



社会影响力  
SOCIAL IMPACT

释放贸易新动能  
打造高水平外循环

中国美国商会 | 社会影响力计划

# 数字经济领域报告

AmCham China  
中国美国商会



中美合作 · 下一个百年

20  
22

# 释放贸易新动能 打造高水平外循环

## 中国美国商会 2022 年社会影响力计划 数字经济领域报告

金级赞助商

amazon

Google

Honeywell

intel®



Meta

PEPSICO

银级赞助商

DELL Technologies  
戴 尔 科 技 集 团

eBay™

MARS  
Tomorrow starts today

Mitsubishi Corporation



当前，世界和中国迎来了数字经济时代。随即而来的既有新的发展契机，也有新的不确定性与挑战。2020年突发的新冠肺炎疫情，更是加快了各行业的数字化进程，倒逼着企业的供应链、产业链以及商业模式的变革。中国政府将数字经济、数字化转型作为国家优先发展战略，先后制定了“网络强国”战略、“互联网+”行动，并针对数字经济、跨境电商等新业态新模式出台一系列支持政策等。

2021年3月11日，十三届全国人大四次会议表决通过了关于国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要的决议（简称“十四五规划”），其中第五篇为加快数字化发展建设数字中国，重点强调了要加快打造数字经济，“促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎”。具体举措包括：一是加强关键数字技

术创新应用，聚焦高端芯片、操作系统、人工智能关键算法、传感器等关键领域；二是加快推动数字产业化，培育壮大人工智能、大数据、区块链、云计算、网络安全等新兴数字产业，提升通信设备、核心电子元器件、关键软件等产业水平；三是推进产业数字化转型，推动数据赋能全产业链协同转型。其中，还特别提到了要大力发展跨境电商，培育一批跨境电商龙头企业、海外仓领军企业和优秀产业园区，打造跨境电商产业链和生态圈，发展数字贸易。

跨国企业应抓住发展机会，在中国越来越重视发展数字经济的背景下，携手中国企业加快数字化转型，推动跨境电商发展。为了帮助企业实现这一目标，美商会就跨境电商、数字化转型等话题征集了部分跨国企业成功案例，并提出建议和意见，助力企业寻找新机遇，合作共赢，推动中国经济数字化加速发展。

---

## 政策分析

### 数字化政策发展

中国政府将数字化转型作为国家优先发展战略，近年来不断推出各项数字化产业发展的政策和指导意见，对数字经济发展的重视程度不断提升。

2017年，十九大报告提出，要加快建设制造强国、网络强国、数字中国，推动互联网、大数据、人工智能与实体经济的深度融合，要抢抓新一轮工业革命机遇，围绕核心标准、技术、平台加速布局产业互联网，构建数字驱动的产业新生态，推动实体经济和数字经济融合发展，发挥数据的基础资源作用和创新引擎作用，加快形成以创新为主要引领和支撑的数字经济。

自2018年起，每年的政府工作报告都对数字经济发展提出明确要求，对推动数字经济的蓬勃发展发挥了关键作用。2020年7月，国家发展改革委等13个部门联合发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，提出培育发展共享经济新业态，创造生产要素供给新方式，鼓励文化旅游等领域产品智能化升级和商业模式创新，发展生活消费新方式，培育线上高端品牌。“十四五规划”中第五篇为加快数字化发展建设数字中国，重点强调了要加快打造数字经济，“促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎”。

2022年1月12日，国家发布《“十四五”数字经济发展规划》，其中第五章强调了要加快贸易数字化发展，特别提到，要“探索放宽数字经济新业态准入，引进全球服务业跨国公司在华设立运营总部、研发设计中心、采购物流中心、结算中心，积极引进优质外资企业和创业团队”，鼓励外资参与中国的数字化建设。同时，中国将依托自由贸易试验区、数字服务出口基地和海南自由贸易港，针对跨境寄递物流、跨境支付和供应链管理等典型场景，构建安全便利的国际互联网数据专用通道和国际化数据信息专用通道。规划还特别强调，大力发展跨境电商，扎实推进跨境电商综合试验区建设，积极鼓励各业务环节探索创新，培育壮大一批跨境电商龙头企业、海外仓领军企业和优秀产业园区，打造跨境电商产业链和生态圈。

## 生产与贸易数字化政策解析

在 2017 年杭州举行的 G20 峰会上，二十国集团对数字经济做了定义，即“以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动”。

本报告将从生产数字化和贸易数字化两个方向进行进行简要分析。通过对中央和各级政府出台的政策文件看，在生产数字化方面，目前的关注点主要有以下三个方向：

首先是强调攻关高新技术，奠定牢固的产业基础设施基础，开发通用的、系统的、开放的共性行业技术。其次，强调营造大中小企业共同发展的产业生产，特别是支持中小微企业的发展，鼓励大企业和中小企业之间的合作关系，部分政府资源向中小企业的的需求倾斜。最后，是强调数字化转型在后疫情时代的重要意义。2020 年的新冠肺炎疫情对实体经济带来的巨大冲击，凸显了新兴产业带动经济复苏的能力。自此，数字化转型被提到了企业、产业应对疫情危机的高度等。

中小企业是数字化转型浪潮中的重要成员，他们在这样过程中能够得到政策上的扶持与帮助对于其自身的创新与增长格外重要。在这方面，欧盟扶持中小企业数字化转型的相关政策和做法值得参考。欧洲企业网络（EEN）专门为中小企业提供量身定制的转型能力提高服务。此外，欧盟还为中小企业设置了数字创新中心（DIH）为中小企业提供网络等接入技术的支持。资金支持来自于数字欧洲计划及相关的基金。DIH 通过与 EEN 合作，紧密政企联系，为中小企业的数字化转型做到全方位的无缝支持。同时，DIH 还向其他企业推广数字化转型经验和 技术，供其他企业吸收借鉴。同时，欧盟还为中小企业从业者提供培训支持，通过提供数字知识速成课程，提高数字技能及商业平台运作经验，并对人工智能、区块链等先进技术有所了解，提高使用意识。

近年来，贸易数字化也是数字化转型的重要体现。跨境电商依托数字贸易手段，实现了飞跃发展，作为数字经济的重要组成部分，跨境电商成为推动传统贸易转型升级、开拓更广范围的的重要路径。

跨境电商涉及到国内的供应商、海外的消费者、电商平台等多节点，提升国内中小企业数字化转型意识与能力，对于销售数字化的过程格外重要。贸易组织数据显示，从 2014 年开始，中国成为全球跨境电商贸易规模最大的国家。据中国海关 2012 至 2019 年数据显示，中国跨境电商规模年均复合增速超过 27%，且主要集中在出口端。2021 年，中国跨境电商进出口规模达 1.98 万亿元，同比

增长 15%，其中出口 1.44 万亿元，同比增长 24.5%。

在出口增速放缓的大背景下，跨境电商无疑是提升中国出口贸易的重要手段，也成为政府高度重视并大力支持的领域之一。为了更好地促进跨境电商的发展，中国政府极为重视跨境电商规则的完善。

跨境电商已经连续九年被写入政府工作报告。2022 年政府工作报告提出，加快发展外贸新模式，充分发挥跨境电商作用，支持建设一批海外仓。今年，跨境电商综合实验区迎来了七年来的第六次“扩容”，目前中国跨境电子商务综合试验区达到 132 个，覆盖 31 个省份。

2020 年 11 月国务院办公厅发布的《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》提出发展新兴服务贸易，加快贸易数字化发展。2021 年 10 月出台的《“十四五”电子商务发展规划》支持跨境电商高水平发展。鼓励电商平台企业全球化经营，推动数字领域国际合作走深走实，支持各国中小企业参与全球贸易，促进全球电子商务供应链一体化发展。

