



好产品让跨境订单“找上门”

本报记者 蔡明宣 陈巧玲

参加完中国(厦门)国际跨境电商展览会不久,晋江中小企业便继续忙碌起来,接待客户、商谈订单、筹备下一次参展……

从受困于自身的“小”到走出去看到更多的“大”,过去的一年,晋江中小企业依托晋江强大的供应链基础,扎根实体制造,专注产品研发,并借助跨境电商平台,寻找企业新增量。



普斯特公司展厅

财说道

不要“大而全” 要“小而精”

在前不久落幕的中国(厦门)国际跨境电商展览会上,晋江中小企业1500多款产品集中亮相“晋江专馆”。展会后进行订单盘算,有的企业订单盆满钵满,有的企业则是相对惨淡。

参展企业表面上呈现出来的差异是订单的多与寡,然而再进一步深究,却发现有些不得不说的共性问题:那些拿不到订单的企业,在面对更加碎片化多元化的渠道,选择面面俱到;在看到行业爆品时,选择盲目跟风模仿,品类多而杂;将更多功夫用在花里胡哨的表层包装,而忽略了真正的产品研发……

那些收获颇丰的企业,同样也有个“共性”:聚焦“小而精”。在运动鞋服领域,普斯特的体量无法与大品牌进行比拟,但它在飞织领域却可以实现创新引领,用深度聚焦,让跨境订单找上门;在细分板块,鞋垫几乎被人遗忘,高浩贸易以国外市场倒推行业的全球体量,果断切入鞋垫赛道,持续深耕,为企业带来年三倍的增长……

当前,各行各业都处在高速竞争的环境下,晋江中小企业要学会给企业做“减法”,摒弃跟风、模仿、低价,学会聚焦、深耕、差异化,用“小而精”为企业构筑起更加明显的竞争优势,如此方能在日趋激烈的市场竞争中脱颖而出。

冬树

创新产品层出不穷

一双3D袜套鞋,究竟有何魅力,让首次参展跨境电商会的普斯特服饰有限公司,现场便接收到十几个合作客户、几十个意向客户?

没有繁琐的针车拼接和配件装饰,仅仅是一个鞋面和一个鞋底,通过3D编织,就组合成一双3D袜套鞋。福建普斯特服饰有限公司副总经理蔡灿荣展示了这款“得意之作”。他说,这款产品的制作时间仅需两到三天,仅传统鞋子的六分之一。

这双3D袜套鞋还是环保与科技的结合。蔡灿荣介绍,这几年,环保创新材料在鞋服领域的运用被越来越多国际大品牌所追捧,也是跨境电商商十分关注的点。而普斯特的3D编织从回收的塑料水瓶制作而成的每一根纱线上做功能化:防水、防污、防刀割,保暖,让产品在编织后的功能性更明显。

从针织到飞织再到3D织造,一双3D袜套鞋让普斯特在跨境电商会上一举获得了不少跨境采购商的关注。在他们看来,有创新力的产品就意味着有更多的产品溢价空间。

一双鞋垫,缘何可以年销售几个亿?在亚马逊等主流跨境平台跻身品类大卖家,每年以三倍的速度发展,并让自家鞋垫品牌走出晋江走向世界。

人体工学设计、足弓支撑、缓冲减震……一双看似普通的鞋垫处处透露着科技感,针对跑步、徒步、骑行等不同的运动场景。在泉州高浩贸易有限公司的展厅内,一面面鞋垫墙映入眼帘,每年上百个SKU的新品研发,让该公司总经理庄伟志对行业未来的发展充满着无限的遐想。

“在国内,消费者对于鞋垫行业没有太大的概念。在国外则相反,鞋垫不仅市场需求量大,一双好的鞋垫甚至比一双新鞋还贵。”庄伟志告诉记者,目前,他们家的Valsole鞋垫品牌,在亚马逊平台的售价在100元以上,除了自主品牌出口外,他们还会为一些知名的运动品牌进行个性化定制服务。

