

走“渠道品牌”之路



2010年初,在内外交困环境下,宝元鞋厂于三乡成立了内销公司,注册“宝元鞋匠”品牌。宝元鞋厂选择的模式,并非简单的自创品牌路线,而是利用自身优势走“渠道品牌”路线,在鞋企打开连锁超市般的渠道品牌局面,开创新企业在转型升级、应对危机环境的新模式。

“航母级”代工鞋厂起死回生

生死关头果断“掉头”

宝元鞋厂是台湾宝成国际集团于广东中山三乡镇成立的制造企业,经多年打拼,现已发展成为亚洲最大的鞋城,拥有世界一流的制鞋技术,造出世界顶级的鞋品,产量超过2000万双。

据南方日报报道,在受金融危机影响最严重的2009年,中山鞋类出口金额、批次曾呈现双双下降的局面,到2010年,由于欧盟坚持对华皮鞋征收高额反倾销税,鞋类出口并没有得到显著性恢复,外贸订单仍然是一道艰难的坎。

在此背景下,作为中山代工鞋业航母企业的宝元鞋企,毅然在生死关头选择了“大船掉头”——整合旗下鞋类制造资源,自创品牌“宝元鞋匠”并在全国各地建立品牌连锁店。品牌成立之初,中山市委副书记邓小兵对此曾高度

评价:“推动转型升级,开创自己的品牌,做大内销,是来料加工企业取得更大发展的一个方向。”

创建鞋业“渠道品牌”

为对抗现有代工业务和自创品牌的矛盾,宝元鞋厂选择了一种创新的转型升级之路——自建通路,开拓渠道品牌。宝元鞋厂走出的这一步,被视为在人力成本增加、沿海劳动力紧张、制造业基本转移等背景下开展的经营模式创新。

“日用品市场可以有屈臣氏这样的渠道品牌,为什么制造鞋业不能有?”宝元鞋厂副总经理张瑜洲曾在接受媒体采访时表示,“更准确地说,我们不是创建‘自主品牌’,而是一个渠道品牌,或者说是‘路通品牌’。”

张瑜洲口中的“渠道品牌”或“路通品牌”,



就是指在产品从生产出来到消费者使用的中间销售过程中建立品牌渠道,其建立的“宝元鞋匠(FOOTZONE)”便是其中的一个路通品牌载体。

通过这样的操作方式,宝元鞋厂既可以最大限度地减少由于自创品牌所带来的代工风险,又可以在外贸环境艰难的环境下找到突破口。(罗丽娟)

从“贴牌”到“自主品牌” 安徽服装“第一镇”的“品牌”革命

新华网消息,每年有上亿件世界名牌贴牌服装销往海外,年销售收入达到数十亿元……长江沿岸的安徽省芜湖市繁昌县孙村镇,眼下正在进行一场“品牌”革命。

孙村镇的服装加工业起步早、名气大。上世纪80年代末,第一家镇办集体服装企业成立。进入新世纪,孙村镇服装加工企业如雨后春笋般迅速崛起,全镇服装产业也快速发展。

前几年,我国东南沿海地区服装产业向内陆省份转移,孙村镇贴牌生产不断扩大,外贸出口持续增长,服装产业加速发展,呈现出繁荣景象。

孙村经济开发区管委会主任管英平说,现在孙村镇已形成集纺织、染整、水洗、印花、制线、成衣加工、包装和物流等为一体的服装产业链,并逐步向精品服装发展,2011年服装产业销售收入超过24亿元,相关就业人员超过4万人。

然而,在这种繁荣背后,“贴牌加工”所带来的隐忧也日益显现。随着国际市场竞争的加剧,外贸服装加工面临竞相压价的压力,加上企业自营出口少、中间环节多,利润空间越来越小。

孙村镇农民钱秋胜在2006年“下海”,成立了丽仁服装有限公司,为许多知名品牌服装做贴牌生产。老钱坦言最近生意不好做:“前几年每年销售收入过千万、利润过百万,但是从去年开始,基本上只能保本。”

