



开栏语:基于数字化能力提升,中国企业和产业带释放出更强的供应链动能。国际品牌借助中国供应链加速拓展全球市场,放大品牌声量;国内企业的跨境电商、海外仓等业务依托政策红利蓬勃发展,让中国制造的效率和质量优势飞得更远。全球供应链的“流动性”让生产要素和资源充分地流通与交汇,这其中,少不了中国供应链的身影。

转战多多跨境 传统外贸厂商逆袭“黑五”

今年“黑五”,商家已经提前备货冲刺年终。近日,据北京商报记者了解,部分代工厂已经为多多跨境等平台准备了近一个月的商品,预计销量将有2-3倍的增长。在传统外贸之外,年轻的“厂二代”们积极拥抱新兴跨境电商,通过小单快返、投放达人、全托管等创新方式来解锁C端市场。当下,依托创新跨境贸易模式,中国的代工厂们力图将商品定价权重新握在手里。

销量将上涨两倍以上

“黑五”大促临近,“95后”的潮州枫溪东阳陶瓷总经理何佳阳和团队们忙碌了起来。在多多跨境的广州仓,他们备了货量超20天的商品,自己的仓库备货量也大致在10-20天。11月16日之前,何佳阳已经把日销大于100和大于50的a级产品跟b级产品划分好。“按照往年,‘黑五’当天的销量,尤其是爆款可能是日常销量的2-3倍甚至更多。”她说。

起初,何佳阳在多多跨境经营两个店铺,一个定位餐厨用品,一个主打家居装饰。餐厨店铺主要卖陶瓷、硅胶、玻璃做的一些盘子、碗和厨房小工具。家居装饰店铺主要做花瓶摆件。

过去,何佳阳的代工厂经营模式较为简单:接订单、收定金、再生产发货,一切按客户要求来。但面向C端,何佳阳得自己探索市场,研究消费趋势,具备对产品的销售预判能力。

为了抓住年终的重要促销节点,何佳阳规划得很仔细:厨房用品主打保温、温暖的概念,比如保温杯、加热烤盘。家居装饰上,增加一些节庆的圣诞、新年元素,甚至还有国外用户会提前购买年底婚庆、明年情人节的礼品。

和何佳阳一样,金华市华业经编有限公司电商部经理龚智瀚也提前备货到12月。据他讲述,今年是公司第一次参加多多跨境的“黑五”大促,备货量是平时月销的2.5倍左右,

百洁布产品的款式涉及常规款和季节款,例如迎合并日做一些有关圣诞老人、雪人元素。目前,龚智瀚的工厂已经拓展了亚马逊、沃尔玛等多个跨境贸易渠道,涉及美国、欧洲和日本等市场。

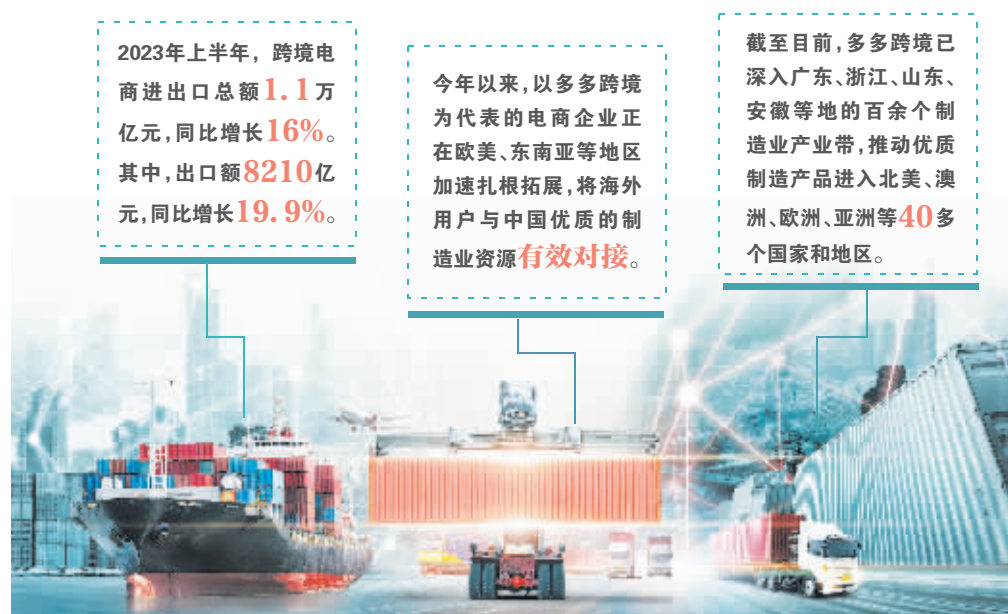
于国内的中小外贸商家来说,无论是拓展客流、打响招牌,还是销售老品、推出新品,“黑五”这个机会每个人都跃跃欲试。在此之前,何佳阳就曾在多多跨境买手和消费者评论的激发下,尝试用产品组合来提升销售额。例如从单个花瓶售卖衍生到销售干花摆件,从简单的陶瓷摆件衍生到其他树脂类小摆件,把不同的产品组合搭配打造一个家居装饰角,这样既提升了店铺整体调性,粉丝黏性也变强了,何佳阳的客单价也能定得更高。

