚信，这不是一个态度就能做到的，除了我们法律规章之外，当我们的企业要提升我们的效率，最终达成对消费者的诚信，近年来我们环球易购在技术自主研发上都做了大量的投入和改进，这样就提升了经营效率以及和对合作伙伴和消费者之间的沟通的效率，以及各方面信任的保障。

 另外一个方面其实就是一个经营的理念，这背后也是有着企业文化。

 我之前跟我们客服中心的有些小伙伴们聊天的时候，有一件事情对我的银行印象非常之深，我这里分享给大家，也作为我演讲的一个小尾巴。

 当时我们所聊到的是我们的一个资深客服，他在公司入职时间已经挺长的了，他刚刚入职的时候有一个小插曲，他服务于海外购买服装的消费者，当时他负责细心的为对方做了推荐，这个消费者希望购买一个小礼服去参加她女儿的毕业典礼，做好的推荐，消费者非常满意的选择了这个商品之后后面出现了情况，消费者发现他收到了他所选的2XL的尺码偏大了，所以他希望换货，换小一个码，后面我们就给她换了一个XL的号，消费者拿到之后非常不高兴，她说我换小一个码，为什么你给我XL，这个客服觉得很奇怪，2XL换一个小的码不就是XL吗，后面她才了解到，在美国的尺码标准里面是有XL、1XL、2XL，这样的划分，而这和我们国内的服装的标码习惯是有不同的，其实这样的消费者他想的是换乘1XL的尺码，所以面对这种情况客服在利用之后尽快了和这个消费者做了沟通和解释，并保证她给他换的XL是和她的身材所匹配的。消费者接受了他的解释，并且也非常开心的穿了这件礼服参加了她女儿的毕业典礼，尤其让这个客服觉得开心的是，解决了这个问题，没有让她和顾客之间造成了误会，但是没有想到这位客户给她发来的一个短视频，就是她穿着这个礼服非常开心的在女儿毕业典礼上对她表示感谢。这是一个非常小的例子，但是让这个客服到现在记忆犹新。这个小小的美好其实是基于客服和这位消费者，人与人之间的信任，其实这件事情的背后是商与商之间的信任，以及更大的国与国的信任，肆意我们希望环球易购能够继续协同有品质有诚信的中国的品牌在世界的市场赢得尊重，谢谢大家！