“近两年来,由于原材料价格提高、人力成本上升等因素,孙村镇原本的传统优势正在削弱。这些变化促使我们必须告别‘贴牌’代加工的老路。”管英平说,孙村镇多年来形成的完整服装产业链、大批熟练技术工人,为培育自主品牌、进行转型升级奠定了基础。

海飞鹤服饰有限公司是孙村镇最早开始转型的企业之一,现在已经开始尝到“自主品牌”的甜头。该公司从2009年起在研发和更新机械设备上投入数千万元,还引进高学历设计人员50余人,同时积极把握市场潮流,根据需求差异,有针对性地设计产品。

“我们过去也是做‘贴牌’代工,但现在我们致力于打造自主童装品牌。从2010年上半年开始,产品供不应求。”海飞鹤公司总经理王贵中对自家产品的市场表现很有信心,“我们在全国有100多家专卖店,刚刚起步没多久的网上专卖店每天也能卖出两三百件衣服。公司的目标是3至5年内进军国内一线市场。”

目前,包括海飞鹤、美泰服装公司的“爱兰特”、瑞得服饰公司的“瑞兰得”、“依雨娇”等自主服装品牌都已成为孙村镇服装产业的名片。

“拥有自己的服装品牌一直是所有孙村镇人的梦想。”管英平说,“以贴牌生产这种‘针尖上削铁’的方式赚取微薄利润,只能是权宜之计。‘品牌革命’会帮助孙村实现从‘服装出口基地’向‘品牌服装基地’转变。”(詹婷婷)

入侵电子邮箱 篡改银行账户

网络黑客频袭外贸企业

收发货款前打电话确认一下

近日,浙江台州路桥区商务局连续接到了多家企业的举报,称其企业遭遇了网络黑客攻击,共被盗取货款30多万美元。

记者日前从路桥区商务局一工作人员处了解到,在对3家被套取货款企业的走访调查过程中,路桥区商务局工作人员了解到,套取现金的网络黑客大多为外籍人员,一般在境外作案。

“现在网络越来越发达,许多企业选择通过电子邮件等形式与国外的企业进行贸易洽谈。合作谈成后,货款往来一般会通过转账等形式进行,很少有人用现金支付。”路桥区商务局工作人员告诉记者,这些黑客就是通过拦截国内外企业贸易洽谈的电子邮件,篡

改邮件内容来操控双方的贸易洽谈,直至盗取货款的。

据了解,在拦截、入侵国内企业的电子邮箱前,黑客会先通过邮件与这些企业交流,大致摸清企业的基本情况。在成功入侵企业的电子邮箱后,黑客就会向与其有资金往来的国外客户发送篡改后的银行账号和户名。因为这些账号和户名与企业原有的账号和户名极为相似,不小心的国外客户很容易上当,误将货款等汇入该账户。

汇款后,国外客户就等着收货,左等右等没等到,给国内企业打电话才发现上当受骗了。企业报案后,由于中间间隔的时间比较长,最佳的侦查时机已经错过了。而这些黑客

用来盗取货款的账户大多是用伪造或变造的外国护照办理的,单靠国内警方来侦查难度很大。

“外贸企业一定要加强电子邮箱的安全管理,最好将常用的邮箱与手机绑定,如有异常第一时间即可收到短信。同时,企业电脑系统补丁也应及时更新,还要安装必要的杀毒防护软件,关闭邮箱的中转功能,防止邮件被非法自动转发。”台州市商务局对外贸易处处长王秩亮说,外贸企业也要主动提醒国外贸易伙伴,在与外国公司进行资金往来时可采取电话确认、视频确认等方式二次确认银行账户、资金汇款情况,减少此类案件的发生。(王茜 李莺燕)

网上做外贸 销量每年翻三番

湖州德清女子施月,3年前她还是一名帮外商打工的办公室文员,看到外商经常在网上找客商下单,施月突然想:我为什么不做个网商呢?于是她试着开了家网店,销售芭蕾舞、拉丁舞等相关服装,利润高得有时让她吐舌头,销售量每年翻三番。连续两年被相关网络评为“最具影响力网商”。

