

中韩跨境托管平台项目规划

1. 项目定位

本项目定位为面向韩国商家的中韩跨境采购、虚拟产品交付、开发设计外包和项目经理托管平台。

平台结构为：

韩国客户 <-> 平台经理/CS <-> 中国供应商/开发者/设计师

平台不让韩国客户和中国供应商直接互相认识，但允许双方通过平台沟通需求。平台经理负责翻译、整理需求、报价、排期、验收、售后和纠纷处理。

核心价值不是低价撮合，而是：

- 帮韩国商家安全使用中国供应链
- 帮韩国商家找到可靠的中国开发、设计、虚拟产品资源
- 提供韩中文沟通、报价整合、项目管理和售后
- 隐藏双方真实联系方式，防止绕过平台私下交易
- 对商品、虚拟产品、电子产品和开发成果做风险过滤

一句话定位：

韩国商家专用的中国采购与开发设计托管平台。

韩文表达：

한국 사업자를 위한 중국 소싱 · 디지털 서비스 · 프로젝트 매니저 플랫폼

2. 平台业务结构

2.1 商品采购

围绕阿里系和中国供应链，服务韩国商家采购中国商品。

范围包括：

- 1688、淘宝、天猫、阿里国际站、拼多多等平台商品
- 中国工厂找货
- 电子配件
- 普通消费品
- 小批量打样和批量采购
- 商品翻译、报价、比价、验货、转运、售后

电子商品要做风险分级：

- 绿灯：非电类配件、普通手机壳、已具备 KC/RRA 资料的商品

- 黄灯：充电器、适配器、蓝牙/Wi-Fi 设备、显示器、小家电
- 红灯：无认证高风险电池类产品、医疗器械、儿童用品、仿牌、假牌

2.2 虚拟产品

虚拟产品利润高，但必须做白名单。

优先允许：

- 正版软件授权
- SaaS 账号或企业订阅代理
- 正规充值码
- 礼品卡
- 设计素材
- API 服务
- 课程或数字资料
- 有官方授权或可验证来源的数字商品

禁止或暂不开放：

- 游戏账号买卖
- 外挂、辅助、破解软件
- 黑卡代充
- 盗版软件 Key
- 流媒体共享账号
- 未授权品牌券码
- 短信验证码、接码服务
- 任何可能涉及诈骗、洗钱、侵权的虚拟商品

2.3 开发设计服务

平台提供中国开发者、设计师、运营人员等资源，并由平台经理负责托管项目。

服务范围包括：

- 网站开发
- App 开发
- 小程序或自动化工具开发
- 电商详情页设计
- Logo、品牌视觉、海报设计
- 视频剪辑
- 韩文翻译、本地化
- 商品上架、运营素材制作
- 内部管理系统、爬虫、API 对接、CRM 等工具开发

这类业务中，平台更像 agency 或 prime contractor，而不是单纯中介。

3. 推荐商业模式

初期建议采用：

采购代理 + 托管沟通 + 平台经理服务

不要一开始做完全开放市场，也不要让中国卖家自由上架。先由平台筛选供应商和服务商，保持质量和风险控制。

后期可逐步升级为：

托管式撮合平台 / Managed Marketplace

平台可以允许中国供应商和韩国客户在平台内沟通，但要进行信息隔离：

- 不显示微信、手机号、邮箱、公司名、详细地址
- 聊天在平台内进行
- 报价由平台统一展示
- 合同、发票、收款由平台统一处理
- 虚拟产品通过平台交付
- 实物商品尽量走平台仓或合作仓转运
- 所有承诺以平台订单、报价单和合同为准

4. 收费模式

平台可组合使用以下收费方式：

- 采购服务费：订单金额 3%-8%
- 项目管理费：项目金额 10%-30%
- 汇率服务差价
- 国际物流差价
- 验货/质检费
- 翻译/本地化费
- 加急费
- 开发维护月费
- 企业会员费
- 中国供应商认证费或保证金
- 高级平台经理服务费

开发设计类报价公式：

供应商成本 + 项目管理费 + 翻译/沟通费 + 维护费 + 风险缓冲

商品采购类报价公式：

中国商品成本 + 中国国内运费 + 国际物流 + 关税/VAT预估 + 汇率缓冲 + 平台服务费

5. 12 个月落地规划

第一阶段：0-2 个月，人工 MVP

目标：不用先做完整平台，先跑通真实订单。

要做：

- 建立韩文官网或落地页
- 建立韩国客户需求提交表
- 建立中国供应商/服务商入驻表
- 建立平台经理后台表格
- 准备报价单模板
- 准备合同模板
- 准备禁售品清单
- 用 KakaoTalk、微信、Notion、Airtable 或 Google Sheet 管理订单

首批只开放 3 类业务：

1. 中国商品采购：1688、淘宝、阿里系、工厂找货
2. 虚拟产品：正版软件、SaaS、设计素材、充值码、授权码
3. 数字服务：网页开发、设计、详情页、翻译、剪辑、小工具开发

阶段目标：

- 获得 20 个韩国商家需求
- 完成 10 个真实成交订单
- 建立 30 个中国供应商/服务商资源池
- 建立 3 个可复用报价模板
- 建立 3 个标准服务套餐
- 建立 1 套合同和流程

