

坚持跨境自营模式 蜜芽宝贝欲利用价格战实现突围



■ 本报记者 范丽敏

2014年以来,资本的狂热追捧和跨境电商业务的发展,让母婴成为垂直电商中最醒目的品类。近期的价格战,更是将一些母婴电商推到了风口浪尖。

“母婴行业经过几轮洗牌,目前已经处于红海市场,不再适合新兴创业者进入,现存的母婴电商将继续厮杀。”蜜芽宝贝创始人刘楠在接受本报记者采访时表示,2015年,蜜芽宝贝试图通过打价格战、布局海外供应链、坚持跨境自营模式等来实现母婴电商的突围。

进一步提高母婴电商门槛

针对垂直人群的泛母婴电商蜜芽宝贝上线于2014年3月。这家上线刚满一年的公司,决定在今年3月16日至18日举办首届进口纸尿裤节,开始2015年母婴电商的首轮价格战。据刘楠介绍,在这次价格战中,蜜芽宝贝平台上的花王、尤妮佳等品牌纸尿裤的数个型号都降至“两位数”,其中尤妮佳(Moony)的价格降至68元。“这个价格在进口纸尿裤中几乎是腰斩,

对行业是很有震撼力的。”刘楠说,纸尿裤作为母婴电商行业中的标准品,在所有电商中毛利非常低,通常在5个点以下,有时甚至只有两三个点。

刘楠认为,价格战是实力电商在一定历史阶段的必经之路。不仅仅是比谁价格更低,备货量和采购实力等上游供应链更为关键。“电商发展到现在,价格战仍然是电商进行竞争的最有力手段。价格战不仅能彰显实力,而且能够优胜劣汰,一打价格战就能看出谁在裸泳。”她说。

刘楠表示,为了此次进口纸尿裤节,蜜芽宝贝启用了200个集装箱的备货规模,并将向消费者公开展示海外采购、仓库备货、装运集装箱、日本港口运输、抵入宁波港、海关报关和国检查验等流程。

“就目前状况来说,母婴电商已经是红海,新兴的创业者不适合再进入,此次价格战将会进一步提高母婴电商的门槛。”刘楠说。

发力跨境自营模式

据刘楠介绍,目前几家比较大的母婴电商平台,侧重模式各有不同。

例如,京东的母婴频道是一般贸易自营模式,天猫是一般贸易入驻,天猫国际是进口保税入驻,苏宁、红孩子是一般贸易自营+进口保税入驻,跨境电商采用的是进口保税入驻模式。

刘楠认为,一般贸易模式的商品价格会比较高,一般贸易入驻的模式会导致平台难以保证商品的货源。即使是跨境电商也不能全代表是“一手货源”,一些以第三方商家入驻形式的平台电商模式松散,零售商可以依据合同把责任推给上游商家,销售平台、货源采购也是来自于不同的两部分。一旦像纸尿裤这样的商品因物流仓储而产生的质量问题(如潮湿、受挤压品相差),零售商本质上并不能为此负责,最终利益受损的还是消费者。

因此,蜜芽宝贝选择了以自营为主的业务模式,85%的销售收入来自于自营,POP平台为邀请制,仅对服装纺织和家居百货类目的品牌商开放,全链条打通的一手自营模式在刘楠看来至关重要。

目前,蜜芽宝贝已在中国香港和日本成立了分公司,在澳大利亚、欧洲、北美等多个主要采购地国家和地区建立了办事处和海外仓储。以设在日本名古屋的仓库为例,蜜芽宝贝在日本有16家供应商往这个仓库输送,同时每周日本向中国宁波北仑港发送50条以上的集装箱。

刘楠介绍说,从去年9月开始,蜜芽宝贝在宁波保税区展开跨境业务,4个月销售额超过3500万元。除了跨境业务外,蜜芽宝贝还有境内采购和一般国际贸易采购。其中,与蜜芽宝贝独家合作的海外品牌约占到其平台所有售卖品牌的15%至20%。

持续向产业链上游渗透

母婴垂直电商曾经在综合类电商平台的强势进击之下,发展得困难重重。随着各大综合类电商平台在母婴品类的发力,现在的母婴垂直电商仍然面临着平台的挤压。

在刘楠看来,母婴垂直电商在和平台的较量中,需要比平台钻得更深,并且在更上游拥有一定的控制力,就是要做得重。“我觉得重就是控制力、竞争力和护城河,如果你作为一个垂直电商在上游没有任何的控制力本报讯的话,当平台跟你打起来,你就没得玩了。”

