

从网易考拉卖身阿里疑云看跨境电商突围 宁波,有没有 玩平台流量经济的基因?

记者 严瑾



网易考拉要“改姓”了? 13日,有报道称,阿里巴巴将以20亿美元现金收购网易考拉。当人们还在热议考拉“改姓”后的种种细节时,20日一则“收购谈崩”的消息再度刷屏……

而今年年初,还传出网易考拉将合并亚马逊中国业务,最终,这则交易未完成。此次阿里巴巴和网易的案子还未水落石出,跨境电商领域已是风起云涌。

宁波,不仅是去年全国跨境进口电商总额的冠军,还是天猫国际、网易考拉等平台布局保税仓的“大本营”。在天猫、考拉、拼多多布局、进退之处,宁波跨境进口行业的生态又将泛起怎样的波澜?

杭州、上海、广州……同样是最早一批跨境试点,宁波为何诞生不了一个强势的跨境大平台?

跨境经销商的生意不好做

即便跨境进口今年已是一门覆盖1亿人的生意,也免不了市民口中“红酒、奶粉、美妆”的同质化竞争。

无论是学者还是从业者,大家从“网易考拉收购案”中读出的信号,都不外乎“平台竞争非常激烈”“寡头效应明显”。

“跨境电商进口市场前景很广,但别看它只是买进卖出,其实投入成本非常高。首先,囤积货物本身就是重资产,还要面临库存积压的风险。其次,平台还需要不断做广告获取新客流,导致运营成本居高不下。”宁波工程学院物流方向副教授杨健分析道。

根据电子商务研究中心发布的报告,天猫国际、网易考拉、京东海囤全球,三者稳居行业的“第一梯队”,而这“第一梯队”几乎占了去年全国跨境电商平台市场份额的60%以上。

大平台尚且如此,那些背靠“大树”的经销商、小平台又将何去何从?

宁波,是2013年全国最早获批的5个跨境商务进口服务试点城市之一。从那时起,保税备货模式的跨境进口便风生水起。截至2014年11月底,宁波保税区的电商企业达230家,随后涌现出淘淘羊、丫丫趣购、观止电商等优秀玩家。

然而,据杨健了解,如今有实绩跨境进口业务的宁波企业,仅剩30余家。无独有偶,记者电话连线了一位曾获得融资的本地跨境电商负责人,但其表示“已经不做跨境进口业务”。

一位在微信平台从事海外跨境直邮的负责人,道出了不少中小卖家的心声:“现在我们经营的奶粉、纸尿裤,利润率只有10%左右。因为天猫、网易等大平台的人局,让行业竞争日趋激烈,也让市场定价更为透明。他们能获得更多的货源、投入更多的资金、拿下更低的价格,小企业几乎无法同他们竞争!”

除了被大平台压缩利润空间外,国家政策的变化也带来了一轮“大浪淘沙”。

2016年出台、2017年实施的跨境“四八新政”,不仅调整了对跨境商品的监管,还需对其征收一般贸易70%的消费税与增值税。有业内人士认为,这一规范行业的举措,着实让一些利用所谓“政策红利”而“野蛮生长”的玩家退出了舞台。

余辰(化名)是一位美妆品类的跨境经销商。他的主要业务,便是将海外上游的品牌资源,对接给下游的电商平台。去年起,他就明显感觉到,竞争对手一下子从20多家变成了一两家。

“生意不好做。尤其在这一行业,下游平台的激烈竞争,也导致他们为争夺市场份额,纷纷向供应商压榨价格。这样一来,一些不出国、拿不到第一手货源的二级、三级经销商,根本毫无利润可言,几乎无法生存。”余辰坦言道。



跨境雨企的“突围”之举

在这个“头号玩家”马太效应显著的战场,产业链上的经销商要想生存,不得不拓展出核心竞争力:它可以是海外的品牌货源,可以是供应链管理,也可以是运营推广的能力。

在2018年市商务局发布的宁波进口企业200强中,脱颖而出的本土头部跨境企业,也有不少过人之处——

居进口200强榜单排名第17位的宁兴优贝,去年进口额达24.859亿元。它不仅在日本、美国、意大利、澳大利亚拥有四个海外集货及直邮仓,服务超过300个海外品牌进入中国市场,还是“网红食品”韩国三养火鸡面、日本卡乐比麦片的全国总代理。

排榜单第136位的正正电商,去年进口额达3.7亿元。它不仅早在2015年就获得A轮融资,业务范围也从自营代理进口,衍生到B2B、B2B2C等跨境电商服务板块。宁波保税区进口商品旗舰店、阿里巴巴1688全球进口货源平台的宁波站,都由该公司负责运营。