拥抱创新跨境模式

像何佳阳、龚智瀚这样的“厂二代”从传统外贸转向C端市场,其实背后也历经了不少波折。去年,除了受疫情和国际形势影响,跨境物流运费暴涨,汇率波动频繁且剧烈,不少代工厂的订单明显下滑。

在今年3月国新办举行的发布会上,海关总署署长俞建华提及,外贸确实面临不少困难和挑战,外需减弱最受关注。全球通胀高企,主要经济体增长乏力,对全球贸易构成了持续冲击。世贸组织近期预测,今年一季度全球货物贸易疲软,预计全年仅增长1%。

因此,为了寻找另一条利润曲线,从国外



留学回国的年轻“厂二代”们逐步摸索出一些门路。在多多跨境上,何佳阳采取“小单快返”的模式,改变了工厂传统500单起订量的策略,尝试先卖200-300单,来观察新品的表现,若是销量趋势很好,再去让工厂加量生产,以此来避免货物因滞销造成的损失。

商家们先在多多跨境试试水,拿到一些新款的点击率、转化率等关键数据后,龚智瀚还想到了一个方法,就是让社交媒体或者KOL去宣传,投放几张产品图做测试,看用户最喜欢哪一款,再基于此选出消费者最喜欢最有潜力打爆的产品。举一个例子,用户喜欢吸水性强、柔软度高、清洁力强且性价比较高的百洁布。但龚智瀚在市场测试后发现,欧洲用户偏爱黑白灰,而中东或东南亚的用户更热衷彩色的百洁布。

“我们爆品的押中率在三分之一。”龚智瀚很看重电商团队的创新能力。依靠多多跨境的“全托管”模式,龚智瀚不用在前端运营上费心,只需给到平台一个出厂价,再将货发入多多跨境国内仓就行。基于此,他能够

多多跨境的团队浓缩到两个小组,每组3人,负责产品上新、维护等核心工作,从而提升投入产出效率。

平台承担商家的网站引流、跨境物流、法务、知识产权等多环节,也能让工厂更专注于产品打造和生产。

助力中国制造出海

跨境物流链条长、环节繁复、配送时间长、资金周转慢,是外贸商家面临的出海难题。电商企业疏通物流资源,能以订单规模效应向物流商争取更低折扣的价格。从环节来看,例如多多跨境负责从国内仓通过物流服务商发往海外转运枢纽,经第三方物流合作商完成到海外用户的尾程配送。

而商家既不用担心仓配问题,还能有效改善物流成本结构。据龚智瀚计划,今年公司会拉长备货周期,提早把货发到美国的海外仓,以走海运快船的方式降低物流成本。

据了解,在跨境物流环节,多多跨境在

“黑五”前已与美森、以星、达飞、马士基、中远海运等船运公司达成合作。以美森为例,其凭借在美国长滩港的专用码头,以及2个港外堆场和无需预约的快速提柜模式,从上海运输到美国长滩最快仅需11天,较传统海运方式缩短了一半时间。

这一定程度上也是海外市场消费环境变化使然。当前,国外用户更为追求性价比商品,消费需求也更为理性,这推动着商家在低客单价、普适性较强等维度上重新塑造产品。而物流成本减少,商家的价格优势才有机会再让出空间。

在商务部研究院国际市场研究所副所长白明眼中,多多跨境增加海运服务,不仅能大幅降低跨境物流成本,还能拓展商品品类,以前不方便空运的大件货物,也可以顺利出海。同时,还降低了物流渠道过于单一的风险。