要会发现

在施月看来,世界上缺少的不是机会,而是发现。3年前,施月在外商开的纺织品贸易公司里做文员,外商有了订单,不愿意跑市场,喜欢在网上找供应商,施月的工作正是帮外商找网店。经过两年的观察,施月发现,外商会先试着和供应商交朋友,在对供应商充分了解的情况下,再下订单,由网络供应商去组织生产。由此施月得出一个结论:原来网商生意是这样来的,我也可以成

为这样的网商。此后,施月便在相关网站开起了网店,在网上销售芭蕾舞、拉丁舞等相关服装。

施月说,不要怀疑客户买不起,可以赚的钱一定要赚。有一次,一个德国客户让施月打两个样。施月嫌其量少,想拒绝又不好意思,便报了高价,希望客户知贵而退,谁知这名外商却爽快地答应了。施月一下子惊呆了,原来网上贸易的利润可以这么高!

于是,施月开始搜索各个网站,她惊喜地发现,国内的价格跟国外的价格相差很大,国内100元人民币就有利润的商品,销售到国际市场终端商那里的售价却可能是100美元。就这样,她改变了在自己的产品成本基础上上浮几个点的传统定价方式,而根据国际市场的价格重新给自己的产品进行定价,使利润空间大大提高。

要做特色

通过第一年的试水,施月总结出一点,产品价位可以定得高,但是一定要确保产品有特色,她说:“如果产品没特色,只能靠客户养;如果产品有特色,就是我养客户。”

她放弃了原来既设计又生产的模式,为自己的产品注册了“安娜施”的品牌后,致力于做强款式设计,接单后,把生产任务交给专业的生产企业去完成。就这样,施月网店的款式更多了,网店外观更精美了,内容更丰富了,来的客户也更多了。

3年来,施月结识的客户越来越多,很多外商都成为她的长期合作伙伴,而这些网店的销售,连续3年每年翻三番。前不久,她准备在网上轻纺城再开一家网店,并招聘相关设计人员和客服人员,以便进一步做强网上贸易。(陶晓宇)

“晋江制造”:从出口转向自营

记者从晋江市经贸部门获悉,今年1至7月,“晋江制造”完成出口货值20.55亿美元,同比增长14.47%。服装、鞋、纺织化纤、伞具、机电分列自营出口前五名,这五大产业自营出口货值,占比超过85%。

晋江市祥企服装有限公司是晋江当地一家出口型中小企业,主营服装。上半年,受欧债危机、国际市场低迷冲击,出口值一度下滑超过20%。面对前所未有的困境,公司一改

过去依赖出口贸易商组织出口的传统,加大自营出口力度,先后在南美、中东、东欧等地区注册商标,绕开贸易商中间环节,直接布局当地市场,公司出口值迅速恢复并显著攀升。“公司发展自营出口后,尽管营销费用有所增加,但服装出口单价同比提升近25%,不仅填补了营销费用,而且有效扩大了出口额。今年前7月,自营出口额突破200万美元,一举扭转公司的颓势。”祥企公司外贸部门负责人

蔡丽英告诉记者。

长期以来,大批晋江出口型企业的出口,都是通过中间环节的出口贸易商来完成,经销商赚去其中的大部分利润,而晋江的工厂只赚取微薄的加工费。而眼下,在经济低迷的重压下,这样的盈利模式已明显行不通了,企业想要在外贸领域占得一席之地,必须发展自营出口,将利润更好地锁定在自己手中。晋江市经贸局副局长林永红说。(何金)

阿里信贷向普通会员全面放开

B2B 外贸企业成进军海外市场新利器

不用提交任何担保、抵押,只需凭借企业的信用资质即可来“微贷”。日前,原本只针对苏浙沪阿里巴巴付费会员开放的阿里信贷,即将向阿里巴巴普通会员全面放开。这被外界认为是网上小微企业信贷支持“给力”信号的放大。

根据阿里金融的统计显示:仅今年上半年,阿里金融就累计向小微企业投放贷款130亿元;而从2010年开始自营小额贷款业务以

来,阿里金融已累计为超过129万家的小微企业提供融资服务,贷款总额达280亿元。由于门槛低,这种金融新型微贷技术的威力不断提升。上半年,阿里金融新增的获贷小微企业有4万家。