头部企业的表现相当优秀,而不少宁波的中小企业,也在努力开辟一条“突围的血路”。

对于挂牌新三板的母婴跨境电商企业“淘淘羊”来说,总经理徐杉正在谋求“多条腿走路”:在保持自营业务的同时,也在试水向跨境电商服务商、代运营方向转型。

最近,“网红”李佳琦热推了一款摩飞榨汁杯,而“摩飞”走红背后的相关运营服务,就有淘淘羊的参与。

“前两年是母婴,近两年是美妆……跨境进口的风口,可以说是风水轮流转。我们想呼吁宁波本地企业,做自己擅长的东西,尽可能地做到供应链、品牌端、运营端的优势互补,而不是恶性竞争。”像徐杉这样具备丰富经验的“老手”,便可以将自己的经验,复制给全国遍地开花的“后起之秀”。

观止电商的总经理林博峰,则是将目光从线上电商,转向了打造高校美妆个护品牌。今年,观止旗下的“比伶顾客”线下美妆体验店,已经在杭州、嘉兴、宁波等高校附近开张,而进货的方式也不再局限于跨境电商或是一般贸易。

同时,在大平台垄断流量入口之际,瞄准私域流量的社群电商,或将成为一匹黑马。2017年,在从事过为大平台供货的B端生意后,浙江海购的创始人杨小卉,则选择另辟蹊径,做起了面向C端的会员制电商。现在,浙江海购已拥有超过10万会员。

“跨境进口的产业链,从海外延伸到国内,在这一环节中,还会衍生出融资、物流、保险的各类需求,这些都是宁波本地企业和金融机构,可以尝试和考虑的新模式、新业态。

今年6月,宁波保税区与中国人寿财产保险开展的跨境电商真品保险试点,就是一个很好的尝试。”杨健说。

宁波为何还没跨境大平台?

当我们跳出企业的微观动向,放眼行业的经济数据,不难发现:宁波,是全国当之无愧的跨境电商进口大市,但确实还没出现一个强势的跨境大平台。

今年上半年,宁波实现跨境电商进口额89.8亿元,同比增长38.4%,其中有70.5亿元来自宁波保税区。全国累计有1159.9万的消费者,购买了从宁波发货的跨境进口商品。其中,进口量的TOP3,分别是美妆个护、食品、保健品。

在这批跨境进口总额中,企业的贡献是一部分,平台的“助攻”也少不了。今年6月,网易考拉全国规模最大、自动化程度最高的跨境智慧保税仓——1号仓,在宁波保税区正式开仓,面积达34万平方米,可满足超过6000万件商品的存储需求,一年可处理超过1亿件跨境订单。

然而,杭州有天猫国际、网易考拉,上海有小红书,广州有唯品会……同样是最早一批跨境试点,宁波为何诞生不了一个强势的跨境大平台?

杨健认为,这可能是由于以制造业为主的宁波,并没有太多“平台基因”,因为平台需要的是一种完全不同于实体经济的思维方式:“在杭州,有大的平台,有运营平台的人才。而平台是一种‘虚拟经济’:平台本身并不制造货物,而是要凭运营模式来获得融资。而宁波的企业家,很多做的都是实体经济、B2B的业务,谈平台可能对他们来说有点‘虚’。”

徐杉有着相同的观点,他认为,许多宁波企业都有“低调”“实在”的特点,要想打造本土电商平台,需要有行业氛围、人才集聚,但这样的土壤显然在其他城市更为肥沃。

宁波城市职业技术学院跨境电商讲师孙从众的看法是:对于不少宁波贸易商来说,已经习惯了“几个集装箱进出货”的一般贸易模式,发达的港口物流和制造业的产业链,让他们更容易从出口业务中觅得商机,而不是体量较小的跨境进口。从另一个侧面看,现在学校培养的跨境电商人才,也以面向B2C出口为主,因为宁波这部分人才的“市场需求”更为广阔。

的确,从数据来看,以日用消费品进口为主的跨境电商,今年上半年的总额还不到全市外贸总额的3%。和“一千万美元一票”的一般贸易“大单”相比,显得有些微不足道。但这并不代表未来没有想象的空间:随着更多商品被“准入”上岸,将宁波打造成进口商品的集散中心、展销基地或将成为方向。

没有在进出口理念上转变

读者 wyjian 在《东南商报》微信号东南财金留言,跨境电商也是电商,电商产业作为新经济,其产业集聚具有虹吸效应,在城市综合能级和环境竞争上,与其他城市比,宁波并不具有优势

但为什么宁波的跨境电商发展得好? wyjian 认为,原因有三。一是起步早,第一批试点,有改革先发优势。二是毗邻大港口。三是政府投入大。

跨境电商更是外贸,即便是戴上新型外贸模式的“花冠”,从本质上讲,其业务离不开进口和出口两端。

多数传统本土外贸企业目前仍没有是在进出口理念上转变,在打造平台经济、实现流量经济和外贸模式创新上,缺乏一种天然电子商务基因。即便是再好的跨境电商本土品牌,无非也就是一个进口商品的“搬运工”,没有关键的核心平台技术、没有大数据分析、没有产业链的拓展延伸,其运营都会陷入举步维艰的境地,更别指望能产生类似网易考拉、杭州拼多多、云集等那样的电商“独角兽”了。