



## 亚马逊风波后 中国卖家的出路

殷浩

最近几天，网络上一篇文章《亚马逊的中国卖家不高兴》成了爆文，该文在微信公众号“PingWest品玩”首发，阅读量已达5.2万次，并且被搜狐、36Kr APP、新浪、亿邦动力网、中华网、中新网等众多财经大号转载，一时间“亚马逊无故封杀中国卖家”成为出口跨境电商企业的热门话题，一堆中国外贸人纷纷吐槽，成为本周的热门话题。

亚马逊风波预示着什么？宁波的跨境出口企业又该如何应对？

### 1 无可奈何的中国卖家

多家媒体报道显示，亚马逊封杀中国卖家账号的事情在春节期间就开始出现了。但这仅仅是风波的一部分。3月6日，微博上爆出众多亚马逊中国卖家举横幅抗议，图片显示，横幅为“亚马逊黑心平台无故封杀大量中国卖家”。据《亚马逊的中国卖家不高兴》一文描述，亚马逊采取了货物无故消失、账号被封、提高准入门槛、加强审查等手段，打压在亚马逊平台上开店打造自主品牌的中国卖家；同时亚马逊还大力扶持自营门店，将更多流量、权限甚至同类爆款商品引导给自营门店。文章指亚马逊既当裁判、又当运动员，企图将中国卖家变成彻底的供货商和OEM加工商，“不要中国品牌、只要中国制造”。

宁波作为跨境电商最为发达的城市，出口跨境企业有没有如此遭遇？《东南商报》多路记者对此进行了了解。有一家宁波企业也有类似的遭遇，其在德国站遗留下来的FBA货物（指的是利用亚马逊的仓储物流清系统送到买家手中的货物）上个月下单付费给亚马逊清理掉，但却意外发现这些清掉的货物还在亚马逊平台上当新货销售。而宁波义文堂文具有限公司总经理吕军雷也吐槽曾经与朋友合作在亚马逊上开展自主品牌销售，但却被无故下架。

亚马逊平台上的宁波卖家对亚马逊的这种打压非常不满，但却无可奈何。一位不愿具名的宁波跨境出口企业负责人表示，目前他没有能力也没有意愿与亚马逊对抗，相信99.99%的中国卖家也是这样的，大多数人本身是靠亚马逊做生意，被亚马逊“收割”或“收保护费”也是愿意的，只要能赚钱就行，但希望亚马逊做得公平一些，遵守规则，不要与中国卖家争利。

### 2 缺乏话语权的中国卖家

尽管亚马逊对中国卖家一贯强势，但包括宁波跨境出口企业在内的众多中国卖家仍然对亚马逊趋之若鹜。亚马逊全球开店业务去年以来在宁波举行了多场活动，每场都非常火爆。据PingWest品玩调查的中国跨境商家普遍估算，亚马逊平台上的跨境卖家至少有50%来自中国。粗略计算，中国商家通过亚马逊的全球开店业务给亚马逊贡献的营收就在53亿美元以上。

亚马逊的强势和中国卖家的委屈形成了强烈的对比。亚马逊强势的背后是其在全球跨境电商市场的垄断地位。作为全球最大的电商平台之一，亚马逊在全球已经拥有13个站点，据全球贸易通bossgoo微信公众号的整理，亚马逊在美国、英国、德国、法国、印度共5个市场的GMV（网上成交额）排名第一，在拉美和澳大利亚市场占据第二。有宁波跨境出口企业分析认为，其一年的成交总额在2390亿美元左右，占据全球75%的跨境电商流量，而剩余25%的流量，被eBay、wish等站点瓜分，根本无法与亚马逊匹敌。

在这种格局下，弱势的中国卖家根本无力与亚马逊对抗。有人评论，这又回到了OEM时代。OEM时代最大的特征是，在全球贸易体系中，中国众多的供货商互相竞争抢订单，不断压价，根本没有话语权。如今强势的亚马逊正在复制这样的格局到全球的跨境电商体系中。

### B2B2C是方向吗？ 3

全球贸易通是宁波一家为中小外贸企业提供全球小语种推广的平台，也有为跨境电商出口企业服务。《东南商报》记者昨天就“亚马逊风波”请该公司创始人陈建旭发表看法时，他只说了一句话，打压就转移啊，东边不亮西边亮。

尽管转移到其他平台上也是一个选项，但毕竟eBay、wish以及沃尔玛、苹果等电商平台的流量与亚马逊是完全不对等的。从跨境电商行业分析网站雨果网公布的数据看，2018年全球7大电商平台中，亚马逊的GMV是2390亿美元，仅次于阿里巴巴位居全球电商平台GMV的第二位，第三位是京东，GMV是2150亿美元；而同期eBay的GMV仅为930亿美元，位居全球第四；Shopify网站的GMV为330亿美元，日本乐天网站为310亿美元，沃尔玛电商为190亿美元，分别居第五、六、七位。由于京东和阿里的主要流量是在中国大陆，因此就当下来说亚马逊可谓是中国跨境出口企业开拓国际市场的最佳平台。

宁波外贸业内人士对“亚马逊风波”背景下如何继续借力亚马逊给出建议。据宁波一家规模较大的出口企业负责人介绍，目前该公司采用的是与美国买家合作的方式，先由宁波出口企业将货物以一般贸易的方式出口到美国，由美国合作伙伴在亚马逊或其他美国电商平台如eBay上开店开展C端销售，形成B2B2C的模式。这种模式尽管比在亚马逊网站上直接开店更加复杂，成本也会提高，但可以避免亚马逊对中国卖家的打压损失。

也有外贸人士指出，除了美国市场外，日本、英国、德国以及中东、拉美等市场，亚马逊的优势并没有数据呈现的那么大，跨境出口商完全可以与其他电商平台开展合作来替代亚马逊，比如在拉美和俄罗斯市场阿里速卖通也是一个选项。

亚马逊与中国卖家的蜜月期似乎将要结束，接下来出口商怎么办？我们拭目以待。

**永高基金**  
YONGGAO FUND

**021-51690111**

YONGGAO FUND