以日本市场为例,蜜芽宝贝在最上游日本的货源是固定的3家通贩商社,还有日本的出口商,以及蜜芽日本旗下全资的一家子公司。在中国的进口商有蜜芽宁波和蜜芽天津两家中间商,中国的零售商也是蜜芽宝贝,蜜芽宝贝既是零售商、进口商,而且还是出口商,并且自己到日本去买货源。

自去年12月开始,蜜芽宝贝开始进一步向产业链上游拓展。刘楠透露,他们已经开始参股上游的一些通贩商社,用参股的方式你才能把合作稳固下来,甚至做到知根知底。

与此同时,刘楠认为,母婴电商行业天然具有一定的防御性,相比综合性电商平台而言,母婴垂直电商可以通过精细化和专业化的运营、差异化的商品或服务,与消费者产生更多情感上的交互,从而产生平台无复制的用户忠诚度和黏性。

蜜芽宝贝发起的纸尿裤价格战已成了母婴乃至整个电商行业的热议话题,蜜芽宝贝悄然成为3月母婴市场的最大赢家。据蜜芽宝贝官方透露,3月16日至18日,为期3天的进口纸尿裤节带动了蜜芽宝贝全品类母婴商品的销售高峰,3天GMV(成交总额)已突破3亿元,是去年10月整月GMV的3倍,刷新了垂直母婴电商的销售记录。虽然是主打进口纸尿裤,然而非标品的销量已经超过了50%,移动端销售占整体销售的85%,今年新上线的社交产品“蜜芽圈”也成为妈妈们集中晒单分享的阵地。

公司治理

财经动态

北汽用“互联网+”构建汽车新生态

本报讯“互联网+”时代,信息科技融入传统汽车产业的大趋势愈发明显,“车联网”正成为汽车行业新的发展热点。但曾经在汽车行业沸沸扬扬的“特力马”犹在耳边,“车联网”又能究竟火多久?汽车企业该以何种姿态迈进这股“车联网”浪潮,利用“车联网”服务大众?北汽集团作为中国前五强的汽车企业,主动以创新者的姿态迎接“互联网+”,联合国内领先互联网企业乐视合作拓展“车联网”内涵,结合各自优势以构建汽车生态环境为目标启动了新的征程。

北汽通过利用传统制造业与互联网的高度融合,给出了自己的答案。日前,北汽与乐视签署协议宣布共同打造新一代智能汽车及汽车生态系统。北汽认为,互联网时代,作为新兴产物的新能源汽车相比传统汽车拥有更好的与互联网融合的优势。

2015年,国家对新能源汽车的推广力度继续增加,新能源汽车市场潜力被进一步放大。为促进企业成功转型升级做大做强,北汽计划以互联网技术为新能源汽车插上新的翅膀。

在2015年上海车展上,北汽集团最新车联网概念系统将亮相,北汽新款新能源汽车将走上前台。集合国内两大行业两家强势企业诞生的智能汽车系统,应用丰富互联网技术的新能源汽车,北汽用实际行动构建汽车新生态。

(李玲)

北京和庆永康商贸有限公司 探索现代生态养老新模式



■ 李直

小桥流水,鸟语花香,在这座坐落在北京的徽派庭院中,不见大都市喧嚣的烟尘,只有优雅的环境,清新的空气,清雅简淡的自然美景。这里就是和庆福怡苑,是从属北京和庆永康商贸有限公司的一家以养生、养心、养老为一体的养老院。

北京和庆永康商贸有限公司创始人范永发先生,长期以来一直致力于为老年人养生提供更优质的产品与服务,带领着公司立志于老年健康、养生服务领域,始终坚持高科技、高品质路线,不断开发、专门为老年群体提供健康养老养生服务,立足于养老院产业,推出了一系列理疗与健康食品共兼的养生项目。

清血仙草铁桑兰,从源头守护健康

铁桑兰生命茶是和庆永康公司的主打

产品,铁桑兰研发人张金义先生多年来一直坚守信念,不断考察中华大地,研究各地名茶,通过培育种植、嫁接、研发配比调试N次,用了5年的心血,终于融合多种微量元素,配制出这味神奇之星——铁桑兰生命之茶。

