



本报记者 陈婕

“装饰卫浴”曾是杭州萧山区瓜沥镇群益村的一块金字招牌,群益村又称“中国装饰卫浴村”,一个小村能获得“国字号”招牌,实属不易。85后丁葛峰就出生在这里,并亲眼见证着父亲创办的鸿迪卫浴一点点发展壮大,年销售额上千万。

在丁葛峰的操盘下,这家传统生产型企业,创建自主品牌,并走上跨境电商这条路,如今正迎来爆发式增长——其经营的品牌进入加拿大热搜榜第14位,美国热搜榜第17位,销量连续三年高速增长,今年上半年销售额超过5000万人民币,是去年全年销售的两倍多。

传统贸易负担重,尤其卫浴行业品类多,库存很惊人。而现在的鸿迪卫浴是订单式生产,没有库存压力。跨境利益链很直白,只要能拉近业务就可以。当然,互联网也要花心思,怎么样吸引顾客下单。



杭州跨境电商综试区,交易额两年增长300倍 丁葛峰的“烦恼”: 接单忙到来不及生产

从内销转型电商 85后让卫浴老牌焕发生机

群益村的装饰卫浴产业是上世纪八十年代后期发展起来的。丁葛峰告诉记者,鸿迪卫浴是由父亲在1999年成立的,主要经营浴室柜和五金挂件,可以说是杭州第一家做卫浴五金挂件的企业。“最早是国内销售,后来涉足出口,主要出口到东欧,2008年金融危机之后基本全部转为内销。”丁葛峰说。

装饰卫浴企业准入门槛较低,一间厂房、几台设备、几个工人、一台电脑就能成为一个“公司”。丁葛峰告诉记者,事实上,最近这几年,整个行业都在往下走。“很多企业年销售额滑坡50%以上。现在全国各地,包括四川、江西、东北等都有工厂,竞争非常激烈。”

2010年,丁葛峰从浙江理工大学毕业后,先是在滨江的外企工作了两年,受到了滨江浓厚的电商文化的熏陶。2012年回家接手父亲的企业后,人称“乔峰”、“乔帮主”的丁葛峰,开始着手推动鸿迪转型升级。

回到公司后,丁葛峰的第一个动作是在天猫上开店。“因为完全不懂,所以老爸从没考虑过电商这一块。”很快丁葛峰组建起了一支全新的年轻团队,风风火火地做起了电商。“线下600多元的产品,在线上可以卖到1300、1400多元。2012年我们的营业额超过300万元。”年轻的丁葛峰交上来的第一份成绩单,就让老爸很惊讶。

跨境电商让企业插上腾飞翅膀 上半年订单是去年全年的2倍多

2012年底,一趟阿里巴巴带队的广东考察行,给了丁葛峰很大的震动。

“广东人很会玩,他们有先进的互联网意识,都是疯狂投入做跨境电商,做网站建设,店铺小而美。”丁葛峰告诉记者,有一家家具床垫企业让自己印象深刻,他们通过跨境电商一年出口能做3亿多元,其实工厂规模远不及自己。这让丁葛峰既感到惭愧,又觉得不甘心。

这趟行程被丁葛峰称为“寻梦之旅”。从广州回来后,丁葛峰就开始日夜寻思,怎样走跨境电商寻找出路。从品牌LOGO形象定位,到厂房重新设计;从平台页面优化,到产

品包装设计;从产品定位,到目标市场明确,甚至包括人才的择选考核,经过了一系列转变。以品牌LOGO为例,丁葛峰请专人重新设计,将原先鸿迪(Hongdi)改变成“HOMEDEE”,让品牌在国外更有辨识度,更能被客户记住。

就在此时,阿里巴巴开始推出了信保服务,鸿迪成了第一批用户。在丁葛峰看来,信保是交易记录,也是评价体系,更是买家的交易保障,从根本上解决了消费者与买家的信任问题。通过信保、阿里巴巴国际站操作,HOMEDEE品牌进入了加拿大热搜榜的14位,美国热搜榜的第17位,销量连续三年高速增长。

“我们目前手头的销售订单超过5000万人民币,是2015年全年销售的两倍还多。”丁葛峰透露。

加大产能,还得加快物流服务 今年下半年开建海外仓

销量增长的同时,品牌建设进展得也颇为顺利。目前,鸿迪的自营品牌占出口销售总额的30%,拥有11个外观专利,5个新型实用专利,保障客户利益的同时,也保障了自己的权益。今年截至6月,HOMEDEE从阿里巴巴一达通出货订单超过70笔,金额超过300万美金。其中信保订单占了40笔以上,金额占50%以上。

“时间点踩得比较准,我很庆幸碰上了这个好年代。”丁葛峰告诉记者,信用额度不断提升,让大客户对我们更加放心。鸿迪的优势还在于设计以及品质把控,美国设计师负责产品外观设计,品质标准参照的不是卫浴行业,而是更高标准的家具行业。

逆势上扬的鸿迪,还有新的烦恼,不是接不到单,而是要加大产能,加快物流发货速度和服务。而这,将成为鸿迪的下一步挑战。

丁葛峰告诉记者,今年下半年初步计划在英国建海外仓。海外仓模式是指跨境电商企业按照一般贸易方式,将商品批量出口到境外仓库,电商平台完成销售后,再将商品送达境外的消费者。这样的模式能降低物流成本,提高配送效率,提供一站式解决方案。“今年的销售额预计达7000万元。”丁葛峰要用这样的一份成绩单,给明年3字头的年纪献上最好的礼物。

新闻+

杭州跨境电商综试区,要从唯一到第一

鸿迪卫浴的爆发式增长可以说是杭州跨境电商产业快速发展的缩影。2014年杭州跨境电商交易规模不足2000万美元,而今年1至6月,杭州跨境电商出口已达26.82亿美元。尽管受跨境电商零售进口税改新政影响,杭州综试区上半年依然实现进口总额10.06亿美元。

杭州市跨境电商综试办工作人员表示,

今年他们的目标是“跨境电商出口40亿美元、进口20亿美元、招引跨境电商产业链企业320家”,实现从“唯一”到“第一”的转变。

浙江省电子商务促进中心发布统计数据显示,今年前7个月,我省跨境网络零售出口257035.97万美元,金华、杭州、宁波位居全省前三名。其中,金华跨境网络零售出口149325.05万美元,占全省58.01%。