各个中央部委密集出台相关政策以支持跨境零售电商业务的发展，地方政府也结合本地跨境电商实际公布相关政策方案进行扶持。可以说，数字化经济时代，是跨境电商的“春天”。

---

## 相关建议

### 政府加强对企业的扶持

推动数字化建设离不开政府的主导作用，包括政策制定和行业指导。从企业数字转型实践中遇到的挑战来看，建议政府从以下方面加强对企业的扶持力度：

一是加大数字基础设施的投入，建议政府部门不断加大数字技术设施的投入，包括 5G 网络基站，大数据研究中心、区块链技术的应用等，通过扩大对新基建的投入，为全社会的数字化进程建好“地基”，为企业的数字化转型提供基本的数字化基础设施。

二是对企业，特别是中小企业加大资金支持。企业在进行数字化转型中的前期阶段，特别是技术研发、设备更新、转型等，需要大量资金投入。因此，在企业进行数字化转型的关键时刻，政府部门应该加大对企业，特别是中小企业的数字化转型的扶持力度，设立企业数字化专项资金，保证企业进行数字化转型的活力，为其提供政策、资金支持的动力。在部分税费政策上，可以出台一定的优惠措施或者减免。

三是加大知识产权保护力度，保护企业数字化技术自主创新的积极性，提升企业合规意识。依法惩治侵犯企业知识产权犯罪，加强知识产权综合行政执法。

四是大力培养数字化人才，探索新型数字人才培养模式。加大数字化转型领域高端复合人才的培养力度，支持重点行业企业与研究机构加强合作，开展有针对性的人才培训，持续提升劳动者的数字素养，推进数字化转型领域领军人才、创新团队、人才示范基地和人才培训平台建设。

五是大力扶持跨境电子商务的发展，进一步完善政策支持体系，在当前以跨境电商综合试验区的政策基础上，辅之以金融、财税、通关便利、跨境物流园区试点等跨境电商支持政策，引导和支持行业头部企业转型发展，同时在跨境物流枢纽建设、数字技术支撑、人才引进等方面给予更大的政策支持。



---

## 企业实践

### 机遇

数字化转型为企业发展提供了新的机遇。首先，数字化转型可以让企业提升生产效率。提升的计算能力，让机器去替代人来解决更多更复杂的问题，数据获取和存储更为便利，让业务操作以及各个环节之间的反馈更为快速，合作更为容易，数字化平台的应用也能够提升企业应对突发事件的能力。

其次，数字化可以提升企业产品质量、服务品质，进一步提升客户满意度，从而提升企业的市场竞争力。信息技术可以快速捕捉到消费者需求，匹配企业和消费者之间的信息差，精准定位，使得企业可以更为迅速地实现产品的优化，更好回应市场需求。

最后，数字化可以大幅降低企业成本，比如降低信息获取成本，加快决策速率，通过数据管理合理安排生产，减少库存积压，减少流通环节的浪费，降低能源消耗等等，从而降低企业运营成本。

对于跨国企业而言，数字技术更是对推动企业跨境投资，促进跨境电商贸易进出口具有极大优势。跨境投资和贸易中，信息不对称带来的成本极高，企业通常需要投入大量的信息搜寻成本和信用成本，去寻找和确定理想的商业机会。数字化技术可以扩大企业信息搜索范围，更快速匹配贸易双方的信息和需求，提升沟通效率。可以说，数字化是对企业升级发展，特别是跨境电商和走出去的发展，具有十分重要的意义。

### 具体案例研究

商会向会员企业征集支持中小企业数字化转型和接触新市场的相关案例研究，经筛选编辑选出以下九个案例供参考。



## INDUSTRY

Manufacturing  
Supply chain  
Product  
Cargo  
Customer  
Delivery  
Inventory  
Management  
Freight

# 数字经济领域报告 案例研究

1. 亚马逊：帮助中国卖家抓住出口跨境电商新机遇
2. 谷歌：助力出海企业开展数字化转型提升出海能力
3. Meta：VR 全景影像革新者 Insta360 影石靠什么赢得海外市场？
4. Meta：DTC 品牌 VIVAIA 的海外探索之旅
5. eBay：帮助中国传统出口产业转型升级
6. eBay：“E 青春”跨境电商人才培养体系
7. 领英：助力中国企业出海
8. IBM：可视化供应链技术助力实现智能制造
9. 安利：借助数字能力升级赋能创业者实现社群转型



## 亚马逊：帮助中国卖家抓住出口跨境电商新机遇

中国出口跨境电商已经从外贸行业的‘新业态’转为‘新常态’，并成为中国外贸出口的重要支柱，是一股确定的时代洪流。疫情加快了全球消费者的购物行为加速从线下到线上转移的趋势，也刺激不同类型的传统企业被迫或者主动向数字化转型。在转型过程中企业面临很多难题，例如对跨境电商行业以及海外消费者的不了解、也缺少对海外法律合规的认识，专业人才匮乏、运营转型能力缺乏、物流不畅等等。

自2015年亚马逊全球开店进入中国以来，便以“帮助中国卖家在亚马逊全球站点取得成功”为使命，致力于帮助中国卖家发展出口跨境电商业务、拓展全球市场、打造国际品牌。数十万中国卖家加入了该项目。通过亚马逊全球开店，卖家可直接触达亚马逊全球超过3亿活跃用户，其中包括超过2亿Prime会员用户。卖家还可通过亚马逊美国、欧洲与日本等上线的亚马逊企业购（Amazon Business），触达全球超过500万的优质企业与机构买家。不同类型和规模的卖家都可以通过亚马逊将商品销往全世界。目前，亚马逊在全球拥有超过185个运营中心，能将商品配送至全球200多个国家和地区。

过去几年，亚马逊持续加大对第三方卖家业务的投入，陆续向中国卖家开放了亚马逊美国、加拿大、德国、英国、法国、意大利、西班牙、日本、墨西哥、澳大利亚、印度、阿联酋、沙特、新加坡、荷兰、瑞典以及波兰在内17个亚马逊海外站点；并在运营工具、跨境物流、选品规划、品牌打造等方面推出创新的工具和服务。同时，持续完善和提升为中国卖家所提供的本地化服务。亚马逊全球开店已经在全国10个城市建立了团队，根据不同城市和地区，以及不同行业和细分品类的需求，用中国卖家熟悉的方式，提供本地化服务和支持，加速各类型、各品类的卖家实现数字转型，开展出口跨境电商业务，打造全球品牌。这些卖家，有新品牌的创业者，有国内知名品牌，也有传统制造商转型的卖家。

为更好地支持中国企业数字化转型和走出去，亚马逊全球开店陆续在杭州、宁波、厦门设立了“亚马逊全球开店跨境电商园”，携手当地政府开发当地产业带，发掘当地品类优势，加速传统企业转型。同时，不断优化“服务商网络”，在海外税收服务、海外仓、自配送物流服务、品牌打造、产品合规和认证等多个服务领域为卖家提供帮助。



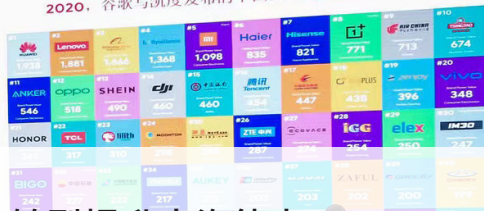
## 亚马逊：帮助中国卖家抓住出口跨境电商新机遇

2020年7月，亚马逊全球开店与浙江省商务厅共同推出“亚马逊全球开店新外贸扶持计划”，联合推动浙江省10个市、50多个产业带的传统外贸企业转型与升级，共同推动外贸行业高质量发展。2021年5月，亚马逊全球开店与江苏省商务厅签署合作备忘录，携手推动江苏省传统外贸企业的转型与升级，帮助江苏企业抓住出口跨境电商新机遇、实现全球布局、打造国际品牌。通过合作，双方将充分发挥各自优势，共同推动江苏省优势产业带的优质企业拓展出口跨境电商业务，并在产业服务集群建设、跨境电商知识培训和行业人才培养等方面展开密切合作。

