

目录 CONTENTS

01

2.1.1 跨境市场调研概述

02

2.1.2 跨境市场调研的内容和方法

03

2.1.3 跨境市场调研的步骤

2.1.1 跨境市场调研概述

1. 何谓跨境市场调研

对于跨境市场调研，学界尚没有明确的定义，此处将其暂且归纳为：在跨境网络营销中，利用IT（Information Technology，信息和产业）技术平台有系统、有计划、有组织地收集、调研、记录、整理、分析与产品、劳务有关的市场数据信息，客观地测定、评价现在市场和潜在市场，获取竞争对手的资料，摸清目标市场的经验环境，为经营者细分市场、识别消费者需求和确定营销目标提供相对准确的决策依据。

2.1.1 跨境市场调研概述

2. 跨境市场调研的特点



2.1.1 跨境市场调研概述

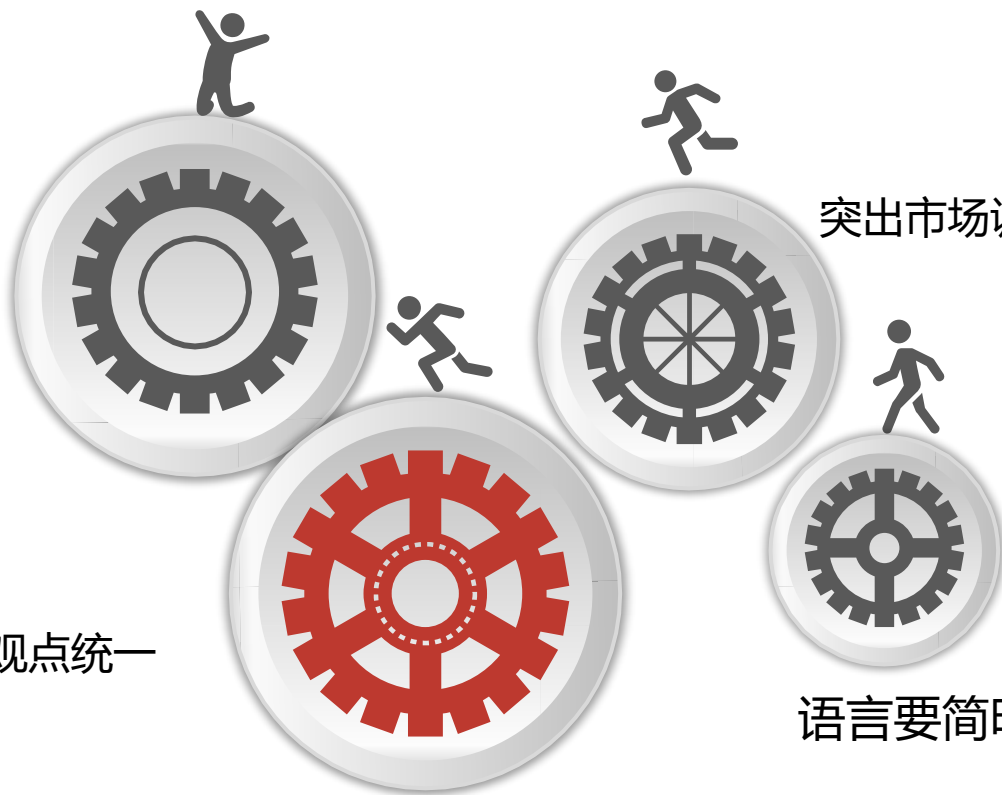
3. 调研报告的基本要求

客观真实、实事求是

调查资料 and 观点统一

突出市场调查的目的

语言要简明准确易懂

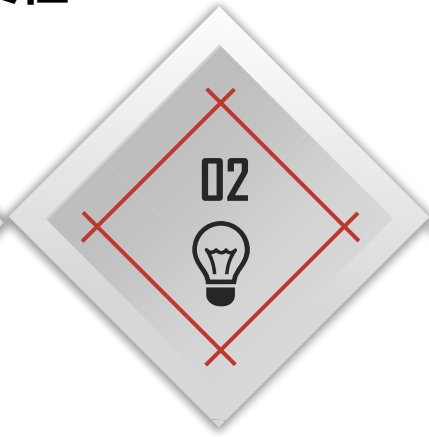


2.1.1 跨境市场调研概述

4. 跨境市场调研的重要性



改进产品和服务质量，提高客户满意度



留住老客户，吸引新客户



为管理人员做出正确决策提供帮助



为开拓新市场助力

2.1.2 跨境市场调研的内容和方法

1. 跨境市场调研的内容

对消费者的调研

现存的市场规模
潜在的市场规模
购买者的背景特征
购买者为什么及如何使用产品和服务
购买者的品牌忠诚度

1



2



对营运情况的调研

广告投放效果
促销效果
定价策略效果

3

对产品及竞争对手的调研

对产品的调研
对竞争对手的调研

4

对市场客观环境的调研

