

竞逐国际市场的制胜之道

■本报记者 付名煜 通讯员 李姿乐

如果现在还把跨境电商的崛起视为消费渠道的变化,那就未免过于天真了。从亚马逊平台到国际版拼多多 Temu,再到国际版抖音 TikTok……这些跨境电商平台,让人们足不出户就能“买卖全球”。

事实上,近年来跨境电商的增速已经超过了传统外贸。当线上提供的服务更加精准直接,更能满足消费差异化的时候,巨大的国际市场就被彻底打开了。嗅觉敏锐的丽水极昼网络科技有限公司在6年前启航出海,如今旗下的园艺花架类产品已登上亚马逊 Best seller 销售榜的榜首。

打开全景视角,这家企业的逐浪之旅其实更加精彩——在海外建立摄影基地、拓展商业摄影版图。作为丽水市跨境电商公共服务中心的运营方,它正在成为“丽水制造”走出国门“圈粉”世界的商业航母。

精耕国际市场

走进位于丽水绿谷信息产业园的丽水极昼网络科技有限公司,键盘声、电话声不绝于耳,工作人员正忙着与客户核对订单,与工厂对接货品,负责人姜力告诉记者,这样的场景时刻都在发生。

姜力的一天,同样在忙碌中开启。通常他会在各主流跨境电商平台反复“游走”,除了时刻关注销售业绩外,还要与海外市场的消费习惯、流行趋势等时刻保持同频。

与老一辈企业家乐于“扎根本土”的思路不同,年轻的姜力更愿意“走出去”。2018年,姜力第一次接触到跨境电商,立刻意识到这一行业蕴含着无限商机,于是与朋友合资成立了丽水极昼网络科技有限公司。

姜力清楚地记得,亚马逊平台是“梦开始的地方”。但在当时,到底卖什么才能挣到钱,他“心里也确实没数”。为此,他与合伙人各自选择了几件单品试水,其中既有研磨器、竹木家具,也有家电、儿童无人机等当时流行的“爆款”。由于对市场规则并不了解,这些产品的实际销量并不理想。

“难”字开头的创业经历让姜力意识到,跨境电商领域的“水很深”,“消费者选择跨境电商无非两种原因,一是同样的东西电商价格更实惠,二是有些产品在国内买不到。习惯做大众市场的电商往往会依赖流量、信息差,用价格吸引消费者。但这已经不是一个可持续的竞争模式,因为彼此的差异在逐渐缩小。”

在试错的过程中,姜力发现欧美市场上专注于园艺花架类产品的企业非常少,而消费的缺口却很大。于是,他们及时调整营销策略,转而与工厂对接,创立了竹木品牌 Bamworld,主攻园艺花架。

如今翻开丽水极昼的全球出口版图,会发现它星罗棋布于美国、加拿大、澳大利亚、英国、西班牙、意大利等各个国家。2023年,公司在亚马逊电商平台的销售额达1.6亿元,其中 Bamworld 在亚马逊美国市场的占有率达到了30%,在加拿大市场达到了20%,位居花架类目的 Best seller 销售榜之首。

“价格是很重要的因素,但通过低价获得的市场忠诚度是不牢靠的。物美价廉只是一个方面,更重要的还是要高效契合消费者对产品的需求。提供更新、更适合的产品才是长久之计。”跨境电商的路走了6年,姜力对于产品营销已颇有心得,“首先不要轻易上架平台已经泛滥的产品,而是要找到少而精的领域去精耕细作,让企业的发展可持续。其次要根据不同市场的消费习惯、偏好定制产品,设计成熟之后再投放市场。”

丽水极昼的成长之路,也为众多跨境电商企业提供了经验——要了解什么样的产品能畅销,就需要提前进行市场调查。“爆款”都是阶段性的,因为“模仿者众”,难以真正出精品,比畅销本身更值得关注的,其实是“爆款”诞生背后的流行趋势。

创新营销战略

跨境电商平台看似规则繁杂,但并非无规律可循。在了解平台规则和行业趋势后,它们可以“为我所用”,成为企业开拓国际市场的关键。

“比如欧美市场客户的消费习惯,就与国内截然不同。他们不依赖客服,没有咨询产品价格和产品信息。他们更相信‘眼见为实’,通过商品橱窗里的照片和视频来判断产品信息与品质,然后做出购买决定。”姜力发现,国内跨境电商行业在这方面的资源比较匮乏,很难向客户提供优质的视觉服务。