2021年9月，亚马逊全球开店升级杭州跨境电商园的业务，将亚马逊全球首个、亚马逊全球开店在亚洲的首个综合性卖家培训中心正式启动并落户杭州，为亚太区卖家提供一站式、世界一流的培训服务，并促进亚太区跨境电商专业人才的培育和储备，推动出口跨境电商行业可持续发展。同时，预计未来三年，亚马逊全球开店将杭州的办公运营场地和团队规模分别扩大约六倍，不断完善本地职能团队的建设，提升本地化服务能力，为卖家提供亚马逊全站点、全产品、覆盖卖家全生命发展周期的咨询服务。

## 谷歌助力企业品牌出海，打造国际品牌

2020，谷歌与凯度发布的中国全球化品牌 50 强榜单



# 谷歌：助力出海企业开展数字化转型提升出海能力

## 一、新冠疫情加剧中国出海企业挑战

新冠肺炎疫情的不断蔓延和国际局势的持续动荡对中国的出海企业挑战不断加剧，亟需提升出海能力。

为进一步提升企业竞争力，越来越多的中国跨境卖家选择DTC商业模式，即Direct-to-Consumer（直面消费者），将目光投向建立跨境电商独立站，以提升品牌知名度。

跨境电商人才紧缺始终是出海企业和地方政府的发展痛点，特别是作为跨境电商人才蓄水池的高等院校，如何通过强化师资力量，加速青年人才培养是地方政府、企业和社会面临的共同难题。

## 二、谷歌多途径助力中国出海企业实现转型

- 1、为提升数字营销培训的针对性，在前期普及培训的基础上，谷歌将培训细分为分别针对 B2B、B2C 企业，针对具体的垂直行业，针对没有独立站或对独立站有优化需求的企业进行初阶培训，和对有出海营销经验的企业进行进阶培训。
- 2、根据人才培养新形势和新需求，谷歌将“谷歌数字营销人才培养计划”拓展到帮助开设有数字营销和跨境电商专业的院校开展师资培训，助力高校打造更完善的数字营销课程，培养“高素质、能实操、懂市场”的综合性跨境电商领域人才。
- 3、谷歌为有独立站推广需求而网站欠佳的 B2B 出海企业提供免费建站支持。谷歌官方建站的优势是访问速度快、界面清晰简单、支持多语言等。有企业在使用了建站服务后，询盘转化显著提高，迅速打通出海线上渠道，为企业数字化转型提供有效工具。
- 4、在现有的设立于 10 余个城市的谷歌出海体验中心基础上，我们正尝试采用更灵活的方式，为有强烈出海需求但受制于没有固定出海体验中心的城市出海企业提供现场支持和服务。
- 5、谷歌每年举办“Think Retail”活动，与跨境电商伙伴共同探究疫情前后线上消费行为的变化，并提供海外赛道分析、中国跨境电商出海现状及最佳实践



## 谷歌：助力出海企业开展数字化转型提升出海能力

案例分享，助力企业从流量到用户思维，实现品牌化转型。

- 6、谷歌通过包括开发者大会在内的线上、线下和社区项目，持续支持本地开发者创新发展，开拓海外业务。

### 三、“谷歌数字营销人才培养计划”产生广泛社会效益

“谷歌数字营销人才培养计划”有来自16个重点城市的50,000人报名，28,800人参加培训，170多家企业与该计划合作，提供了1000多个就业机会。通过该计划，谷歌还对170余位教授外贸和跨境电商专业的院校老师进行了培训。

## Meta：VR 全景影像革新者 Insta360 影石靠什么赢得海外市场？

元宇宙概念大火的当下，人们正在重新想象 VR 和 AR 等技术的空间，畅想这些技术可能会给我们生活带来怎样的改变。事实上，VR 不仅可以帮助人们建造虚拟的空间，更能帮助我们记录和分享最真实的当下。有一家富有开拓精神的科技公司早在几年前就意识到了这种需求，在 VR 全景等智能影像领域展开持续探索与革新，并借助 Meta 旗下社交平台将这些创新产品带给广泛的海外用户。

### 分享精彩瞬间，记录当下的所有

Insta360 影石的创始人刘靖康是在大学期间就开始科技创业的技术迷。一个偶然的机，他和创业团队体验了谷歌的 Cardboard 眼镜，看到了国外团队拍摄的 360 度全景视频，颇受震撼。于是，他们考虑在自己创立的“名校直播”中加入全景，以呈现更完整的直播场景，结果意外发现了 VR 全景行业和相关产品这一空白市场。

本着想要更好地记录和分享生活的初衷，刘靖康及其团队于 2015 年创立了 Insta360，踏上了一条延续至今的探索旅途——研发全景影像技术，制造 VR 全景相机及运动相机，让人们可以与全世界分享精彩瞬间，不仅仅是分享画面一角，而是记录那个当下的所有。

Insta360 影石在创立之初，就立足全球，面对全世界的受众。团队认识到全景影像记录是一种通用的、在世界各地都会存在的需求，而且当时在某些海外市场可能相对更加成熟，尤其是北美、欧洲、日本等地区。

但拓展海外市场的过程，的确是“摸着石头过河”。一方面，智能影像行业长期被国外巨头公司垄断，作为一个年轻创业团队，要面对强大的竞争对手。另一方面，各国的经济、文化、地理环境不同，必须要了解目标市场的用户习惯、用户场景、营销手段和文化禁忌等等，才能有的放矢。

因此，Insta360 成立了本地化团队，吸纳海内外的本地化人才，通过不断的技术和产品创新打破传统巨头的垄断，同时也针对不同国家和地区展开精细化的营销。

### 汇聚全景相机爱好者，打造品牌全球影响力

Insta360 影石的目标受众包括科技爱好者、摄影爱好者、运动员、旅行爱好者、



## Meta：VR 全景影像革新者 Insta360 影石靠什么赢得海外市场？

视频创作者等用户。除了过硬的产品之外，Insta360 影石还需要有一个国际化的平台，将产品和受众连接起来。

像许多探索海外市场的初创公司一样，Insta360 影石在创业初期便选择了 Meta 旗下的社交平台作为重要的营销阵地。Facebook 作为全球最大的社交媒体平台，为 Insta360 影石提供了一个绝佳的产品宣传平台，能够让品牌从早期众筹阶段开始，就快速触达和发展品牌忠实用户。在公司和品牌创立早期，Insta360 相对侧重于社交平台账号的粉丝积累，让更多海外用户了解什么是全景相机，了解 Insta360 影石全景相机能够如何帮助人们更好地记录和分享生活。

Insta360 影石主要采用了 Meta 旗下的 Facebook 和 Instagram 两大主流社交平台的广告产品。在 Facebook Ads Manager 的帮助下，Insta360 影石将产品推送给产品目标用户，让更多用户了解 Insta360 影石，了解全景相机，并通过 Facebook pixel、conversion API 数据工具，实现精准再营销，帮助品牌近 3 年 Facebook 广告收入实现翻倍增长。