2.1.2 跨境市场调研的内容和方法

2. 跨境市场调研的内容架构



2.1.2 跨境市场调研的内容和方法

3. 跨境市场调研的方法

直接调研法

- (1) 专题讨论法
- (2) 在线问卷法

间接调研法

- (1) 利用搜索引擎查找资料
- (2) 访问相关的网站收集资料
- (3) 利用相关的网上数据库查找资料

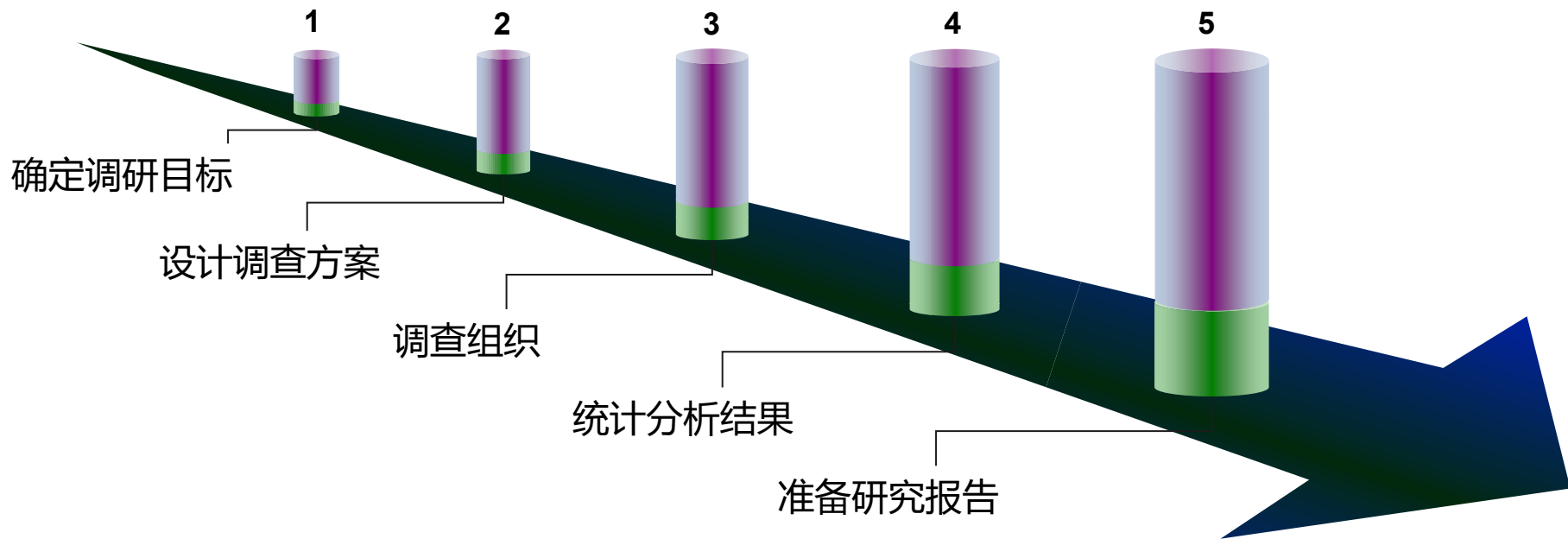
2.1.3 跨境市场调研步骤

1. 跨境市场调研的步骤



2.1.3 跨境市场调研的内容和方法

2. 跨境市场调研的操作示范



2.1.3 跨境市场调研的内容和方法

3. 跨境市场调研的案例

我国与美国跨境电商发展情况调研

一般来说，调研内容主要为：

中国跨境电商产业总体规模和宏观环境分析；

美国电子商务销售市场规模、增长情况；

美国电子商务产品销售发展趋势。

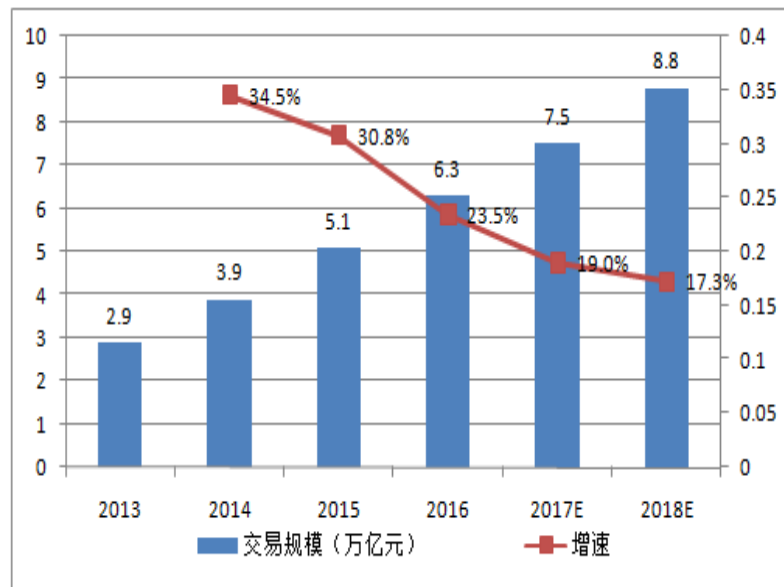
2.1.3 跨境市场调研的内容和方法

3. 跨境市场调研的案例

总体规模分析

我们可以从各类机构报告中获得中国跨境电商产业总体规模、增长速度、跨境电商进出口比例、出口到各国的规模等。如Paypal发布的电子商务报告、易观智库、阿里巴巴研究中心等机构发布的数据都有较为全面的阐述。

2013-2018年中国跨境电商交易规模及预测



数据来源：公开资料整理

2.1.3 跨境市场调研的内容和方法

3. 跨境市场调研的案例

中国跨境电商宏观环境分析

依据PEST宏观环境分析模型,对我国出口电商当前的政治法律环境、经济环境、技术环境及社会文化环境分析。

美国电子商务销售市场规模及增长情况

