

基于PESTEL模型的跨境电商影响因素分析

——以Temu为例

卢其正

同济大学经济与管理学院, 上海

收稿日期: 2023年12月20日; 录用日期: 2024年1月31日; 发布日期: 2024年2月8日

摘要

近年来, 全球经济受新冠疫情影响, 整体经济走势呈现下滑趋势, 各国出口贸易额增速放缓。在这一情况下, 中国新兴跨境电商平台Temu在北美市场实现了快速发展, 上线后短短10个月就占据了北美电商市场15%的份额。本文主要研究了Temu在世界经济疲软时期如何实现成功, 基于PESTEL模型, 从政治、经济、社会、科技、环境、法律六个方面分析了影响Temu发展的因素。通过本文的研究, 可以为我国其他跨境电商企业的发展提供建议, 并通过分析Temu运营过程中出现的问题, 提出了解决方案, 实现我国跨境电商企业的可持续发展。

关键词

跨境电商, 供应链, 影响因素, PESTEL, Temu公司

Analysis of Influencing Factors of Cross-Border E-Commerce Based on PESTEL Model

—Taking Temu as an Example

Qizheng Lu

School of Economics & Management, Tongji University, Shanghai

Received: Dec. 20th, 2023; accepted: Jan. 31st, 2024; published: Feb. 8th, 2024

Abstract

In recent years, the global economy has been affected by the COVID-19 epidemic, the overall economic trend has shown a downward trend, and the growth of export trade volume of countries has

slowed down. In this situation, China's emerging cross-border e-commerce platform Temu has achieved rapid development in the North American market, occupying 15% of the North American e-commerce market in just 10 months after its launch. This article mainly studies how Temu achieved success during a period of global economic weakness. Based on the PESTEL model, it analyzes the factors that affect the development of Temu from six aspects: Politics, economy, society, technology, environment, and law. Through this study, suggestions can be provided for the development of other cross-border e-commerce enterprises in China, and solutions can be proposed by analyzing the problems that arise during the operation of Temu, in order to achieve the sustainable development of cross-border e-commerce enterprises in China.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Supply Chain, Influencing Factors, PESTEL, Temu Corporation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 绪论

本文介绍了当前跨境电商市场的现状，结合定量分析的方法，以我国新兴的跨境电商平台 Temu 公司为例，借助 PESTLE 模型探讨了政府、企业运营策略以及供应链对 Temu 发展的影响。最后基于 Temu 的快速崛起分析了当前我国跨境电商企业存在的问题，并基于此指导我国跨境电商企业调整自身，从而适应市场环境、政策环境的变化。同时，针对企业发展过程中遇到的阻力，为政府调整政策提供建议。

2. 相关概念阐述和理论介绍

1) PESTLE 模型

PESTLE 模型是一种分析大环境的常用分析模型，经常用于分析外部大环境因素对目标的影响。PESTEL 模型包含六个方面，即政治因素(Political)、经济因素(Economic)、社会因素(Social)、科技因素(Technological)、环境因素(Environmental)、法律因素(Legal)。本质上是在 PEST 分析的基础上添加了对环境因素和法律因素的分析，从宏观角度上考虑得更加全面[1]。

本文基于 PESTEL 模型，研究对象以拼多多 Temu 平台为例，分析了外部环境因素对 Temu 跨境供应链的影响。其中，政治因素指当前国际贸易形势、政府扶持环境等对 Temu 的影响。经济因素指 Temu 搭建跨境供应链需要考虑的经济效益，包括投资建设跨境物流体系、提高经济效益的成本等。社会因素指 Temu 的外部市场走势、目标群体的消费偏好、消费习惯等。科技因素指产品技术、互联网技术等对 Temu 的影响。环境因素指 Temu 在搭建绿色供应链、节能减排、实现企业可持续发展上付出的努力等。法律因素指政府针对 Temu 等跨境电商平台实行的扶持措施，包括政策、提案、条例等。

2) Temu 平台跨境电商业务

Temu 是拼多多旗下的跨境电商平台，2022 年 9 月在北美上线，主要出售包括女装服饰、美容美妆、电子产品等品类的商品。凭借“低价 + 高质量售后服务”策略迅速抢占北美市场[2]。据 Morgan Stanley (2023)统计，截至 2023 年 10 月，美国有 15% 的消费者使用 Temu 购物，预计 2023 年 Temu 的 GMV 总额将会达到 86 亿美元，占北美零售市场的 0.2%。Temu 跨境供应链由商家、国内前程运输、海外对接经理和海外后程运输组成。在国内商家接到订单后，先发货至 Temu 的广州仓进行分拣，然后从广州通过第