在 Instagram 平台，Insta360 影石借助 Instagram 帖子推广功能，将更多优质的创作视频推广给世界各地的用户。在这一功能的帮助下，Insta360 的 Instagram 账号获得了超过 100 万来自世界各地的粉丝，进一步加强品牌在社交平台的影响力。

与此同时，Insta360 影石不断完善品牌在 Facebook 平台营销漏斗的成效，从曝光到用户考虑，再到最终电商转化，针对不同环节的用户，制作丰富的、吸引人的广告创意，帮助品牌获得更多收益。

根据 Greenlight Insights 的数据，2020 年，Insta360 影石在全球全景相机市场的占有率达到了 35%，排名第一。Insta360 影石的产品远销全球 200 多个国家和地区，至今仍是 Apple 商店引进的唯一一款全景影像品牌。

### 与用户近距离交流，伴品牌共成长

随着产品知名度提升及更新换代，Insta360 影石更加注重社交内容品质的提升。团队收集世界各地用户使用 Insta360 影石所拍摄的作品，通过 UGC 和 PGC 进一步扩大其在社交媒体上的影响力和知名度。

更重要是，Insta360 影石通过社交平台与用户实现愈加深入的沟通，建立日益紧





## Meta: VR 全景影像革新者 Insta360 影石靠什么赢得海外市场?

密的联系。Facebook 提供了一个完善的平台，帮助 Insta360 建立用户社区，提高用户忠诚度。同时也让 Insta360 影石及时获得产品反馈信息，助其打造更好的产品。

Insta360 影石创始人刘靖康表示，与 Meta 的合作帮助品牌和产品获得了更大范围的曝光，也让品牌与用户及潜在用户能够更近距离地交流。此外，Insta360 影石也通过社交渠道获取了用户对于产品的不同反馈，通过积极响应用户的反馈，不断更新迭代软件和硬件产品，以带给用户更好的产品体验，这些都是 Facebook 带给品牌的价值。

例如，住在美国佛罗里达州最南端岛屿基韦斯特的 Terry Martin 是一位活跃在 Facebook 社区的 Insta360 忠实粉丝。Insta360 影石团队每天会查看社区里面的用户反馈，常常跟 Terry 讨论产品和视频内容。后来，Terry 还成 Insta360 影石的社区大使，并受邀参加 Insta360 的海外展会，在线上线上将产品推荐给更多的消费者。

另一个案例来自 Instagram 用户 @evan\_lala。他是一位残疾运动员，虽然腰部以下肢体瘫痪，却依然热爱极限运动。他使用 Insta360 ONE 系列的相机记录了他在冬季滑雪、山地滑雪的视频。Insta360 的先拍摄后剪辑的功能，不需要事先设好镜头方向，就可以 360 度无死角地轻松记录运动过程，让他轻松拍摄和剪辑出惊艳的视频内容。视频经发布后，收获了大量被他的精神所感动的观众，单个视频就得到了超过 29 万的播放量。Insta360 影石团队因产品与他结识，并提供相机和配件设备让他更好地记录和分享运动过程，让更多人受到启发和鼓励。

通过两位用户的反馈可以看出，Insta360 影石通过 Meta 旗下社交媒体平台分享产品信息，在满足用户更好地使用产品记录与分享生活的同时，及时与用户交流并接收反馈，更好掌握市场信息，从而打造更优秀的产品，进一步扩大品牌知名度。

## Meta：DTC 品牌 VIVAIA 的海外探索之旅

在环保理念广泛普及的今天，很多人依然觉得环保离自己很远。有一个新生品牌以废弃塑料瓶为原料制成鞋子等日用服饰，将环保融入了人们的日常。截止目前，该品牌已将回收的百万个塑料瓶转化成了舒适时尚的鞋子，并借助 Facebook 平台将环保价值观和多样的产品带给全球用户。

### 以 DTC 模式打造环保时尚品牌，让环保理念渗透到人们的日常

这个品牌叫 VIVAIA，诞生于 2020 年 6 月，是新冠疫情背景下人们对人与自然关系的重新思考的产物。它主打环保理念，致力于为全球都市女性提供舒适、美丽、可持续的鞋服产品。用环保材料作为鞋子原材料在业内并非首创，但 VIVAIA 认为环保不应停留在概念层面，而应融入人们的日常生活。VIVAIA 旨在用行动告诉世界，回收的塑料瓶也能做成舒适美丽的鞋子，穿着这样的鞋子，既是对环保理念的亲身实践，也可以成为环保生活的传播者。


当一个品牌有了鲜明的价值观，就会产生强烈的沟通欲和吸引志趣相投的用户的需求。普通的卖货方式，在电商平台上“泯然众矣”，并不适用于 VIVAIA 的产品。考虑到环保产品消费在国外相对成熟，VIVAIA 选择了面向海外市场的 DTC (Direct To Consumer) 模式。此模式不仅可以降低通过零售商销售的中间成本，也可以通过自己的独立官网和社交平台等展示品牌价值观和设计理念，与潜在用户进行直接互动。DTC 商业模式还可以让品牌第一时间了解消费者的反馈，用数据驱动产品研发和品牌体验优化。

但机遇和挑战是并存的，成熟的电商品牌已有平台自带的流量，DTC 则需要自己引流，其品牌价值、产品力必须在云云新品牌里面脱颖而出，才能立得住。

### 借助 Facebook 平台，高效触达全球潜在用户，传播环保品牌理念

VIVAIA 技术层面的信息及更深层次的环保理念需要借助合适的渠道传达给潜在受众，让用户能够深入感知产品及理念，形成价值认同。基于自身品牌的定位，VIVAIA 做了大量前期调研，发现 Facebook 是更适合做其品牌推广的平台。

一方面，Facebook 及 Instagram 等社交媒体上有相当数量的秉持环保理念、愿意支持环保品牌、推动环保事业的用户，与 VIVAIA 的潜在用户是相契合的，另一方面，



## Meta: DTC 品牌 VIVAIA 的海外探索之旅

Facebook 及 Instagram 用户量级达到 28.5 亿和 10 亿，通过这样的平台去推广，可以高效触达全球范围内对环保品牌有共同认知的用户。

品牌创立伊始，VIVAIA 就在 Facebook 和 Instagram 上建立了账号，并借助 Facebook 的广告进行品牌和产品推广。目前，VIVAIA 在 Instagram 和 Facebook 上拥有超过 80 万的粉丝，受到全球时尚人士和可持续生活方式理念的名人网红的青睐和推荐。短短一年多的时间里，VIVAIA 已远销全球 59 个国家和地区，用户数量超过 15 万。

VIVAIA 品类总监陈芳表示：“在 VIVAIA 走向全球的过程中，Facebook 起到了至关重要的作用。好的产品、品牌及其理念需要传播，Facebook 将我们与全世界的用户连接起来。让社交媒体成为我们理念传播和用户交流的渠道。在这些平台上，用户不仅可以迅速了解产品动态，品牌也可以及时获取用户反馈。最近我们在 Instagram 上面的直播也取得非常不错的效果，进一步拉近了我们和用户的距离。”

### 精准投放，深入了解客户需求，深化品牌传播

在 Facebook 和 Instagram 等社交平台上，人们乐于分享自己的兴趣和喜好，这有助于 Facebook 帮助品牌精准触及其潜在客户。

在品牌创立初期，VIVAIA 就借助 Facebook 大体量的用户、精细的标签、匹配精准的算法快速定位到用户人群，通过视频和图片广告，增加曝光，促成购买。VIVAIA 正借助 Facebook 的追踪、数据拆分及自定义用户功能，进行分层投放及多次曝光，提高整站的投放收入。