一组来自海关总署的数据显示,2023年上半年,跨境电商进出口总额1.1万亿元,同比增长16%。其中,出口额8210亿元,同比增长19.9%。跨境电商正逐步成为拉动外贸出口的新引擎。

今年以来,以多多跨境为代表的电商企业正在欧美、东南亚等地区加速扎根拓展,将海外用户与中国优质的制造业资源有效对接。截至目前,多多跨境已深入广东、浙江、山东、安徽等地的百余个制造业产业带,推动优质制造产品进入北美、澳洲、欧洲、亚洲等40多个国家和地区。

得益于积极拓展线上渠道,并适配平台差异化模式的打法,何佳阳的工厂依然能保持每年20%-30%的增长。龚智瀚也对公司接下来的发展充满期待。在今年4月,他的多多跨境店铺销售额达到4万元,到了10月,销售额已经上升到160万-170万元。“我们有供应链能力,可以开发设计好产品,我们希望能把自身优势放大。”龚智瀚说。

北京商报记者 何倩

浏阳河酒“公章门”背后的殇

抢公章

11月21日,北京商报记者从浏阳河酒官方网站获悉,随着一则《关于微信公众号及官方微博账号停用的紧急声明》的发布,一场持续了半个多月的“抢公章”闹剧也按下了暂停键。

将时间倒转到11月初,浏阳河酒方面称,一伙不明身份、穿着保安制服的社会无业人员在何小东(彭潮关联方)的带领下强行进入公司办公地,刘毛平(彭潮关联方)以彭潮授权名义代行使大股东权利,后通过强行开锁的方式抢夺走公司印章证照(目前公司已报警处理)。据了解,此次共抢夺走浏阳河酒各类公章30余枚、营业执照10份以及重要涉密文件多份。根据浏阳河酒官网发布的声明显示,彭潮方面利用到手的公章出具一系列文件,其中便包括多项任命。

为了解目前案件进一步情况,北京商报记者致电湖南省长沙市公安局芙蓉分局媒体对接部门,截至发稿,电话无人接听。

在浏阳河酒官网不断还原“抢公章”事件原委的同时,浏阳河酒官方微信号又是另外一番光景。11月9日,浏阳河酒官方微博发布声明,在撤销刘伟文职务的同时,还启用了新条码系统,原提供使用的所有条码拟注销。

针对目前事件进展情况,北京商报记者致电该推文中的相关联系电话,对方表示对该事件并不知悉。此外,记者向该联系人询问目前条形码注销情况,得到了相同回复。

当因抢公章风波被推上风口浪尖时,追溯上一次浏阳河酒出现在公众视野,还是在央视广告的荧幕之上。一时声名大噪的浏阳河酒,如今其产品却在市场难觅踪迹。据悉,浏阳河酒旗下运营品牌有浏阳河红方、浏阳河小曲、五十周

年、青花瓷、特曲、绵雅、金世纪等多个系列。

北京商报记者登录天猫及京东等平台查询发现,浏阳河酒均未在上述两大综合类电商平台开设旗舰店。此外,记者走访北京部分终端市场发现,浏阳河酒旗下产品在烟酒店、KA卖场渠道均无销售。

对此,酒类营销专家肖竹青向北京商报记者表示,浏阳河酒市场遗留问题较多,贴牌酒泛滥,还叠加了假酒问题。此外,浏阳河酒在市场上,仍有很多客户费用政策没有兑付。

夺实权

一面是手握财务大权的财务总监,一面是失去实控权的董事长,“抢公章”事件之下,实则是浏阳河酒实控权的争夺战。

据市场监督管理局登记文件载明,浏阳河酒各股东持有发展公司股权比例分别为,自然人彭潮占58.3756%、机构股东高新创投占15.5279%、中金佳泰占12.6904%、上海宝丰占6.9129%、深圳架桥占2.5546%、苏州农发占2.5381%、南通中南占1.0152%、新疆嘉德占0.3853%。