品牌出海离不开摄影、摄像为核心的跨境电商视觉服务。为了把优质产品更好地呈现出来,增加消费者的视觉停留时间,丽水极昼拓展了商业摄影业务板块。

2021年,丽水极昼多了一家名为“泼辣海拍”的“摄影工厂”,主要负责产品图片和视频的创意构思、拍摄制作。一个取材和生产自丽水的园艺花架,最终能成功占据国际市场,也得益于摄影团队结合海外用户需求和审美的精心包装。

在美国签约了60多位摄影师的“泼辣海拍”在好莱坞也有合作取景地,成为国内近千家跨境电商走向世界的“形象塑造窗口”,几乎每天都有各式各样品类的货物从深圳、厦门、杭州等地的跨境电商企业寄到这里“摆拍”。

货品抵达后,在这个“摄影工厂”里,专业的摄影师会带着基地签约的全职外国模特进行产品宣传视频、照片的拍摄。经过紧锣密鼓的后期加工制作后,一件件作品便从丽水流向了亚马逊、速卖通等知名跨境电商平台。

从名不见经传到炙手可热,正是凭借着标准化、规模化的“类工厂化”摄影模式,“泼辣海拍”在不到一年时间里便成为了国内跨境电商领域的知名摄影服务提供商,团队平均每个月制作视频1000多单,营收超过60万元。

“开拓业务板块的底气源于政策和市场潜力。”姜力告诉记者,2021年6月,《丽水国际摄影名城发展规划(2021—2030年)》出台,明确提出“以高标准建设丽水摄影园区,打造国际摄影艺术交流、国际生态摄影创作、摄影产业创新发展、摄影优质要素集聚‘四大高地’”的雄心,这让他下定决心从事摄影行业,也指引着他“要做就做行业顶尖,用优质视觉作品为走向国际市场的中国产品提升吸引力和竞争力”。

品牌扬帆出海

近年来,随着互联网和数字经济的蓬勃发展,跨境电商已成为国际贸易的重要趋势,一方面,通过跨境电商渠道,企业可以更方便地开疆拓土,抓住更广阔市场的消费商机;另一方面,也可以丰富销售渠道,降低生产经营风险。

为了帮助更多丽水企业出海淘金,提升丽水外贸产业带的优质品牌竞争力,丽水市跨境电商公共服务中心应运而生。作为运营方,姜力见证了这一新平台的优势。

记者了解到,公共服务中心为跨境电商供应链企业、卖家企业以及服务商之间的供需对接搭建了平台,在行业资源共享、政策支持上发挥了重要作用。入驻企业可以免费享受10项服务,包括24节跨境电商入门专业培训、每月一次跨境电商产品运营诊断、6个月的产品摄影服务、亚马逊官方开店1对1服务、对接专属招商渠道等。

去年11月,“领鹿计划”2023丽水市跨境电商人才培训在丽水市职业高级中学举行,吸引了全市跨境电商专业人士、高校相关专业学生等200余人参加。

活动现场,跨境电商行业资深从业者郑家楠分享了《跨境电商企业品牌、塑造基础能力建设》的主题演讲,主要围绕新手该如何开启跨境电商创新创业之路做了详细介绍。他从跨境电商的核心逻辑、平台运营的四个发展阶段讲起,进而传授了“如何筛选优质产品”的实践经验,让学员们受益匪浅。

平台是有属性的,它要符合一个产业的特性,能聚合为产业创新的各种工具。“许多企业在自己的细分领域具有优势,但做跨境电商却另有门道。比如产品展示、标题关键词设置、广告投放等都有独特技巧,还有平台规则、运营思路等,这些都与国内电商平台完全不同。”在姜力看来,丽水市跨境电商公共服务中心提供的一系列服务正好可以帮助这些企业摸清门路、把准方向。今年10月,来自青田的一家休闲椅企业,就在公共服务中心的帮助下开发出适合欧美市场的沙滩椅,成功收获了200万元的订单。

酒香也怕巷子深,丽水市跨境电商公共服务中心的意义更在于为企业和个人入局跨境电商提供全方位支持,助力“丽水制造”拓展全球市场,实现从产品制造到品牌塑造的全面升级。而对于扎根丽水的制造业企业来说,则要跳出丽水看世界,吸收数字化能量,为自己的核心业务“异花传粉”,才能打开更广阔的市场。

本期策划主题

聚力建设现代化生态经济体系

终审:陈安
策划:崔瑾
执行:沈隽
张李杨
付名煜
刘雅倩

深读丽水