我们可以从艾瑞咨询、eMarketer、美国商务部等机构发布的数据了解到相关内容。(中国电子商务研究中心讯) 预计2019年网络零售额达到4800亿美元。

2.1.3 跨境市场调研的内容和方法

3. 跨境市场调研的案例

主要结论:

相比中国市场，美国网络购物渗透率高，提升空间小。虽然目前美国网络购物用户数量持续增长，但网络购物渗透率已达较高水平，未来增长潜力有限。针对美国网络购物渗透率提升空间小的情况，建议美国网购企业应更加注重服务模式的创新，注重对客户需求的深度挖掘，推出更多个性化需求来开拓自己的蓝海市场。此外，通过不断地改进客户体验来提高其满意度。

目录

1

知识产权规则

2

全球速卖通平台规则

特别301条款

美国认为对知识产权没有提供充分有效保护的国家和地区，把中国、印度等11个国家列入“优先观察国名单”并且把中国放在了最前面。



4月26日

世界知识产权日



知识产权

文学艺术和科学作品，表演艺术家的表演以及唱片和广播节目，人类一切领域的发明，科学发现，工业品外观设计，商标，服务标记以及商品名称和标志，制止不正当竞争，以及在工业、科学、文学艺术领域内由于智

知识产权的特征



无形财产权

确认或授予必须经过国家专门立法直接规定

双重性

专有性

地域性

时间性

《民法通则》第五章第三节
知识产权可以分为著作权、商标权、专利权、发明权、发现权等

知识产权纠纷的类型



盲目跟风



缺乏产权意识



平台政策了解不够

速卖通关于知识产权的规则



主要内容

- 1 尊重知识产权
- 2 发展有品质的自营品牌
- 3 完成品牌准入流程

版权（**Copyright**）
商标权（**Trademark**）
发明专利权（**Utility Patent**）
设计专利权（**Design Patent**）

