

融资一亿后,却决定“去中心化”

记者 马欣宜



宁波井贝电子商务有限公司成立于2014年5月,是一家集电子商务、物流、仓储、零售、软件开发等于一体的集团化公司,同时也是国家发改委和海关总署联合审批通过的国内首批跨境电商电子商务试点单位。

目前公司总部设立在宁波,同时在大阪、洛杉矶、墨尔本和香港均设立分部,致力于为国内消费者直供海外原装进口商品。

技术男的坚持

井贝电商的创立缘起于一次吴晖跟海关老同事们的小聚。

聚会上他们聊起了当时还属小众的海淘群体。同事们惊叹于这个群体的购买力,吴晖自己则是深有体会。因为工作缘故经常在各个国家之间往返的他,不光承担了女儿的奶粉任务,还要帮不少亲朋好友代购。他确信了这件事——中国的中产阶级和他们的消费力正一并崛起。未来这个群体对高品质进口商品的需求一定不在少数,而跨境电商会成为他们日常消费场景中的重要部分。=吴晖隐约感到机会再向自己招手,他没有考虑太久,和几位从事进出口贸易业与制造业的朋友一合计,四个人凑出五百万,2014年5月,井贝电商成立了。

那是跨境电商方兴未艾的时期,井贝入场的时机不算晚。但相比入场的果断,井贝发展业务的步伐则稍显“踟蹰”。

吴晖有自己的判断与坚持,跨境电商是贸易与互联网深入融合的业态,最终整个供应链势必走向信息化,因此跨境电商的核心一定是技术。作为一个IT男,没有人比他更了解一支强大的技术团队的重要性,以至于公司最初架构里,技术部门的比重高达90%。

“最初公司只有十几个人的时候我们就有十几个人的技术团队。”吴晖说。

可股东们着急了——每个月为了研发投入的成本是笔不小的费用,光开给技术人员的工资就要十几万,但从结果看,迟迟没能上量的井贝确实没有亮眼的营收。吴晖被诘问,“你开的到底是技术公司还是电商公司?”

2014年9月,井贝开展了第一次业务,“坦白说,是迫于压力。”吴晖说。不过在4个月里做出了500万元人民币的业绩,他自认还不赖,对股东也有了交代。

吴晖的坚持没有白费,2015年以后,一个完善的基础系统的逻辑流程优越性逐渐体现出来了。2015年7月,井贝跟贝贝网合作开展了一轮尿不湿的销售,一个月做了1000多万,达到当年的峰值。有成绩背书,吴晖渐渐拿回了话事权,自此以后,井贝的业务和技术都得以比较平稳地按他的思路铺展开去。

获投1个亿

2015年-2016年,井贝经历了几轮股权变动与政策影响,可谓九死一生。终于在2016年年底,发展趋于稳定,2016年年底井贝电商的销售额达到1.3个亿。有了稳定的进货渠道与上游货源,可以预见,井贝的体量还会继续扩大,想要在销售额上再有突破,必须增加库存深度,井贝账面上的资金还不够下更大的棋。

“我要做3个亿,平常账面上要有三、四千万的资金在转。”于是,吴晖又走上了漫漫融资路。

功夫不负有心人。今年,井贝又迎来了新的契机。

2018年,9月26日,井贝宣布获得A轮融资1亿元。由以导购为基础的国内知名电商生态链平台淘粉吧领投,三拓投资及宁波市政府天使引导基金跟投。

井贝电商与淘粉吧,两家公司的创始人都是技术出生,也都经历过创业的九死一生,相似的背景和经历使得双方的节奏高度合拍,思路与理念也相当一致,这一轮融资可谓“情投意合”。本轮投资的领投方淘粉吧CEO刘俊在公开报道中表示非常看好井贝电商的发展。他表示,井贝电商公司的商业模式清晰,发展空间巨大,全产业链发展模式竞争力强;特别是其能提供跨境电商全流程解决方案的服务能力,是保证公司发展壮大的护城河。

对于投资人的信任,吴晖感动之余,却更感到身上的责任:“手里有更多的资金,意味着犯错的成本也更高了,每个决策都要更审慎。我想向投资人证明,我们不是烧钱的项目,我们是有能力挣钱的项目。”

一个去中心化的供应链平台

吴晖谈到未来井贝供应链系统改造的方向,一定是“去中心化”。这个观点受他的偶像——《连线(Wired)》杂志的创始人Kevin Kelly的影响。

“有人问我,去中心化是不是革了井贝的命?我认为不是,供应链如果按照中心化思维是一定做不大的。”吴晖说。

按照传统的中心化思维,原来所有的供应商、渠道方以及服务商都是跟井贝发生关系,但最后的结果却是招致井贝自身臃肿无比,老资源积压成灾,新资源接不进来。一旦井贝出问题,上下游链接则全部断裂,整个体系会崩塌。

而去中心化的目标,就是让井贝自身成为一个开放的系统,可以对外提供大量的服务,从而得以接入更多的服务商。井贝不是要成为焦点,而是要把焦点打散,接入更多的合作伙伴——这也意味着会有更多的资源供井贝整合——通过格式化的规范去约束大家的行为,然后一起玩转整个供应链。

快问快答

1. 你如何看待自己所处行业的发展趋势和创业机会

2017年中国跨境电商零售进口的市场用户数已经达到5800万人,构成了一个强大新兴的买方市场。移动互联网的发展,快速物流、共享经济、社交性零售等突破传统电商经济,为新的创业机会带来了利好。从资本市场不断投资也可以表明,跨境进口市场创业红利期,被再次打开。

2. 简单介绍公司的商业模式。

以跨境进口商品为支点,会员制的新零售服务模式。

3. 如何评价公司产品的创新价值。

以跨境商品消费的会员制为支点,通过社群分享模式降低市场运营成本;以文化IP及内容融合为媒介,为消费者激发文化与价值多维度体验;以千城万店为线上线下连接点,触发消费者更高黏合度的消费意愿。