Facebook 还帮助 VIVAIA 展开更深层的品牌传播与用户互动。在品牌认知阶段，VIVAIA 通过 Instagram 和 Facebook 将品牌理念和品牌故事直接传达给用户。在有了用户基础之后，又通过这些平台与客户进行互动和沟通，了解客户反馈和需求，进一步优化产品，深化品牌传播。

用户会分享他们对于产品、设计和品牌价值观的认知、感触。反馈和沟通有助于 VIVAIA 团队在产品打磨和理念推广上走远走实，也让品牌和用户的关系更加紧密和牢固。



## Meta: DTC 品牌 VIVAIA 的海外探索之旅

此外，Facebook 也会将其广告系统的收集到的客户反馈提供给品牌，助其了解用户对该品牌理念、产品品质、配送时效等方面的反馈，优化广告投放、产品设计和购物体验。



## eBay: 帮助中国传统出口产业转型升级

在全世界商业格局变化加速，消费迭代高频，传统外贸企业面临转型困难之际，为协助更多传统外贸企业转型，分享跨境电商行业的发展红利，eBay 开通了企业入驻通道。传统企业可以在入驻平台后，享受 eBay 提供的相应优惠政策和服务支持，助力企业更加贴近消费者真实需求，更为准确、全面地了解市场趋势，逐步明确发展方向，有的放矢地进行技术与经验的累积，实现转型升级。

eBay 在中国建立了专业的跨境贸易服务团队，该团队定期在全国各大城市进行卖家宣讲和业务学习班，为中国卖家提供各种支持与增值服务。专业的客户经理还会对其专管的卖家账户进行密切关注和指导，针对不同阶段的中国商家，提供跨境交易认证、业务咨询、疑难解答、外贸专场培训、电话培训、外贸论坛热线、洽谈物流优惠等一系列服务，帮助中国卖家顺利开展全球业务。eBay 推出专为中国跨境电商出口卖家打造的交流、沟通和分享的平台 [www.ebay.cn](http://www.ebay.cn)，不仅提供 eBay 国际贸易培训课程，分享各个目标市场贸易动态，帮助中国卖家开拓海外市场，还设有用户“讨论区”，帮助用户在经验交流中提升销售技巧。

同时，eBay 还在上海建立了研发中心、数据分析中心及海淘进口团队，帮助广大中国卖家将“中国制造”销售到全球市场。一大批传统的中国中小企业和个人创业者利用 eBay 平台的全球化优势突破了传统国际贸易中的重重障碍，转型为本地和全球市场融合发展的小微跨国公司。2018 年 1 月 25 日，eBay 与商务部研究院电子商务研究所携手共同举办了第一届中国跨境电商出口高峰论坛并首次发布《中国企业跨境电商出口指南》，指南分析了全球跨境电商发展现状与趋势、中国跨境电商主要产品与发展趋势、中国沿海经济带和新兴地区的跨境电商出口企业，帮助中国企业更好地理解全球跨境电商政策，并提出具体建议。

在 eBay 的推动和培育下，中国涌现出一批业绩优秀的跨境零售出口电商。他们积极开拓进取，不仅实现了自身的商业价值，并且带动了当地的产业升级和经济发展。eBay 团队根据各省市的不同区位优势和产业特点，积极与当地政府展开合作，激活了当地潜在的跨境电商零售出口优势。

2020 年新冠肺炎疫情的蔓延催生了线上购物需求，eBay 平台销售增长强劲，新卖家增长加速，平台上各个品类，包括家居园艺、电子、时尚、汽摩配件和收藏品等品类，其销售额都显著加速增长。这些品类的强劲增长离不开中国卖家的助力，



## eBay: 帮助中国传统出口产业转型升级

据 eBay 数据显示，2020 年第一季度，尽管中国卖家的业务由于疫情原因而受到物流不畅、产品供应短缺、人手不足等影响，但是，eBay 平台上中国卖家销售的各个品类产品在美国、英国、德国、澳大利亚等市场均呈现上涨趋势，尤其是家居装饰、体育用品、健康美容等类别产品增长更加突出。在 eBay 美国站，中国卖家的有氧运动器材销量增长了 30%，割草机销量呈显著上升，销量增长近 40%。eBay 德国站显示，中国卖家的沙发和扶手椅的销量增长均接近 60%，吸尘器的销量增长超过 50%，空调的销售量增长更是达到 130%。在 eBay 澳大利亚站，电动踏板车的销量更是增长迅速，达到 120%。

2020 年，由上海市商务委指导，eBay 和上海跨境电子商务行业协会携手主办的“出海优品 e 路同行”系列活动在上海正式启动，eBay 将在此项目框架下，为上海市企业提供专门入驻通道和快速入驻审批程序，并提供相应的流量扶持，同时，线下大型跨境电商峰会，系列沙龙活动，产业带行业拓展活动都将逐步开展，进一步帮助上海企业、上海品牌打通跨境交易产业链中的趋势预测、产品定价、金融管理和物流管理等环节，推动上海优质企业和传统优势品牌转型升级，通过跨境电商零售出口扬帆出海。2021 年，eBay 携手上海市商务委共同举办“出海优品 e 路同行”一周年峰会，发挥跨境电商新业态模式优势，持续推动上海优质企业和传统优势品牌转型升级，通过跨境电商出口通路快捷拓展全球市场。近 500 家上海企业、学校以及相关跨境电商机构代表出席了此次峰会。活动上，eBay 颁发了上海地区卓越新卖家奖，表彰了上海星棱达国际集团的突出成绩；并与上海对外经贸大学、上海市现代职业技术学院现场签约 eBay “E 青春”人才培养项目，推动上海地区跨境人才培养；此外，eBay 还邀请到来自深圳、福建成熟跨境贸易地区的优秀卖家代表参加峰会，分享传统制造转型升级跨境电商的痛点，帮助全国卖家更有信心转型出海。

### eBay 简介

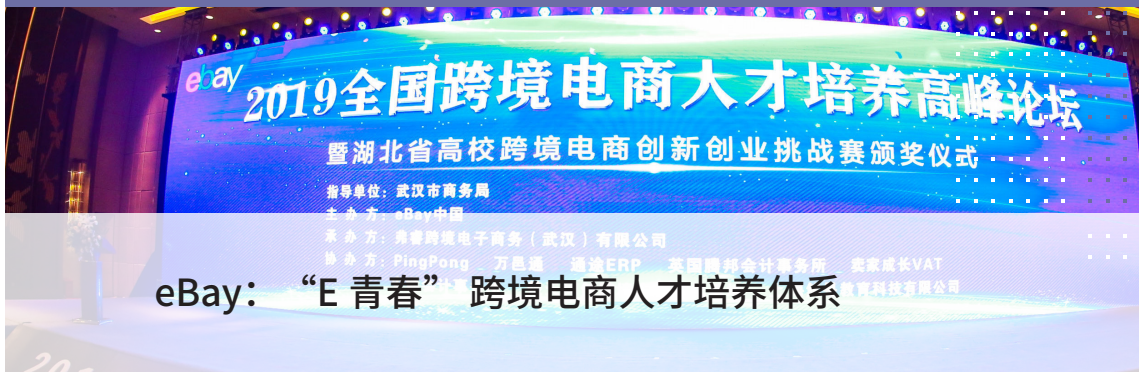
eBay 于 1995 年创立于加州硅谷，是全球最大的交易平台之一，为用户提供高性价比的精选物品，帮助消费者随时随地、在全球几乎任何一个国家进行买卖交易。

在中国，eBay 致力于推动跨境电子商务零售出口产业的发展，为中国企业开辟直接面向海外的销售渠道。为了帮助中国企业在 eBay 上顺利开拓全球贸易，eBay 成



## eBay: 帮助中国传统出口产业转型升级

立了专业的跨境交易服务团队，提供跨境交易认证、外贸专场培训及在线培训、外贸论坛热线、业务咨询等一系列服务；同时还积极与第三方供应商合作，推动跨境电商物流、融资、保险等解决方案的出台与应用，解决跨境电商企业的后顾之忧。



