



消费者

消费者

乐歌股份： 如何做好跨境电商

说起宁波本地因跨境电商实现品牌出海的案例，最大的典型莫过于去年上市的IPO 人体工学第一股——乐歌股份。在2013年以前，乐歌还是一家主要做平板电视机挂架、显示器支架等产品的传统工贸一体的外贸型企业。

“乐歌成立于2002年，初创贸易阶段为海外品牌做代工。后来成立研发部后具备了自主设计的能力，销售模式由 OEM 升级至 ODM 模式。”公司董事会秘书傅凌志介绍道，“然而，即便ODM实现了‘设计出海’，但始终是为别人的品牌做嫁衣裳，要想提高产品附加值，真正参与国际化竞争，必须由乐歌制造向乐歌品牌进行战略转型。”

五年前，正值全球互联网发展的时代，乐歌抓住风口，开启了与亚马逊平台的合作。但事业的起步阶段并非一帆风顺。乐歌股份董事长项乐宏在一次采访中曾表示，公司曾选取一批不是自己研发、制作的产品去海外站点销售，最后因为积压大量库存而碰壁。但是，当公司加大制造研发力度，把一批自有品牌的显示器、电视机支架送往亚马逊后，在十个月内便实现了整体盈利。

“刚起步时，我们没有运营的经验，后来项董亲手抓产品需求调研和研发，通过品质和服务管控实现了质量出海。”傅凌志说。此外，乐哥非常重视品牌建设。目前乐歌全球拥有专利501项，自主品牌占比超过50%。

总结起早年的经验，傅凌志概括了传统的外贸工厂转型跨境电商会面对三个问题。“一是品质，如果商品质量不好，导致海外用户大量退货，会带来很大的损失。二是品牌，有了品牌才能让消费者对产品有认知度，才能让各大平台商更加关注我们。三是知识产权，特别是经济发达的欧美国家，知识产权意识很强，要想与发达国家的竞争对手同台竞技，必须要有专利、商标、版权等知识产权保护意识。”

品质与品牌背后，核心仍然指向了产品本身。如今，乐歌借助亚马逊平台反映的用户需求不断改进产品。近期斩获CES 创新设计大奖的“乐小白”健身车，便是根据平台上消费者反馈的“希望健身产品快速易安装、便于移动”的需求，将健身车、学习桌、升降椅结合的产物。据公开数据，乐歌股份2017年海外自主品牌实现营收2.6亿元，同比增长133.5%。

广阔而全面的渠道，也让乐歌在面对贸易战的风浪时有了更多的抗风险能力。乐歌在美国、欧洲、香港、日本、菲律宾均有设立子公司，并开展境外营销、仓储物流及售后服务。同时，乐歌的越南工厂于2016年底投产，目前部分产品已在越南基地生产制造。

在美国市场，向自己的美国分公司出口并自主定价，可以对冲一部分关税带来的中间成本。即使美国市场不稳定，依然有欧洲、东南亚新兴市场等出口替代国。从乐歌的招股书来看，公司的生产与销售同样是多元的“组合拳”：有境内市场也有境外市场，有代工制造也有自主品牌，有一般贸易出口也有跨境电商。

“互联网的渠道，离不开产品这一载体。无论是境内境外、线上还是线下销售，B2B 还是 B2C，最终都将回归商业的本质，那就是拿好的产品给客户，目前乐歌主营产品涵盖了电脑升降台、智能升降桌、娱乐学习健身车等诸多人体工学办公家具产品。我们要持续研究用户、研究产品，坚持品牌优先、产品领先，希望用户在使用了我们的产品后，能认知、喜欢并爱上乐歌。”傅凌志说。

跨境出口 宁波还有很大的机遇

宁波的跨境出口行业发展在全国是个什么水平？据中国电子商务研究中心近日发布的《2017年度中国城市跨境电商发展报告》，宁波的跨境电商发展排名全国第四，出口总额与进口总额相比极不平衡。但有业内人士分析指出，由于海关系统难以甄别海外收货的公司究竟是电商仓库、企业自己的分公司还是海外进口商，目前宁波的跨境出口电商规模尚无全面准确的数据。

虽然“面”上的数据仅供参考，但是从业者们都有“点”上的感受。鄞州区商务局电商相关负责人表示，据他了解，鄞州区的传统外贸企业中考虑试水跨境电商大约占了三成左右。最近中美贸易战全面升级的可能，也是倒逼企业转型的契机之一。

“过去一些传统外贸企业比较安于现状，若是一年的订单量可以多达千万美金，可能也不太有求变的动力。但现在外贸环境的变化会触动很多企业，相应地也会有更多人将眼光放长远，开始布局新的商业模式。从未来的趋势看，多种渠道也会慢慢融合，一家企业可以同时布局跨境电商和一般贸易。”

在前不久结束的电商武林大会中，我们也能看到，深圳等地在跨境电商起步早、发展成熟，细分领域的耕耘很深，在金融、仓储、物流等方面都衍生出不少配套服务商。相较之下，宁波的确是“后起之秀”。

在钱巍巍看来，宁波“跨境电商”的风口里，难免会涌入一些“不专业的玩家”：“在资本发达的深圳与杭州等地，可能投资人就已经根据项目的发展前景帮忙筛选出了优秀的企业。但宁波的资本并不发达，也就少了这一轮筛选。这样一来，可能有一些没有在跨境电商平台卖过货的从业者，也成为了跨境服务商，需要企业有所判断。”

有差距，也有机遇。8月17日，亚马逊全球开店“宁波电商园”正式启动，也是继杭州和厦门之后，亚马逊全球开店在中国落户的第三个跨境电商园。今年12月，亚马逊全球开店还将在宁波举办卖家峰会，助力中国制造商精准对接全球买家的采购需求。近期，在宁波市口岸办的主管下，宁波市跨境电商协会正式成立，或将成为传统外贸和跨境出口企业资源整合的机会。