

香港電商平台服務亞洲商家 (Shoptline專訪)

企業著手開設網店時遭遇的第一個挑戰，也許就是權衡各類平台的優劣利弊。掛靠亞馬遜(Amazon)和eBay等發展成熟的網上市集也許是一個較為方便的選項，因為這類平台已擁有龐大的客戶基礎，但是商家也可能喪失對品牌的控制權，無法獲得屬於自己的客戶群。不過，創建獨立電商平台卻可能成本高昂，對新近成立的小型企業而言也頗具技術難度。

近年來，大量網站建設平台興起，競相提供低成本的電商解決方案，方便商家無論是在開設抑或運營網店時均能輕鬆自如，得心應手。這類公司，包括 Shopify、Wordpress和Wix在內，允許商家自行處理各類事務，由市場營銷和貨款支付，到安全結賬和貨運安排，商家皆可一手包辦。在香港，由黃浩昌和劉煦怡共同創辦的Shoptline也是這類平台。

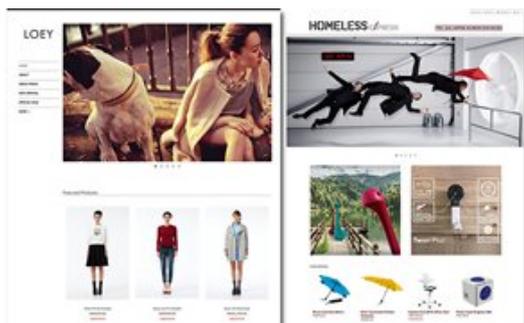
黃浩昌認為，全球不少網店平台提供類似服務，但擁有本地經驗或真正理解本地電商企業需要者不多。Shoptline發掘這些市場需要，並定位為專門服務亞洲商家的電商平台。



Shoptline聯合創辦人劉煦怡(左)和黃浩昌(右)。

他說：「電子商貿在亞洲的發展情況落後西方國家十年八載，但隨著越來越多亞洲人追趕電商熱潮，未來數年電商業務必將出現顯著增長，令電商網站創建服務的市場需求相應大增。」

2014年在香港推出第一個產品之前，黃浩昌發現大部分同類平台都要求商家具備一定程度的技術知識。他說：「Shoptline與其他網店平台的不同之處，在於我們開發出可供用戶即時取用的範本，讓技術並不嫻熟的商家也可以快速輕鬆地推出版面賞心悅目的自家品牌網頁版和手機版網店。我們每月僅向商家收取數十美元的費用，用於啟動和管理他們在Shoptline平台上的自家網店。」



越來越多品牌商家選用Shopline平台，包括香港時裝品牌Loey(左)和香港時尚生活用品品牌Homeless(右)。



Shopline在桌面電腦和流動裝置提供簡便易用的管理面板。

Shopline的系統是為支援雙語網站而設，雖然其宗旨是服務亞洲客戶，但在發展過程中始終顧及國際市場。黃浩昌說：「雖然本土市場規模較小，但香港企業的優勢在於成立伊始已著眼國際市場。我所認識的大部分香港客戶均瞄準跨境市場，而非僅僅將視野局限在本地市場。我們的平台系統幫助客戶實現發展國際業務的願景，這和業內台灣競爭對手的做法截然不同，他們的系統只為服務華人社群而設。」

Shopline現聘用45名員工，服務超過60,000名客戶，其中60%是台灣企業，其他商家來自香港和其他國家。絕大部分客戶都是員工人數不足20人的中小型企業。2014年，Shopline獲選中參加在矽谷進行的500家初創企業創業加速計劃，令Shopline得到全球技術提供者與合作夥伴的支持。

黃浩昌說：「我們目前需要克服的最大障礙是部分香港商家過分執著於量身訂製式網站。Shopline電子商貿工具的吸引力就在於商家可以選擇平台提供的範本，在短短數分鐘內創建屬於自己的網站。建立訂製式網站需要投入的成本較高，而且網站較遲面世。台灣客戶對網站設計並不太在意，他們更關注後勤支援和營銷。」



Shopline為商家提供各類工作坊，主題包括開設和經營網店所需要的技能，以及最新的營銷趨勢和技術等。

即使面對許多挑戰，Shopline在新增客戶方面依然錄得70%的按月增幅。為了協助客戶提高「最後一哩」的送貨效率，Shopline已與台灣7-11連鎖便利店以及香港的多家物流供應商結成合作夥伴。

黃浩昌表示：「看到公司和客戶一起成長，對我而言最有滿足感。多年來，Shopline已看到多家商戶由一人經營小店發展為僱用數十人的企業。」



找此頁到這裏

<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/研究文章/香港電商平台服務亞洲商家-Shopline專訪/rp/tc/1/1X000000/1X0A7GPZ.htm>

©2016年香港貿易發展局版權所有，未經本局同意，不得翻印本報告全部或部分內容。香港貿易發展局在編寫本報告時，已力求資料正確無誤，倘其中有任何錯誤之處，本局恕不負責。本報告表達的意見，並不一定代表香港貿易發展局的立場。