铁桑兰茶富含人体所需的微量元素,多种矿物质,以及维生素、茶多酚、多种氨基酸等,是一种珍稀的新型草本高碱性植物。因其生长地域的特殊性而有着非常显著的“神奇”功效,具有安神养性、抗衰老、抗疲劳、提高免疫力、防癌抗癌的功效。同时,它又是血液的清道夫,肠道的保洁员,“三高”症的克星,心脑血管病人的福音,是平衡酸性体质饮品的佼佼者。

据业内人士介绍,饮用铁桑兰茶3周,能够深层净化血液,恢复血管弹性,软化血管,清除血管垃圾,降低血粘稠度,改善血脂代谢紊乱,清肠排毒解便秘,快速将已形成的血管斑块腐蚀、溶解,防止斑块脱落游离

在血液中,并通过尿液汗液排出体外。饮用4周,能够全面疏通血管,分解血栓,稀释粘稠血液,恢复血液循环畅通,强化活性因子,提升血液抗聚能力,防止血栓再次形成,从源头预防高血脂、高血压和高血糖反复发作。饮用5周,能够软化血管壁硬化的血垢,然后迅速分解脂肪粥样斑块,清除体内的激素类、尼古丁、农药残留、重金属等化学类药物所积淀的毒素,调节人体内分泌,清理肠道内的垃圾毒素,改善肠胃功能助消化。同时全面恢复血液自动清洁功能,增强血管韧性,防止血液垃圾再次形成,从而防止“三高”疾病的复发和突发。

因它是泡茶方式的饮品,是茶非茶,茶中之魂;似药非药,药中之王,因而享有生命之茶的盛誉。

度假养老新模式,娱乐与健康并行

北京和庆福怡苑,是现代智能化,以静、

排、清、自食养生模式的度假机构,专注为60岁以上的老年人提供度假式养老服务。和庆永康公司倡导的高端养生养老改变了居家养老的传统生活模式,使老年人生活更加人性化、多元化、健康化,倡导新型机构的养老理念,带动全社会对老龄事业的重视,促进社会和谐发展以优越的环境,先进的养生理念,科学的养生方法,新鲜的度假活动,细心的照顾,体贴的关爱,力求满足老年人现代化的养生、养老需求和养老品味。

和庆福怡苑养生可以进行传统中医针灸、推拿、火罐、艾灸、生物电经络治疗,还有氧吧、超声雾化氧吧等功能室。和庆福怡苑客户通过公司度假网络平台实现异地休闲度假、旅游养生、连锁度假旅游项目,不仅可以优质完成旅游日程,还能够关注每一位年迈游客的特性,根据其出行需要与特点设计旅游行程及形成关照细节,力保客户亲临山水,感受自然能量,充分享受晚年生活的闲适。

在和庆福怡苑内,还配备有北京和庆福怡苑健康体检中心,具有先进的高端设备,量子检测、雷电ETC通经络、拔血罐、取血栓;还有多项调理项目:除湿温阳调理、气血养髓调理、骨质增生专项调理、肠胃调理全

套、前列腺专项调理、全息经络调理、肝肾全套调理、滋阴养肺调理、温通气血调理等等。此外,还有专业的老师指导、调理,使老年人能够维持健康的状态。

立足养老产业,推动健康服务品牌

范永发表示,在今后的发展中,公司将以养生、养老为基础,奠定老龄产业发展的基石,整合社会资源,深化福利机构管理体制和经营机制的改革,推行市场化经济化运作方式,在老龄行业中树立一面旗帜;并努力整合旗下所属各单位,统一思想、统一目标、统一步伐,实现公司跨越式发展,在将来的路途中把公司打造成有活力、有实力、有影响力的现代养生、养老产业集团,从而形成一个以老年公寓为主体,以养、生养老为中心,以度假、旅游、健康管理为核心的连锁集团公司。

同时,北京和庆永康商贸有限公司将积极推动品牌建设,并倡导品牌共建共享,面向全国各地有志于投身健康服务的企业与个人,发展加盟合作广纳品牌代理,提供专业的技术指导,使这种好产品立足于市场,服务于人类,让更多的人早知道它,为更多的人带去健康及养生新理念。