针对目前股权情况,北京商报记者登录天眼查查询获悉,目前浏阳河酒法定代表人兼董事长均为彭潮,持股比例为58.3756%。根据浏阳河酒官网显示,彭潮同意将其持有的公司3484.849万元出资(股权)(约占其本人持股比例的50%)出质给公司全体出资机构股东及其共同投资人,其中高新创投质押数额占1066.015万元、中金佳泰质押数额占871.212万元、上海宝丰质押数额占474.584万元、深圳架桥质押数额占175.375万元、苏州农发质押数额占174.242万元、南通中南质押数额占69.697万元、新疆嘉德质押数额占26.45万元。

根据此前对赌协议规定,在公司2012年、2013年度内未能完成对赌业绩承诺且彭潮(及关联方)未能履行回购义务的情况下,上述股权质押仍在有效期内。

除对赌外,据浏阳河酒官网,彭潮因个人债权债务纠纷,其所持有的公司股权对应金额的全部6969.697万元被法院冻结;彭潮还因个人债权债务纠纷,于2013年1月6日将其所持公司股权对应金额中的4112.122万元出质给第三人何学东,本次质押权利尚在有效期内。

酒类资深分析师蔡学飞指出,为谋求上市,浏阳河酒曾拟通过取得控股地位再注入资产的方式上市,又在2011年借壳的道路上与资本进行对赌,不过其2012年、2013年业绩与对赌协议相去甚远,只能履行对赌协议。浏阳河酒与外部资本之间一直牵扯不断,此次“抢公章”反映出的根本问题也在于浏阳河酒多年经营目标没有完成,导致内外部的不满与争斗。

资本路

事实上,对于资本的追求,浏阳河酒从未停止过。从2006年至今,浏阳河酒三度借壳,却最终均以失败告终。肖竹青指出,离开事情表层看,导致这场“闹剧”发生的关键转折点在于被高估的短期收益。

2006年,浏阳河酒曾提出上市,并且宣布拟投资27.5亿元在永安镇打造一个国家级大型白酒生产基地。彼时,浏阳河酒销售额达20亿元。

经过三年发展,浏阳河酒2009年欲借壳通葡股份谋求上市,后因多种原因未达成一致,导致借壳上市无疾而终;此后,2013年12月大元股份拟以20亿元收购浏阳河酒,但最终经过谈判后,浏阳河酒第二次借壳计划搁

浅。两度借壳未果的浏阳河酒,并未放弃对资本的追求。2014年6月,皇台酒业宣布与浏阳河酒签署战略合作框架协议。以现金方式向浏阳河公司增资7500万元至2亿元,股权比例增至15.38%。眼看曲线上市即将实现,但在与皇台酒业沟通了3个月后,该收购协议便草草终止。

据北京商报记者了解,2011年,彭潮引进包括湖南省财政厅下属的湖南高新创投集团、中金国际、上海宝丰等多家投资机构10亿元战略资本,并签订了对赌协议。彼时,根据对赌协议显示,持股占比58.3756%的大股东彭潮和浏阳河公司共同承诺,即2012年至2014年浏阳河酒销售收入不低于12亿元、16亿元以及22亿元,净利润不低于3亿元、4.2亿元以及6亿元。若为达到业绩目标,控股股东将低于部分的差价折合成相应的股份补偿给PE机构投资者。

蔡学飞指出,引入外部资本确实可以改善企业经营情况,对于浏阳河酒这样的老牌名酒复兴与发展将起到积极的促进作用。但在目前错综复杂的市场环境下,浏阳河酒等老牌名酒不仅面临着一线名酒下沉挤压,而且面临着产品结构升级、跨区域发展等多重压力,企业发展承压较大。选择与资本对赌的方式,一旦失败,翻身仗不好打,面临的问题巨大。

根据公开资料显示,浏阳河酒2012年、2013年的营收分别为1.69亿元、2.15亿元,净利润分别只有126.56万元和1298.82万元,均未完成对赌协议中的业绩要求。

肖竹青向北京商报记者表示,当下资本市场对酒业上市公司已关上大门,唯一能选择的便是赴港上市。但香港上市缺乏流动性,整体估值与国内资本市场不在同一水平。

北京商报记者 刘一博 冯若男

注销公告

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司(91110113MA0507H41Q),向登记注册机关申请注销。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司(91110113MA0507H41Q),营业执照正本、公章丢失。特此公告。
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司
2023年11月22日

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司(91110108MA05HG8Y84),向登记注册机关申请注销。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司(91110108MA05HG8Y84),营业执照正本、公章丢失。特此公告。
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司
2023年11月22日