## eBay: “E 青春” 跨境电商人才培养体系

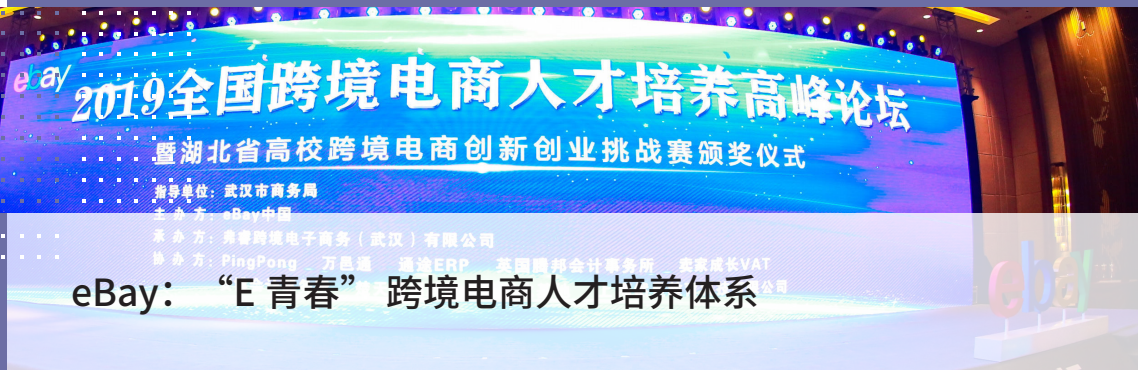
在近年跨境电商产业迅猛发展，庞大市场机遇下，人才缺口日益凸显。2016年，eBay启动跨境电商人才训练营，推动沿海经济带的创新型互联网人才培养。此后，eBay在2017年和2018年先后和江西外语外贸职业学院、福建商学院合作开设“eBay跨境电商班”和“eBay跨境电商学院”，通过“产学”一体模式定向培养跨境电商人才，帮助学生无缝对接校园和职场。在多方积极尝试取得成功后，eBay继续整合资源，在全国外贸职业教育教学指导委员会的指导下启动“E青春”人才培养计划，旨在携手全国高校，为想从事跨境电商行业的在校学生提供专业的eBay知识培训和真实的eBay账号实操训练。把他们培养成为高素质的、具有实操经验的跨境电商专业人才，并输送到跨境电商行业中进行就业与创业，从而解决跨境电商人才缺口问题。

eBay“E青春”人才培养计划为跨境电商人才培养提供了从行业辅导、教材支撑体系，到行业实践和职场对接的360度全方位支持，为行业培育兼具专业知识和实际操作经验的电商人才。整个项目将围绕E课堂、E职场、E工厂、E导师四大核心模块进行，覆盖eBay基础运营所有内容，包括eBay政策、刊登技巧、选品技巧、物流、收款、客服等各个跨境电商环节的培训。

- E课堂：丰富的线下课程体系，前沿的跨境电商行业资讯；完备、灵活的在线课程，系统的教材支撑体系。
- E导师：与资深的业内专家“零距离”沟通，全方位疑难解答。
- E工厂：专属学生实习账号，海量行业资源对接，专业的社会实践基地。
- E职场：最新行业人才报告，优质企业现场招聘，全方位的自主创业支持。

在2020年“第三届全国跨境电商人才培养峰会”上，eBay与全国电子商务职业教育教学指导委员会签订战略合作备忘录，推出“E青春”2.0，发布跨境电商人才生态建设3年行动计划，计划加大投入，在现有“E青春”人才培养体系基础上，充分融入全国电商行指委的资源优势，全面升级当前的人才培养体系。双方共同推进跨境电子商务产教融合，提升跨境电子商务专业人才培养质量，帮助中国企业通过eBay平台更好地开拓全球市场。根据备忘录，电商行指委邀请eBay成为“行业+领先企业”产教融合生态建设伙伴，共同在跨境电子商务专业教学资源建设上设立实质性计划，共同开发高质量的跨境电子商务课程、教材和数字化教学资源；探索打造以“学生-学校-电商行指委-跨境电商综试区-亿贝-用人单位”为闭环的跨





## eBay：“E青春”跨境电商人才培养体系

跨境电商人才培养生态体系；计划联合发布跨境电商人才培养报告等。

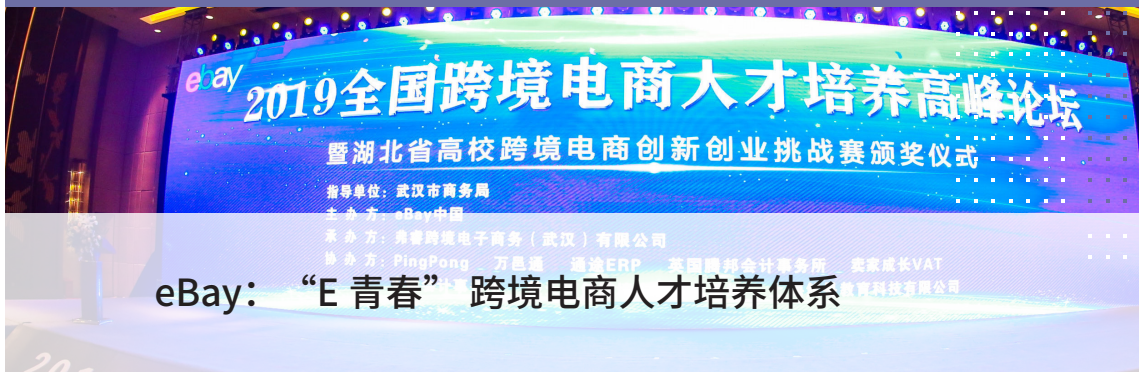
为了进一步扩大该项目的影响力，eBay 陆续在青岛、武汉、杭州，共举办了三届全国性的跨境电商人才培养峰会，通过与政府、高校、企业、行业协会等资源，紧密合作，共同探讨跨境电商人才培训的新方向与新思路，给蓬勃发展的跨境电商行业及时输送了大量实践与理论知识兼备的专业人才。同时，eBay 在第三届跨境电商人才培养峰会启动颁发“eBay 总裁奖学金”计划，每年评选一次，根据理论学习成绩及实操表现，选出品学兼优的“E青春”学员颁发奖学金，并邀请获奖学员到现场颁奖。

2020 年以来，eBay 共举办了七场创新创业大赛，吸引了超过 350 所高校、6000 多名学生参与比赛。创新创业大赛采用真实 eBay 帐号运营的方式，评比参赛选手“店铺运营+路演+学习成绩”的综合得分，旨在考察参赛团队对跨境电商的理解、销售产品的市场分析、团队未来规划等能力。


2021 年 3 月，eBay 还启动了首届全国性的跨境电商创新创业大赛，有 288 所来自全国各地的高校组成了 2560 个团队报名参加，总报名人数超过上万人。eBay 在本次大赛中不仅为学生提供真实的学生账号作为支撑，同时还为学生对接了优质的供应链资源，帮助学生在真实的商业环境下进行实战和比赛。为帮助各参赛队伍能够取得好成绩，部分赛区还特别安排了赛前训练营助力各参赛队伍。集训期间，学院讲师分别从理论和实操技能两方面对参赛选手进行了深入培训和训练，并通过线上线下有奖答题、签到墙寄语等多个互动环节激发参赛选手的积极性。选手们表示，通过集训，自己对跨境电商行业有了更加深入的认识，平台运营实操技能有了非常大的提升，更加坚定了自己从事跨境电商行业的信心和决心。

eBay 携手全国高校，共同探索“以赛促学，以赛代练”模式，希望真正培养出具有实操能力，能够在真实环境下做运营的跨境电商人才，为优秀的专业人才提供展示自己的舞台。举办创新创业大赛的一个重要目的就是联合各大平台加快跨境电商人才培养，促进产教融合，拓展“双创”渠道。eBay 期待通过创新创业大赛的举办，引导更多高校学生投身跨境电商就业创业，eBay 也将以一流的教学和服务为各地从事跨境电商的高校毕业生提供便利。

