

中越 B2C 跨境电商平台商业模式比较分析

——以中国 Tmall Global 与越南 TIKI Global 为例

韦苏健, 黄海姮

广西大学 经济学院, 广西 南宁 530004

DOI: 10.61369/SSSD.2026050046

摘 要 : 随着全球数字化不断加速, 世界正逐步迈向全面网络化。数字技术的进步为社会与经济的转型带来了新的动力。在此背景下, 跨境电子商务成为数字经济的重要组成部分, 发挥着不可替代的作用, 并利用多种技术特点推动国际经济模式的变革。本文主要从价值定位、平台推广营销、跨境支付、物流配送、平台盈利方式方面分别介绍中国的本土跨境电商平台 Tmall Global 和越南的本土跨境电商平台 TIKI Global, 其次从以上的层面比较分析两个平台的差异与相同, 最后是根据前面的比较分析得出结论并且对越南的跨境电子商务平台商业模式提出发展启示。

关 键 词 : 中越跨境电商; 平台商业模式; 比较研究

Comparative Analysis of Business Models of China-Vietnam B2C Cross-Border E-Commerce Platforms—A Case Study of Tmall Global (China) and TIKI Global (Vietnam)

Wei Sujie, Huang Haiheng

School of Economics, Guangxi University, Nanning, Guangxi 530004

Abstract : With the accelerating pace of global digitalization, the world is gradually moving towards comprehensive networking. The advancement of digital technology has brought new impetus to social and economic transformation. Against this backdrop, cross-border e-commerce has become a vital component of the digital economy, playing an irreplaceable role and leveraging various technological characteristics to drive changes in international economic models. This paper primarily introduces China's local cross-border e-commerce platform, Tmall Global, and Vietnam's local cross-border e-commerce platform, TIKI Global, from the aspects of value proposition, platform promotion and marketing, cross-border payment, logistics and distribution, and platform profit models. It then comparatively analyzes the differences and similarities between the two platforms based on the above dimensions. Finally, conclusions are drawn from the previous comparative analysis, and development insights are proposed for the business models of Vietnam's cross-border e-commerce platforms.

Keywords : China-Vietnam cross-border e-commerce; platform business models; comparative study

引言

随着全球数字化不断加速, 世界正逐步迈向全面网络化。数字技术的进步为社会与经济的转型带来了新的动力。在此背景下, 电子商务被各个国家当作拉动数字经济增长的重要支撑点之一, 所以, 跨境电子商务也迎来了蓬勃的发展态势。越南与中国毗邻, 然而越南的电商发展远远落后于中国。近些年来, 越南已经成为东南亚区域内在线购物增速较快的国家之一, 2024 年电子商务市场规模超出 250 亿美元, 比 2023 年增长 20%, 虽然越南的跨境电子商务不断发展, 但仍存在诸多需解决的问题。

本文章选取越南本土 B2C 跨境电商平台 TIKI Global 和中国本土 B2C 跨境电商平台 Tmall Global 来深入研究, 研究其在 B2C 跨境电商领域中的商业模式与运营策略。TIKI Global 作为越南最大的本土 B2C 跨境电商平台, 近些年来 TIKI 不断提升跨境电商平台交易系统, 为国内消费者提供质量的产品, 可是关于 TIKI 的 TIKI Global 跨境频道仍缺乏越南消费者的印象。而 Tmall Global, 作为阿里巴巴旗下的重要平台, 凭借其强大的品牌影响力和丰富的运营经验, 成为全球颇具影响力的 B2C 跨境电商平台。

一、中国 Tmall Global 与越南 TIKI Global 比较

（一）价值定位比较

Tmall Global 最大的优势是在致力于提供正宗高质量的进口商品，尤其是专注于已经在中国市场上建立了牢固地位的品牌。Tmall Global 对商家制定了严格的标准，以确保提供正宗产品。Tmall Global 定位的消费者群体是那些注重产品质量和服务体验，他们是愿意为更高商品质量的产品和正宗产品保障支付更高价格的用户，这群消费者主要关注商品的来源和商品品质的可靠性。跟 Tmall Global 一样，TIKI 在越南也受到追求正宗商品和高质量产品的消费者优先选择，但是，TIKI Global 仍然在努力确定吸引和管理卖家的适当方法。尽管 TIKI Global 要求卖家入驻必须有效营业执照的注册企业，但是这还不足以打造一个真正的进口商品采购平台的形象，主要的原因还是 TIKI Global 的国际品牌认知度仍然相对较低。