三方物流跨境直邮至海外的对接经理，并由对接经理通过当地物流合作方完成后程物流运输至消费者。

3. PESTEL 模型分析影响 Temu 跨境电商供应链的因素

1) 政治因素

自新冠疫情以来，各国消费者由于受到通货膨胀的影响，消费能力都有所下降，世界贸易市场亟待反弹，据世贸组织 2023 年 4 月发布的《全球贸易数据与展望》显示，2022 年全球贸易增幅仅有 2.7%，2023 年预计为 1.7%，远远低于预期。虽然消费趋势整体下滑，但是电商规模却在扩大，根据 DataReportal (2022)的数据显示，截至 2022 年 4 月，全球互联网用户数量已经达到 50 亿，渗透率达到了 68%，美国 2022 年电商 GMV 总额超过 10,000 亿美元，虽然亚马逊、eBay 等电商巨头垄断了大部分跨境电商市场，但是由于利润仍然没有完全被分割，Temu 的发展空间仍然很大。此外，我国为跨境电商出台的扶持政策也为 Temu 的发展提供了契机，包括《“十四五”对外贸易高质量发展规划》《“十四五”现代流通体系建设规划》等都为我国的跨境电商企业提供了发展途径[3]。同时，我国也需要调整出口贸易结构，找到新的发力点，如今互联网发展已经达到一个高峰，跨境电商作为新兴行业完美适配我国出口贸易增长的诉求，Temu 作为跨境电商行业的领头人，顺应了时代潮流，实现了成功。

2) 经济因素

2022 年以来，Temu 在北美市场实现快速扩张并逐步发展至部分欧洲国家，Temu 采用非常激进的定价策略，通过承担亏损来向消费者提供同品类远低于竞对平台的价格来抢夺用户。与此同时，Temu 通过为消费者提供免费的送货服务来弥补跨境物流缓慢的时效性，这给 Temu 的物流成本带来了极大的压力。仅 2022 年，Temu 的亏损就达到了 36.5 亿美元，通过前期亏损获取平台曝光度，结合消费者的低价消费倾向，该策略在短时间内收获了不错的效果，但是对于 Temu 长期可持续性发展和其跨境供应链都是极大的挑战。

此外，在低价背后，产品的质量监管问题也是 Temu 未来发展的潜在危险因素。在平台上线后，由于产品质量不佳，退换货比例较高，实物与图片不符等现象在一定程度上也影响了 Temu 的声誉。如何在实现高销量的同时，保证产品的高质量，是 Temu 想要扩大商业版图必须解决的问题。

3) 社会因素

把握消费者消费观念和消费偏好也是 Temu 可以快速发展的重要原因。Temu 在上线之初，主要销售女装服饰、美容美妆、生活家居、电子产品等品类的商品。这些品类具有日常需求高，更新换代快，成本低等特点。由于西方人力成本较高，这些品类的制造成本相比于中国较贵，Temu 依托国内制造商关系网，获得了成本价差，并将其转化为价格优势，从而可以为消费者提供相比于亚马逊、eBay 等国际电商平台同品类更低的价格。

Temu 的目标用户是 18~54 岁，收入在 5 万美元以下的女性消费群体。这类群体更注重预算管理，倾向于购买性价比较高的商品，而且更喜欢用在线平台购物。此外，这类群体对价格较为敏感，更倾向于促销和折扣活动。Temu 在上线之初为消费者提供了新用户前三单 30% 优惠、订单金额 99 美金以上包邮、45 天无理由退换货等活动，充分把握了目标用户群体的喜好，提高了平台的竞争力[4]。

4) 科技因素

Temu 的成功离不开科学技术的支持。Temu 依托拼多多的成功经验，在平台上线之初就拥有较为成熟的界面、商城、下单、支付、售后等服务系统，同时 Temu 还借助云计算、大数据和人工智能技术，识别用户消费偏好，优化搜索分类，通过为用户精准推荐好物从而增长用户粘性。此外，Temu 还打通了与拼多多之间的数据共享，以拼多多庞大的消费数据为基础，分析预测商品销售走势，保证 Temu 爆款产品和潜在热销产品的库存处于安全水位，减少缺货风险。Temu 还采用了前沿的物流供应链技术，结合

全自动分拣设备和机器人，大大提高了物流效率，缩短了从用户下单到收货的时间，给用户带来了良好的使用体验。

5) 环境因素

Temu 在环境保护方面也做出了很多努力。通过积极履行环保义务来树立良好的品牌形象，获得用户好感度。2023 年 11 月 24 日，Temu 宣布与 Poste Italiane、CTT 和 Mail Alliance 合作，共同致力于减少碳排放和减少使用环保包装材料，为世界环保事业贡献自己的力量。Temu 还要求在法国有销售业务的商家严格履行当地的生产者责任延伸合规义务(EPR)，负责其生产销售的特定类目商品的报废回收管理。