为了积极响应国务院“全力以赴稳住外贸外资，推进贸易高质量发展”的号召，ebay 希望充分发挥跨境电商对促进开放型经济发展的推动作用，以政企合作为契



机，在跨境电商培训、人才创业就业等方面谋求更深层次、更宽领域的合作，进一步推动资源互补、共建共享，促进产教融合、实现互利共赢。政校企合作对服务地方经济社会发展、助力产业结构优化升级、推动高校综合改革等方面也起着积极的作用，根据企业的用人需求，构建多样化人才培养体系，大力培养应用型人才，不断丰富合作内容、拓展合作领域，切实提高人才培养和服务地方的水平。为大力发展地方职业技术教育，使学校培养出既有良好专业知识又有实际操作技能的应用型人才，实施以职业能力培养为中心的教学模式，使学校成为园区企业定向人才提供的场所，园区企业成为学校的实习实训基地。通过“政校企”合作，走“产、学、研”相结合的道路，进行有效的资源整合，使双方互惠互利。



## 领英：助力中国企业出海

### 一、疫情下中国企业国际化进程遭遇挑战

内外部经济形势的深刻变革以及我国经济面对的长短期挑战，使得我国近期做出了“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的‘双循环’部署。在产业链转移风险加大的背景下，我们还需保持积极开放的态势，通过加大开放措施如加速自贸港建设等，吸引外资流入。

虽然 2021 年受疫情影响，中国出海企业海外招聘受到疫情阶段性影响，但绝大多数企业出海步伐依然坚挺，出海机会也非常多。尤其是对于互联网、高新科技企业，他们在中东、东南亚、非洲等新兴市场中，由于具有商业模式创新、产业优势延伸和核心技术应用的优势，能找到更多更好的机会。可是，领英发现中国企业在国际化进程中仍会遇到极其严峻的人才挑战，这其中包括人才能力甄别困难、招聘渠道缺乏、跨文化融合能力欠缺、雇主品牌薄弱等。国家双循环政策框架鼓励中国企业走出去，中国急需部署海外人才战略。为响应这个需求，领英可以提供海外人才洞察，从独特的视角帮助企业解决迫在眉睫的问题。

### 二、白皮书助力中国出海企业发展

《中国企业海外人才发展白皮书》（简称“白皮书”）是由中国国际贸易促进委员会直属事业单位中国贸易报社中贸国际智库平台与领英中国联合编写的关于中国企业海外人才发展领域的最新研究成果。白皮书于 2021 年 2 月 1 日正式发布，主要从需求、管理、不同行业及市场的视角，结合具体案例，对中国企业海外人才现状及趋势进行了描述、分析和判断，并对如何提升未来中国企业海外人才战略布局能力提出了建议。受益于在全球人才领域的资深经验，领英的洞察能为公共部门制定人才发展政策与规划、提升城市竞争力与行业吸引力及国家凝聚力提供有益的参考。

出海人才方案中的核心发现：

1. 在中国企业海外员工招聘需求方面，34% 中国企业未来仍有较大的海外员工招聘需求，并从“走出去”阶段迈向“走进来”阶段，23% 中国企业在疫情期间继续扩大招聘，66% 中国企业在制定专门的海外人才战略。
2. 在中国企业出海人才需求与特征方面，报告认为在欧洲、北美洲、大洋洲的中国企业对中高端职位的需求大于 60%，高于全球其他市场，其中以技术类人才和管理类人才为主要的需求对象。



## 领英：助力中国企业出海

3. 中国企业国际化进程中遇到的人才挑战包括人才能力甄别困难、缺乏招聘渠道、文化融合能力欠缺、雇主品牌薄弱；因此，企业应该明确自身出海目标、提升战略文化格局、提升企业可持续竞争力、建立海内外互通人才库、做好人才本地化工作、用好华人华侨、加强行业自律、建立专业团队等。
4. 具体而言，在当前中国出海企业急需的人才中，技术人才居首，其次是管理类人才。此外，语言、研发、政府公关、法律、一线运营、采购、物流等领域人才也在需求之列。

### 三、出海人才方案的积极社会影响

领英为中国出海企业的发展提供了数据支持，从海外人才战略布局、雇主品牌的建立、市场变化的组织架构匹配和人才匹配等层面提供发展建议。从总部和海外分部的合作模式角度提供出海意见。帮助企业拓展国际化视野，解决问题。指出出海企业急需的人才空缺类型和职能，总结海外人才招聘困难的原因，并基于这一系列分析明确我国出海企业在人才招聘方面的发展方向。针对于 2020 年疫情对于国际市场的影响，领英纵观制造业的经济情况和招聘趋势，客观反映了疫情之后企业对于不同人才如数字化人才的需求变化，为人才招聘和人才打造提供因时制宜的见解。

#### 领英公司简介

LinkedIn（领英）作为一家全球领先的职场社交平台，创建于 2003 年，总部位于美国硅谷。领英的愿景是为全球 30 亿劳动力中的每一位创造经济机会，进而绘制世界首个经济图谱。截止截止 2022 年 3 月 31 日，领英全球会员总数已达 8.1 亿，覆盖 200 多个国家和地区，其中，中国会员总数已逾 5,500 万。领英于 2014 年正式宣布进入中国，并持续为个人会员和企业客户提供优质的本地化产品和服务。2021 年 12 月，领英在中国内地正式发布全新产品——“领英职场”，持续发力中国市场。“领英职场”将沿用领英求职与招聘功能，继续帮助用户连接职业机会，协助雇主找到理想的候选人。同时，领英将继续通过人才解决方案和营销解决方案为企业和组织带来价值，在人才和品牌双方面助力中国企业的国际化发展，从而更好地连接全球商业机会。

## IBM：可视化供应链技术助力实现智能制造

### 一、行业可持续发展要求供应链协同工作

许多企业发现，来自供应链的间接碳排放，包括企业上下游活动的碳排放，占到了企业总排放的90%以上。因此，对于所有行业来说，要实现可持续性，必须全面地审视和理解整个供应链。如果行业组织没有准确的供需计划，就会产生连锁负面效应，在供应链中的其他领域产生浪费。因此，要实现供应链绿色低碳，就需要准确、实时的全局库存视图，并且能够以可信方式在整个供应链生态系统中共享数据。

### 二、IBM 携手阿特斯阳光电力打通供应链

阿特斯阳光电力是中国领先的太阳能光伏组件制造商和太阳能整体解决方案提供商。为支撑全球发展战略，以及为进一步升级智能制造奠定基石，阿特斯阳光电力携手IBM，希望通过全球化的高效运营管理平台实现供应链端到端的透明化管理，建立以销定产、全球共享协同的供应链生态圈。

智能制造的核心基础是“可视化”。阿特斯阳光以S4 HANA为核心的全球高效运营管理平台改变了过去碎片化、线下操作沟通不畅、基础数据不对称的信息管理和业务沟通模式，实现了6大洲、12家销售公司、7个生产基地的供应链端到端的数据化、可视化、透明化管理，并创造了光伏行业核心ERP实施全球覆盖的最快记录。