（二）广告和营销模式比较

Tmall Global 通过结合娱乐综艺节目、线上推广和线下活动的方式，成功提升了其品牌曝光度和流量，进一步增强了平台的知名度。另外，Tmall Global 还深谙当下的流行文化与年轻代的心理诉求，以消费痛点为切入，联合全球品牌及趋势品牌，可是这些推广营销手段的成本很高，但目前也被许多其他平台广泛应用，导致市场上的广告内容出现重复性，消费者逐渐感到厌倦和疲劳。而 TIKI Global 目前尚未设计明确的营销战略，主要是通过 TIKI 建立的社交媒体频道进行介绍和宣传。

（三）跨境支付方式比较

Tmall Global 和 TIKI Global 的跨境支付方式有相同点都是都跟第三方平台合作。但在跨境支付方面，Tmall Global 具有明显优势，Tmall Global 拥有阿里巴巴旗下的国际支付宝（Escrow）系统，这能够对客户的交易支付进行严格管控并保障其安全性。此外，Tmall Global 也与第三方支付平台是连连支付（Lianlian Pay）和万里汇（Wanli Pay）合作，提供给海外商家更多选择。TIKI Global 目前仍然依赖第三方支付平台，如 Zalo Pay、Viettel Money 和 Payoneer 等第三方平台，在一定程度上导致了支付安全保障能力较弱，客户的信息容易被窃取、在发生风险的情况时难以明确具体责任归属等的支付存在问题。

（四）跨境物流系统比较

Tmall Global 和 TIKI Global 的跨境物流系统有很大的差异。跨境电商物流是 TIKI Global 以及越南的跨境电子商业最大的弱点。与 Tmall Global 相比，Tmall Global 有阿里巴巴的完善的菜鸟跨境物流系统，所以 Tmall Global 拥有跨境物流方式，包括国内的密集保税系统，海外的海外仓等，Tmall Global 也不断升级更新物流配送中心的分货拣货、打包、配送等技术，提高运作流程中的科技含量，保证了其物流运输的准确度和实效性。而 TIKI Global 目前在越南还没有为海外卖家提供保税仓服务，主要是依赖与国外物流合作伙伴的对接来完成物流配送，这一点成为 TIKI Global 跨境电商业务发展的一大障碍，如果 TIKI Global 想在未来实现更稳定的发展，TIKI Global 需要完善跨境物流体系。

（五）收益渠道比较

两个平台的主要收益渠道均来自于向商家收取的交易佣金，同时还通过物流仓储服务费用和广告业务等方式实现额外盈利。但是，由于平台定位形成过程略有差异，Tmall Global 相较于 TIKI Global 而言多了自营体系，所以多了自营商品营收这条盈利方式。

二、对优化越南跨境电商平台商业模式的启示

（一）对跨境电商平台商业模式的价值定位启示

对于平台地位，越南本土跨境电商平台需要借鉴中国跨境电商平台：

第一，加强与海外知名品牌的合作，丰富平台商品种类，对于平台地位，越南本土跨境电商平台需要借鉴中国跨境电商平台，为了打造一个真正的进口商品采购平台的形象，需要加强与海外知名品牌的合作，丰富平台商品种类。同时在将产品发布到平台之前，需要具备检查产品的来源和质量，如果发现伪造品，平台需要立即将其删除，或对这些企业制定合理的制裁政策。

第二，收集客户反馈以及运用自动评分系统，在商品售出后，平台主要通过审核用户评论、收集客户反馈以及运用自动评分系统，及时剔除质量不达标商品，从而维护商铺信誉，保障整体产品质量。

（二）对跨境电商平台商业模式的平台推广营销启示

第一需要重视多元营销手段的选取，跨境电商平台制订商业模式的时候，要重视多元营销手段的选取，单个推广方法常常很难达成好的成果，不过像抓住重要时点，线上线下的关联，不同企业协作这样多种途径一起用起来，就会得到更好的流传成效，也要把平台模式能产生的积极网络效应以及良好生态系统利用起来，借助调动已有用户群的活跃程度，吸引更多种类的用户加入进来，加强用户彼此间的交流联系，进而做到线上推广影响范围的最大化。

