



邁向「新製造」時代，阿里巴巴 B2B 為企業打造專屬數據管家

【作者 陳冠榮】B2B 電子商務平台阿里巴巴國際交易市場（阿里巴巴 B2B）攜手新北市政府，日前合作舉辦 2019 台灣 B2B 電商高峰會暨第五屆阿里巴巴 B2B 台灣十大網商決賽。阿里巴巴 B2B 已擁有龐大全球買家與平台技術優勢，成為企業做跨境電商的專屬數據管家，協助獲得致勝於外貿市場的知己、知買家、知市場「三知」能力；並透過買家分析優化製造流程、市場定位以及營運管理，邁向「新製造」時代。

阿里巴巴 B2B 在台這 10 年，致力為台灣外貿環境以及中小企業從思維與體質上朝數位化轉變。阿里巴巴國際交易市場台灣總經理張岳博表示，阿里巴巴 B2B 從推動外貿生態圈、進而攜手第三方服務商，培育與媒合台灣電商人才；同時透過推動商圈商會共享經驗來促進企業成長，從各個面向支持台灣企業拓展外貿。

「新製造」時代來臨，阿里巴巴 B2B 平台數據助企業獲得「三知」能力

由製造商主導生產的時代已過去，未來是由買家來主導。以往的國際貿易，企業主憑藉過去的成功經驗、既有資源以及直覺來生產商品，因為無法量化經驗與直覺，產品難以因應快速的市場變化，產生許多錯誤並耗損成本，未來的製造業靠的是「數據」，這也符合阿里巴巴創辦人馬雲在 2016 年提出五大新趨勢之一的「新製造」。

今年獲選阿里巴巴 B2B 台灣十大網商的企業實例，驗證了大量數據幫助企業獲得致勝於外貿市場的「三知」能力：

知己

阿里巴巴 B2B 後台數據幫助企業看到自家於全球市場的位置，例如透過跨境電商將縫紉機壓布腳成功銷售四大洲的邑新針車企業有限公司，從平台買家搜尋行為中發現，壓布腳是該產業最受買家矚目的四大需求之一，進而改造產品供應鏈、成功開發新款式，並優化製造流程，這便是新製造模式幫助企業優化生產與營運的其一案例。

知買家

企業可透過平台數據了解到買家的身處地區、停留時間、關鍵字搜尋等等，進而驅動製造環節的改變。例如在阿里巴巴 B2B 以銷售食品預拌粉為主的三得冠股份有限公司，就透過平台數據分析全球買家針對食品預拌粉的各種熱搜詞，重新定位外銷的主力商品，從布丁果凍粉改成冰品粉，精準投放資源在更具市場競爭力的商品上。讓公司從結單後生產轉變為計畫性生產，一年新客開發成長 5 倍、業績成長 1.2 倍。

知市場

平台累積全球買家的大量需求資訊，提供各個市場的最新產業趨勢，協助企業把握商機，找出自家商品的需求來源。像是已有 55 年傳產經驗的廣野精機股份有限公司，是許多國際品牌織帶機械的供應商，透過跨境電商進行轉型，並運用數據調整產線，縮短客製化產品交期。

數位化外貿加分，阿里巴巴 B2B 平台為台灣企業培育逾 3,000 名人才

不論是思維、製造、貿易、服務等因素都是企業數位化、科技化的轉型重點，而人才正是其中關鍵。阿里巴巴 B2B 除了提供市場分析工具與便捷平台功能之外，也與台北致理科技大學、台中科技大學、高雄文藻外語大學一同成立孵化中心，並協助全台 47 所大專院校導入跨境電商外貿實戰培育課程；自 2016 年起與各院校聯合舉辦全台大學生 B2B 跨境電商競賽，讓學生能真正與國外客戶溝通接單、經營線上店鋪等。目前阿里巴巴 B2B 總共培育超過 3,000 名學生，幫助超過一千多家台灣中小企業擁有外貿即戰力與網路新思維來迎向全球市場。

第五屆阿里巴巴 B2B 台灣十大網商決賽是從平台力、外貿力、商業模式等面向，歷經層層關卡篩選出前十強標竿企業，包括彰銓企業股份有限公司（今年十大網商冠軍）、南晶實業有限公司、三得冠股份有限公司、宗上企業股份有限公司、喜特麗國際股份有限公司、仝邁股份有限公司、立鑫企業有限公司、浯集跨境貿易服務有限公司、廣野精機股份有限公司、蘆洲機械有限公司。這些企業藉由數據的力量，從市場供需、買家回饋等數據累積，驅動產線流程優化，並精準調整製造數量，走向數位化、科技化的新製造時代。