庄伟志表示,当前,跨境平台的鞋垫竞争也日趋白热化,Valsole之所以能够稳居品类TOP榜,主要得益于家门口的产业链优势,让公司的产品可以持续创新,不断迭代,从而在技术与材料上进行品类引领。

在晋江,一双鞋垫、一条拉链、一个婴儿腰凳、一把雨伞……它们虽然都是小品类却通过不断的创新,在各自的领域不断聚焦,从而形成了具有话语权的产品力,让订单自动找上门。

工厂型卖家更受青睐

“渠道为王”始终是商道的本质,大企业可以全渠道布局以获取更多的订单,而中小企业未必适用。从全渠道布局到优化渠道布局,寻求更为灵活的合作方式,让更多中小企业看到了希望。

此趋势的背后,是跨境电商高速发展后,对优质卖家的自然筛选。

从代工到外贸,从外贸到国内电商,再到跨境电商,普斯特走了一条看似很慢却很扎实的路。

“现在国内外的渠道都太分散了,每一个渠道对于产品的喜好也各有不同。与专注运营的企业不同,我们的优势是产品研发。”于是,蔡灿荣选择与更多优质的渠道运营商合作,对不同的跨境渠道进行渗透。

比如,通过与大V进行双品牌联名,进行新产品的推广;为大卖家提供定制款,进行独家销售;与渠道商进行资源整合,推出符合渠道特色的产品……不仅如此,普斯特还通过直播带货、内容营销等方式,实现工厂端的订单与品牌端的订单双增长。

作为晋江老牌的外贸企业,晋江莱登克鞋服贸易有限公司把订单的增量瞄准了跨境电商。

“目前,亚马逊、沃尔玛,以及区域头部电商平台将更侧重于招募精品型卖家或工厂型卖家。出海品牌迎来更广阔的发展空间,有机会借欧美、日韩等发达国家市场消费降级趋势打入当地市场。”在晋江莱登克鞋服贸易有限公司董事长陈晓康看来,这

波平台的趋势,对于拥有自主研发能力的晋江中小企业是一大利好。

为了跟上此波的跨境红利,陈晓康对莱登克整体的战略进行了重新布局。陈晓康介绍,目前莱登克已收购LANDHIKER、ELHENNH这两个国外轻奢品牌,下一步将通过跨境电商实现品牌全球化的运营。

在陈晓康看来,未来的外贸竞争,一定是品牌综合实力的竞争。莱登克会通过引入欧洲高端设计师,强化企业在产品设计领域的调性与品位;同时会投入重金进行新材料、新技术、新工艺的研发,在继续深耕传统ODM的基础上,选择同步发展自己的品牌。

与短时间内大肆扩张的铺货型卖家不同,像普斯特、莱登克这种,拥有核心技术,扎根实体经济的工厂型卖家,在稳扎稳打中为自己赢下了“好局面”。

晋江市网商会执行秘书长黄丽芬介绍,经历“封号潮”以及库存高企的阵痛之后,渠道多元化和品牌化已成为卖家共识。“多平台开店,分散风险”“做自有品牌,强化品牌调性”成为2023年跨境卖家运营策略调整的主要方向。

“下一步,我们也在鼓励商会内部的大卖家,积极走出去与拥有供应链的中小企业进行多元化的合作,通过抱团合作与强强联合,打造出更多精品的工厂卖家与品牌卖家。”上述人士表示。

数字化重构跨境竞争力

近日,海关总署发布相关数据,2022年我国跨境电商进出口规模首次超过2万亿元,比2021年增长7.1%。跨境电商为我国外贸发展注入新动能。其中,跨境电商的兴起使得中小企业和个人创业者有了更多