第二需要规划清晰的营销战略，各个平台不但要通过国内社交媒体频道实施介绍和宣传，而且还要规划清晰的营销战略来推进跨境频道的发展，可以设置会员制度或者给予奖励措施，促使商家踊跃去推广自己的店铺及商品，以此优化平台的购物活跃程度，并带动跨境平台的总体营销业绩。

（三）对跨境电商平台商业模式的跨境支付启示

第一，创建完备的风险守护体系，平台可通过创建完备的风险守护体系来阻止账户信息被他人盗用，而且要巩固对交易数据的监测与经营，从而缩减交易诈骗事件发生的可能性。在跨境支付这一环节当中，支付机构务必依照有关法律法规以及监管部门给出的指引，来核查交易双方的身份及其交易信息是否属实。

第二，加大在支付技术方面的研发力度，除了要巩固监管以外，支付机构还要加大在支付技术方面的研发力度，以此优化跨境支付的安全水准，增强交易数据的加密强度，利用大数据分析和云计算技术，针对跨境交易双方展开细致的审查并实施分级运作，进而给国内外用户营造出更为安全，可靠的购物与支付

环境。

（四）对跨境电商平台商业模式的物流配送启示

越南的跨境电商平台和政府需要重视推动保税仓和海外仓服务，关于保税仓，提议在越南关键口岸地区创建并扩充保税存储基地，如果资金不足，可以先同第三方保税仓展开合作，给予海外商家更多物流选择。

（五）对跨境电商平台商业模式的平台盈利方式方启示

从 Tmall Global 的成功经验来看，越南本土 B2C 跨境电商平

台可模仿增添平台盈利模式，越南本土平台可开设平台自营店，直接面向消费者售卖经过精心挑选的优质商品，这样做既能提升利润率，又能保障商品品质与配送速度，进而改善消费者的满意程度及其对平台的信任度，而且，平台可以推行会员制度，给予会员专享的折扣以及优先配送之类的好处，以此来增进用户的忠诚度，同国际品牌展开独家合作也是个不错的办法，通过变成一些品牌的独家代理商，能够获取更高的定价权和利润空间。

参考文献

[1] 张夏恒. “十五五”时期数字贸易创新发展的机遇挑战、目标取向及推进举措 [J]. 社会科学辑刊, 2025, (06): 132-142+261.

[2] 马述忠, 贺歌. 智能制造政策与跨境电商出口——基于“中国制造2025”城市试点的证据 [J]. 暨南学报 (哲学社会科学版), 2025, 47(10): 142-161.

[3] 伍蓓, 常心宇, 周俊涛, 等. RCEP 框架下跨境电商发展水平对出口贸易的影响机制及实证研究 [J]. 创新与创业管理, 2025, (01): 82-98.

[4] 盛丹, 殷亚洁, 张国峰. 跨境电商与中国的进口贸易 [J]. 南开经济研究, 2025, (08): 43-62. DOI: 10.14116/j.nkes.2025.08.003.

[5] 王晓宇. 新质生产力驱动下中国与海合会国家跨境电商高质量发展进阶 [J]. 西亚非洲, 2025, (05): 61-84+176-177.

[6] 廖润东, 柴宇曦. 评《数字经济时代我国跨境电商高质量发展路径研究》[J]. 统计与决策, 2025, 41(22): 2+189.

[7] 王喆, 匡姝蓓. 全球传播的流动性悖论：TikTok 跨境直播电商基础设施中的容器型技术 [J]. 新闻与传播研究, 2025, 32(11): 99-113+128.

[8] 朱菲华. 农产品跨境电商优化路径研究 [J]. 中国农业资源与区划, 2025, 46(10): 118+147.

[9] 焦媛媛, 李智慧, 付轼辉. 我国跨境电商商业模式创新路径分析 [J]. 商业经济研究, 2018(20): 63-66.

[10] 高钰萌. 跨境电商平台商业模式研究——以天猫国际为例 [D]. 天津工商学院, 2019: 25