### 三、可视化供应链技术的应用成果

该平台上线4个月，销售订单4000张、计划订单2100张、生产订单7600张、发货指令4400条、发货单10300张，全部按照供应链流程规范执行，减少了内部无效沟通，大大提高了库存准确率和工作效率，库存出错率降低了50%，周转率提升了5%。

### 四、双碳目标背景下的企业发展建议

“双碳”目标是中国政府层面针对下一阶段经济发展的顶层规划目标，也是全世界范围各国政府高度关注的议题。企业战略层面贯穿可持续发展理念，提升可再生能源利用率，降低商业活动各环节碳排放，是各行业企业现阶段都需要付诸行动

## IBM：可视化供应链技术助力实现智能制造

的重要事项。

“双碳”目标既会带来企业的合规风险和减排压力，但也进一步倒逼企业进行管理能力提升和技术改善。整体上，我们建议企业从以下方面入手考虑和开展低碳工作：

- (1) 制定明确的可持续发展战略和碳中和目标，找到自身在“双碳”目标中的市场定位，并在组织架构和业务、产品等方面做出对应调整。
- (2) 可持续发展和碳中和目标需要企业有效平衡碳中和的机遇与负面影响。对于本身处于新能源等领域的企业，碳中和带来了重要发展机遇，进一步提升其所处细分的竞争力。对于利润明显受到碳减排影响的公司，在存量业务上开展节能减排、降本增效为主，碳捕集和碳交易为辅的行动。同时积极布局可持续发展和新能源领域，加速业务转型。
- (3) 信息化技术是企业可持续发展和碳中和目标实现必要的工具。企业碳足迹追踪和碳资产管理越来越依赖信息化技术，企业降本增效的实现也很大程度上依赖数字化能力和智能化水平。碳中和业务与现有信息系统和业务流程的结合，面向监管进行信息披露，与碳交易市场的连通，都是信息化建设工作能够有效助力的方向。



## 安利：借助数字能力升级赋能创业者实现社群转型

### 一、新兴电商对传统直销产生冲击

直销是基于传统社区、社群的销售模式，依托于人际网络，进行产品的分享和销售。但伴随着移动互联网、5G 等技术的迅速崛起，直播、电商、线上社群等新型营销模式呈井喷状发展，给包括直销在内的许多传统销售行业带来巨大挑战；新的销售方式也重塑了消费者的行为，更高效便捷、更多选择、更强的互动性成为了消费者的基本要求，所有的零售企业都需要进行改变，否则很难获得市场的增长红利；面对这样的挑战，直销行业出现整体下滑，从业者的信心也受到了打击。从微观层面，众多直销从业者、创业者都面临着转型的难题，首先，在技术层面，需要有足够的支持，让他们将过往的能力迁移到线上；同时，在观念层面，也需要匹配新的模式，更新营销与经营的手段。

### 二、安利促进创业数字化转型

安利的数字化转型动力来源于两个方面，它既是对外部挑战的积极回应，也是对于其内部创新趋势的发掘和培育。因为安利业务本身并不是整齐划一的模式，而更类似于创业生态群，一些“先锋”创业者，已经开始运用线上的新模式开展业务，并且带动了业务的快速增长，安利内在的基因和新技术、新模式极具耦合性，也代表了转型的方向。

在内外动因的驱动之下，安利的数字化转型，是沿着以下的路径来赋能创业者的。

#### 1、明确方向：锁定大健康赛道，聚焦优势领域

2021 年初，安利公司正式确立了聚焦大健康的发展战略，一方面，健康中国的概念已经上升为国策，消费者的健康观念日益强烈，形成了非常好的外部条件，另一方面，安利自身拥有的纽崔莱品牌又在营养健康领域极具优势，内外条件成熟的情况下，锁定大健康赛道，无疑是明智的，也给众多安利的营销伙伴分析清了接下来的发展方向和发力重点。

在大健康战略的指引之下，数字化工作的重点方向就是为安利的创业者提供大健康创业的全方面支持，相关的知识、内容的完善和升级，与健康相关的工具、应用开发等。



## 安利：借助数字能力升级赋能创业者实现社群转型

### 2、找准适合安利创业者的转型模式

面对外部琳琅满目的新型营销模式，到底哪个更适合安利的从业者呢？结合安利本身的“社交”基因，安利也将社群作为切入点，通过线上数字化能力、社群经营能力的提升，实现线上线上的双轮驱动，有数字化技术手段实现安利创业者核心能力的跨平台迁移。

### 3、基建、观念双推动，因地制宜赋能创业者

安利的数字化转型是一个系统性功能，安利不仅要保持技术的先进性与前瞻性，使得安利所提供的数字化体验能够对标国内一线互联网平台的产品和服务，满足消费者和创业者的需求，还需要保证新的技术和经营理念能够充分渗透到创业者当中，与他们实际的业务场景无缝对接，解决他们的业务痛点，最终实现增长。

在数字化基础建设和应用开发领域：安利与阿里、腾讯、京东展开了广泛合作，保证了高效便捷的数字化体验，同时提供了完善的数字化社群解决方案，数字化洞察与客户管理解决方案，包括游戏化、视频化、碎片化的学习与培训解决方案。数字化的应用涵盖了业务的方方面面，能够使得创业者与数据中台实现无缝对接，以数字支持业务。

观念转型的过程，更是一个庞大的教育、培训和引导的过程。安利以自身核心的营销领导人为切入点，通过创新试点、数字化工作坊等方式，与他们共同体验优化数字化应用，利用他们的影响力来撬动庞大的销售队伍。同时，我们也兼顾短期与长期价值，既要快速响应，解决营销人员经营过程中的痛点，也需要为整体业务模式的现代化和转型打下扎实的基础；在这个基础上，安利也遴选了市场中的最佳实践，加以提纯推广，提升市场转型的动力。比如公司现在在做的“线上大健康读书会”社群，就是通过对成功案例的梳理，总结出优秀的社群运营经验，并分享给广大营销伙伴，就是要让大家看到实实在在的转型成果，只要长期坚持是能够带动业绩成长的。另外，面对市场多元化、差异化的特性，安利也采用了“精准赋能”的思路，尊重不同市场的差异性，并不强求一刀切或者运动式的推广，而是为处于不同发展阶段的市场，找到匹配的数字化解决方案，重点推广与他们业务相关度最高的应用，保证市场的接受度。





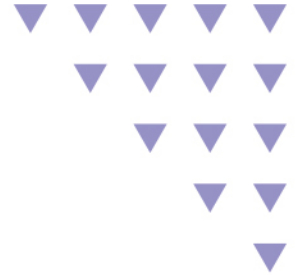
### 安利：借助数字能力升级赋能创业者实现社群转型

#### 三、安利数字化战略成果丰硕

从2012年开始布局数字化战略开始，截至目前，安利公司已经协助超过百万的从业者实现数字化转型，线上平台的销售业绩占比已攀升至98%，深耕大健康领域以来，重点上线推广了包括营养早餐、体重管理、健康丽龄等几大平台，组建各类大健康社群超过2000个、覆盖人数超47.9万，赋能创业者展业的同时，更肩负健康生活方式传递者的角色，推动健康产业发展。

#### 四、针对创业者数字化转型的经验总结与建议

- 1、赋能创业者数字化转型，正确的战略方向、精准的发展定位至关重要；
- 2、转型中，技术与观念的同步转型才能更好赋能创业者；
- 3、要帮助创业者找到适合自己的、差异化的转型发展模式，而非一刀切的搞运动。



金级赞助商



银级赞助商