此外，跨境物流一般采用海运或空运的方式运输，这些运输方式的碳排放量较大。Temu 利用先进的供应链管理技术，通过优化物流路线和使用清洁能源来降低碳排放，切实履行了环境保护义务，为其他跨境电商企业树立了榜样。

6) 法律因素

我国出台的法律和政策条例也保障了 Temu 的发展。2019 年 1 月 1 日发布施行的《电子商务法》，明确了电子商务框架和责任义务，保障了商家和消费者权益。2013 年财关税发布的《关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》规定了跨境电子商务出口货物税收政策。2023 年，国务院印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，大力发展 C2M 模式，鼓励消费者与工厂直接对接。在这些法律条例的保障下，Temu 充分利用国内制造业的产能，通过国内供应商采购后，由 Temu 的广州仓直接向国外发货，打造了极具弹性的供应链，快速实现了商品采购、定价、平台上线和销售。

与此同时，Temu 积极承担责任，打造了超过 100 个出海品牌，扶持了超过 10,000 家国内制造企业。Temu 还提供国内外仓储和跨境物流服务，为商家提供入驻引导、知识产权、法律援助、贸易仲裁等一系列跨境电商解决方案，充分保障了中国企业的合法权益[5]。凭借高质量的服务，具有竞争力的价格，Temu 在跨境电商运营机制上实现了领先，快速抢占市场。

4. 小结

本文通过 PESTEL 模型，从政治、经济、社会、科技、环境、法律六个方面分析了 Temu 在海外市场获得成功的原因。Temu 的快速发展主要依靠我国政府对跨境电商的政策支持和法律保障，精准把握用户群体的消费需求以及自身的运营策略。在世界经济疲软时期，通过利用国内的高效产能，降低商品成本，以薄利多销的低价策略进入北美市场，搭配推出丰富的优惠活动，这些让 Temu 在短期之内获得大量用户。与此同时，Temu 依靠先进的算法模型和大数据技术，实现对用户的精准推荐，对市场走势和需求进行分析预测，发掘潜在市场。除此之外，Temu 严格遵守各地区法律法规，切实保障消费者和商家权益，为用户提供了高质量的售后服务，为商家提供了完整的跨境贸易方案，提高了消费者心中品牌认可度的同时，也吸引了更多的商家入驻。Temu 还积极承担社会责任，关注环境问题，与其他国际组织合作，履行环保义务，建立了良好的品牌形象。

Temu 的发展过程中出现的问题同样值得思考。承担亏损的低价策略在进入市场的早期可以实现用户的快速增长，但是对企业的稳定发展是严重的风险因素。Temu 和我国其他跨境电商企业需要在保证商品质量的前提下，通过优化生产流程，进一步降低生产成本，通过优化物流体系，打造高效的供应链来提高物流时效，降低物流成本，在保证当前定价策略的基础上，扭亏为盈，实现企业的可持续发展。此外，Temu 对商品质量要加强监管，不光从生产源头上进行把控，在物流运输途中还要保证商品不受损坏，提高用户的消费体验。由于中西方文化的差异，Temu 对商品的设计理念也需斟酌，既要保证商品设计具有独立的风格，还要避免陷入版权问题和宗教文化问题的争端[6]。2023 年 4 月 14 日，美国国会下属经济与安全审议委员会发布分析师报告，称中国跨境电商平台 SHEIN (希音)和拼多多海外版 Temu 及中国电

商存在数据安全、采购违规、利用贸易漏洞等问题，暗示将进一步调查并处罚，所以 Temu 和我国其他跨境电商公司必须重视数据安全的问题[7]。

最后，无论是 Temu，还是我国其他跨境电商平台，不能把眼光仅仅局限于低成本商品赛道，要丰富销售的商品种类，打造规模更大、层级更高的供应链体系，解决高价值商品的运输问题，这样才能实现企业的品牌升级，从而获得更大的市场。

参考文献

- [1] 王磊, 谢宇航, 杨海龙, 等. 基于 PESTEL 模型的互联网医院发展环境分析与对策[J]. 中国卫生质量管理, 2021, 28(9): 4-8.
- [2] 拼多多推出跨境电商平台 Temu [J]. 中外玩具制造, 2022(10): 61.
- [3] 史可. 我国跨境电子商务相关扶持政策研究[J]. 产业创新研究, 2022(5): 13-15.
- [4] 董雨卉. 跨境电商平台 Temu 在美国区的表现、问题和建议[J]. 北方经贸, 2023(5): 61-64.
- [5] 马玥. Temu 加速出海记[J]. 创新世界周刊, 2023(6): 48-51.
- [6] 陈盈珊. SHEIN 与 TEMU 诉讼再起的背后: 海外价格战“越卷越低”, 跨境电商路在何方? [J]. 南都周刊, 2023(8).
- [7] 孙嫣然, 包云红. 中国电商北美遇阻[J]. 财新周刊, 2023(16): 64-70.