据悉,和当前多数金融机构采用的传统信贷方式不同,阿里金融尝试利用互联网进行信贷创新,通过网络发展微贷技术,即网络低成本广泛采集客户的各类数据信息,通过

数据挖掘分析判断客户资质,提供365天每天24小时不间断服务,开发随用随借、随借随还的贷款产品。借助网络减少人工,不仅简化了小微企业融资的环节,也使得阿里金融可以同一时间为大批量的小微企业提供服务。

专家认为,正是由于新型微贷技术符合国内小微企业融资的特性,所以能使小微企业原本挤压的融资需求在短期内迅速释放。

中非贸易额升至1663亿美元

记者从日前举行的首届中非地方政府合作论坛之经贸论坛上获悉,中非贸易额已从2000年的100多亿美元上升到2011年的1663亿美元。

中国是非洲第一大贸易伙伴。其中,非洲对中国的出口额增长迅速。今年上半年,中非贸易额达到985亿美元,同比增长24.9%。中国从非洲进口599亿美元,同比增长29%,非洲成为中国海外第四大投资目的地。截至2012年4月,中国对非直接投资存量达到了153亿美元,而10年前还不到5亿美元。目前,超过2000家中国企业在非洲投资。相关人士表示,中非经贸合作不仅使双方受益匪浅,也对世界经济增长做出了重要的贡献。

此外,2011年,北京与非洲的贸易额达到了5588亿美元,比上一年度增长了22.8%。目前,非洲在北京投资的企业达到了251家。(杨小丹)

民企“领跑”福建外贸行业

据福建省相关部门统计,今年上半年,该省民营企业进出口总额达265.6亿美元,比去年同期增长17.5%,高出同期福建省外贸整体增速5.3个百分点,占同期福建省外贸总额的37.6%。

东盟、欧盟和美国是福建省民营企业的主要贸易对象。上半年,福建省民营企业对东盟进出口总额达48亿美元。其进口以资源性产品为主,包含纺织服装、鞋类、农产品等。(张林)

义乌网商协会外贸分会成立

浙江义乌网商协会外贸分会日前成立。网商协会外贸分会的成立,将有助于义乌外贸电子商务卖家抱团合作,打破国际物流选择余地小、外贸结汇金额受限等发展瓶颈。

据统计,截至今年6月底,义乌市开展外贸B2B的卖家达11万余家,数量同比增长20%,交易额同比增长约15%,外贸B2C的卖家9.3万余家,活跃卖家9000余家,日均快递出货量达10万余票,交易额实现翻番增长。全国外贸网商的货源70%以上直接或间接来自义乌市场。国内知名外贸电商都纷纷在义乌设点采购,开办分公司。(张雨涵)

印度上调纺织品出口目标

印度纺织部长Mr. Panabaka Lakshmi日前宣布,印度政府将2012年度纺织品出口目标由3831亿美元上调至405亿美元。

印度政府于2009年度外贸政策中曾推出若干政策目标,并于2012年6月进一步补充,为印度纺织成衣出口产业提供优惠措施。

此外,印度政府根据市场发展援助计划及市场准入倡议计划,为出口商提供财政援助,旨在扩大现有市场占有率及开拓新市场。(生意社)

智能电表出口市场增长

全球向智能电网方向发展,需要使用新型电表,为中国企业带来机会。据IHSi Suppli公司的中国研究显示,中国智能电表企业2012年出口将增长近15%,达到2830万个。

未来几年智能电表出口将继续上升,2013年达到3280万个,2014年达到3790万个,2015年达到4380万个,2016年达到4820万个。虽然出口将以较快的速度增长,但国内市场仍将占据主导地位,2016年出货量预计将达到9780万个。(樊凡)



阿里信贷面向普通会员开放后,将使其适用小微企业的数量急剧攀升,未来将有近千万个小微企业有望“快拿”网上信贷的“及时雨”。(胡晓晶)