的机会参与国际贸易,拓展市场。

助力企业降本增效,晋江跨境也迈入数字营销时代。

3月1日,特看科技正式入驻TikTok官方服务市场,成为TikTok官方服务市场首

批工具类服务商。

本次特看科技与TikTok官方合作推出一款推流产品“特看直播助手”,帮助商家使用国内网络就可在TikTok上直播带货。据悉,目前在TikTok Shop服务市场中,livestream tool(网络直播工具)服务类目下,为独家服务商。

“特看科技将在跨境直播、大数据分析上助力晋江企业‘出海’。”特看科技CEO吴春松告诉记者,根据调研,外国人看电商直播更喜欢看当地人的脸,因此公司开发出了一款软件,通过这个软件,国人在直播的时候可以转换成外国人的脸,这有助于提高消费者的下单率。此外,数据分析软件有助于商家进行选品。

当下,晋江已经有多家公司采用了“软件变脸”这一技术,为跨境直播助力。

位于晋江跨境电商园的星骋公司,从跨境电商公司向数字化公司转型。星骋公司负责人罗晓铃表示,当前,跨境电商正迈入全流程数字化变革期,如果说以前的跨境电商考验运营力,当下数字力就是竞争力。

罗晓铃告诉记者,多年来星骋更注重

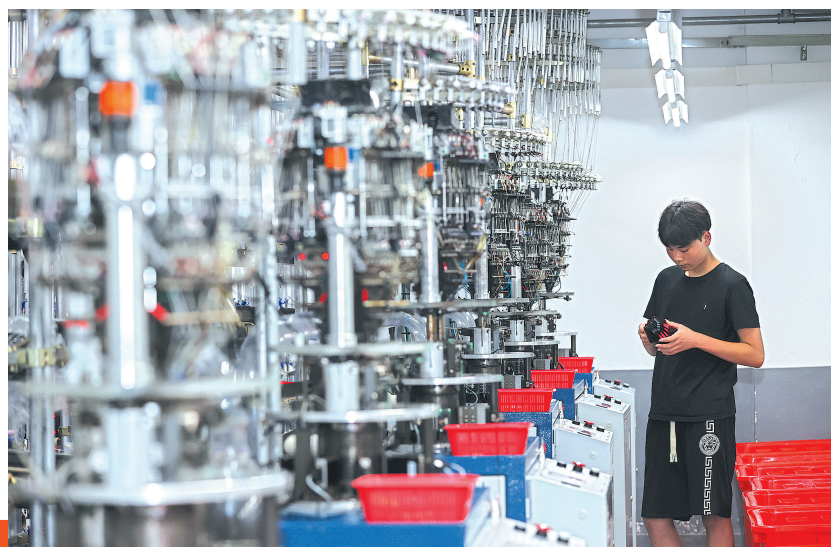
在数字化领域的开发与投入。目前,星骋内部自主研发了一个大数据平台,通过平台可以实时监测上百个账号的销售情况、库存容量、平台品类销量等诸多信息,从而为下一步的选品、上新、库存等提供数据化的支持。

“当下,跨境电商竞争白热化已是常态,中小企业在整合优质供应链的同时,更要学会运用数字能力,替代人工经验,进行品类趋势热点分析、消费者行为分析等,从而更快获取市场信息,并作出迅速的反应。”上述人士表示。

跨境数字化,不仅企业需要,平台也在积极引导。

近日,阿里国际站还正式对外发布了“数字外贸新速度计划”。根据该计划,未来3年,阿里国际站将借助智能化工具等新技术,帮外贸企业提升效率,获得生意增量。

据悉,此次“新速度计划”中的产品升级,包括了智能化升级、泛视频化升级、交易保障升级和跨境物流升级四大方面,在数字外贸的全流程中都为外贸企业提供更好的服务。



中国品牌之都
发布平台: 15880722026

领军品牌榜

LILANZ 利郎

361°

盼盼
盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋正
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

KELME
卡尔美国国际

舒华
让运动更高单



凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭膳

HAINA 海纳机械

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES

源泰皮业
Sourcetai
服务热线: 0595-85685062

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

佶龙机械
JILONG

JIANYOU
健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026