店铺因侵权而受到冻结处理的原因

商标侵权

专利侵权

版权侵权

案例一

1、先要分析这款专利和自己产品的近似程度如果有区分性的话，我们就可以给亚马逊后台发申诉信。

2、如果申诉不下来就联系被侵权卖家提出和解。

网友收到了一封亚马逊的侵权邮件，大概意思就是说，we received a report of copyright infringement，然后呢，we removed the content listed，并且告诉他，要想重新上，就要拿到a retraction of the complaint from the rights owner。并且还详细给出了几种可能会发生的情况：说要是the rights owner同意收回投诉呢，就给亚马逊发一个邮件；要是你认为does not infringe the rights owner's copyright，那就准备相关证明材料；但如果既没有证明材料，也没撤回投诉，那就要曝光你的联系方式了，意思就是拉你进黑名单。

案例二

刚卖了个产品，收到小红旗说侵权，产品被亚马逊block了，我看到后的第一时间删除了产品。请问后续还要给亚马逊发邮件说明么？亚马逊给了个投诉方的联系方式，一定要去联系么？不联系的话对方还会不会继续投诉？

这种情况最好跟投诉方告知已经删除产品，并且再给亚马逊发邮件说明一下，避免下次再被投诉，对账户影响很大的，如果再第二次收到投诉，有可能会被移除销售权限了。

案例三

为什么我们自己有工厂还被投诉侵权？最近工厂刚开始做亚马逊，然后早上起来发现一大半的listing被禁售，客服说有人投诉我们商标侵权，我们自己是工厂为什么会出现这样的问题呢？

1、不是工厂就不会被侵权，注意是你有没有注册商标，是否在亚马逊进行过品牌备案了

2、如果你有进行品牌备案，可以提供证据给亚马逊申诉

案例四

近几天，收到亚马逊的警告通知，发了FBA的产品被举报商标和专利侵权，并且已经被下架移除。但是我们早就已经品牌备案了，不知道怎么就侵权了。有遇到过同样的问题的人吗？请问申诉应该怎么弄？FBA那边的产品怎么处理？

你有商标不代表专利不会侵权，商标是商标，专利是专利。最好去了解清楚侵权的原因是什么，如果账号还能进去的话，可以移出到海外仓。

全球速卖通平台规则

处罚依据	行为类型	违规行为情节/频次	其他处罚	备注
《禁限售规则》	发布禁限售商品	严重违规：48分/次 (关闭账户)	1. 退回/删除违规信息	
		一般违规：0.5分-6分/次 (1天内累计不超过12分)	2. 若核查到订单中涉及禁限售商品，速卖通将关闭订单，如买家已付款，无论物流状况均全额退款给买家，卖家承担全部。	

内容

第一章 卖家基本义务

第二章 交易

第三章 违规及处罚规则

第四章 附则

选择题：

- 1.世界知识产权日（ ）
A.3月26日 B.4月26日
C.3月27日 D.4月27日
- 2.知识产权的特征（ ）
A. 无形财产权 B. 地域性
C. 专有性 D. 时间性
- 3.亚马逊店铺侵权主要有（ ）
A. 商标侵权 B. 专利侵权
C. 版权侵权 D. 广告侵权
- 4.速卖通商标侵权一般违规处罚（ ）
A. 首次违规扣0分 B. 其后每次重复违规扣6分
C. 首次违规扣3分 D. 累达48分者关闭账号
- 5.下列那些跨境电商平台需要处理知识产权纠纷（ ）
A. 亚马逊 B. 速卖通
C. eBay D. wish

判断题：

1. 知识产权是指公民、法人或者其他组织对其在科学技术和文学艺术等领域内，主要基于脑力劳动创造完成的智力成果所依法享有的专有权利。（ ）
2. 世界知识产权组织于2002年4月26日设立。（ ）
3. 专利是保护产品本身。相比商标而言，其保护范围小，但保护力度非常强。（ ）
4. 版权也称著作权，是指作者及其他权利人对文学、艺术和科学作品享有的人身权和财产权的总称。（ ）
5. 亚马逊平台调整商标备案政策，需要拿到商标注册成功的证书R标才可以在亚马逊进行备案。（ ）

MANY THANKS TO YOU