第二阶段：2-4 个月，标准化流程

目标：把人工服务变成可复制流程。

要建立 6 个标准流程：

- 韩国客户需求收集流程
- 中国供应商报价流程
- 平台经理审核流程
- 付款、订金、尾款流程
- 虚拟产品或开发成果验收流程
- 纠纷、退款、返工流程

订单状态建议：

需求提交 -> 平台审核 -> 供应商询价 -> 平台报价 -> 客户付款 -> 执行中 -> 验收中 -> 完成 -> 售后

重点任务：

- 把每类业务做成 SOP
- 把报价、交付、验收模板固定下来
- 建立供应商评分机制
- 建立客户复购机制
- 建立风险标签和禁售品审核

第三阶段：4-6 个月，开发平台 V1

目标：开发真正的平台后台，但仍保持托管模式。

V1 功能建议：

- 韩国客户注册/登录
- 韩国客户发布采购或项目需求
- 客户查看平台报价
- 订单进度追踪
- 平台内聊天
- 文件上传/下载
- 虚拟产品交付记录
- 开发设计项目里程碑
- 管理员后台
- 供应商后台，仅邀请制
- 报价管理
- 订单管理
- 纠纷记录
- 禁售品/认证检查表

聊天结构建议：

韩国客户 -> 平台经理 -> 中国供应商

客户侧只看到平台经理。供应商侧也只对接平台或平台经理，不直接看到韩国客户核心信息。

第四阶段：6-9 个月，增强信任和合规

目标：从“能交易”升级到“敢交易”。

要补齐：

- 中国供应商认证等级
- 韩国客户企业认证
- 保证金制度
- 黑名单制度
- 商品风险标签
- 电子产品 KC/RRA 资料检查
- 虚拟产品来源证明
- 开发设计版权转让协议

- 平台服务条款
- 隐私政策
- 退款政策
- 禁止绕单条款
- CS 服务 SLA

会员体系建议：

- Basic：普通采购和普通项目
- Pro：优先报价、专属平台经理
- Business：月度采购、开发设计长期托管
- Enterprise：供应链、开发团队、系统定制服务

第五阶段：9-12 个月，规模化

目标：开始真正做平台招商，但仍然不是完全开放。

可以开放：

- 中国供应商申请入驻
- 设计师/开发者申请入驻
- 韩国商家发布公开需求
- 平台经理分配订单
- 服务商竞价
- 客户只看到平台筛选后的方案
- 平台负责保证交易、验收和售后

平台频道可拆成 4 个：

1. 采购代行：商品、阿里系、工厂、电子配件
2. 虚拟产品：软件授权、SaaS、素材、账号服务白名单
3. 开发设计：网站、App、小程序、详情页、Logo、视频、自动化工具
4. 托管经理：韩中翻译、项目管理、验收、售后、供应商管理

6. 团队配置

初期最小团队：

- 创始人/业务负责人：平台招商、大客户、核心供应链
- 韩文 CS/项目经理 1 人
- 中文采购/供应商经理 1 人
- 兼职开发 1 人
- 兼职设计 1 人
- 税务/法务外包

增长期补充：

- 类目经理
- 质检/物流负责人

- 开发项目经理
 - 财务结算
 - 合规审核
 - 客户成功经理
-

7. 必备文件

上线前建议准备：

- 韩国客户服务协议
 - 中国供应商合作协议
 - 禁止私下交易协议
 - 报价单模板
 - 采购委托书
 - 虚拟产品交付确认书
 - 开发设计验收确认书
 - 版权/源代码交付协议
 - 退款和纠纷规则
 - 개인정보 처리방침
 - 이용약관
 - 판매자/서비스 제공자 입점 약관
 - 禁售品清单
 - 电子产品风险检查表
 - 虚拟产品白名单规则
-

8. 合规重点

韩国侧需要确认：

- 통신판매업 신고
- 부가통신사업 신고或免 신고判断
- 구매대행업자 등록门槛
- PG/结算模式
- 개인정보 처리방침
- 跨境个人信息传输说明
- 电子产品 KC/RRA 认证检查
- 商品进口和再销售用途的通关规则

中国侧需要确认：

- 中国供应商营业执照
- 授权文件、质检文件、认证资料
- 若平台面向中国大陆用户并使用大陆服务器，需要评估 ICP 备案/许可证
- 若处理中国用户个人信息并出境，需要评估个人信息出境合规

9. 关键 KPI

前 3 个月：

- 有效韩国客户数
- 询价数
- 报价转化率
- 成交订单数
- 平均客单价
- 平均毛利率
- 纠纷率
- 复购率

6 个月后：

- 月 GMV
- 平台服务费收入
- 项目管理费收入
- 供应商数量
- 平均交付周期
- 客户留存率
- 每个 CS 可管理订单数
- 虚拟产品交付成功率
- 开发设计项目按期交付率

10. 风险控制原则

平台要坚持以下原则：

- 不做无法验证来源的虚拟产品
- 不做仿牌、假货、灰产账号、盗版软件
- 不让双方绕过平台直接交易
- 不用个人自用通关方式处理商业再销售商品
- 不碰没有认证资料的高风险电子产品
- 开发设计项目必须明确版权、源码、源文件和验收规则
- 所有报价和承诺必须沉淀在平台订单中
- 平台经理可以沟通协调，但不能口头承诺超出订单范围的责任

11. 起步重点

前 2 个月不要追求很多客户，重点是跑通高质量样板订单。

建议先完成：

- 10 个采购/虚拟产品/开发设计订单
- 3 个可复用服务套餐

- 1 个标准报价体系
- 1 个供应商评分表
- 1 个禁售品与风险审核表
- 1 套客户合同和供应商合同

平台真正的壁垒是：

韩国客户不用懂中文，也能安全使用中国供应链和中国数字服务。