

# 聚焦私域流量 实现品牌出海 独立站助力永康制造驰骋跨境蓝海

融媒记者 应柳依

1-9月,我市实现外贸出口总值337.5亿元人民币,同比增长13.3%。快速增长的数字不是偶然,如今,热得发烫的跨境电商,正不断刺激着我市越来越多中小外贸企业扬帆出海。他们借道头部企业成熟的境外电商+海外仓运营模式,纷纷入群。与此同时,飞神、明新、酷格、卡罗特、康狮等企业还添上一行之有效的助攻项——独立站,让品牌出海跑出了新一轮加速度。

## 独立站成为 外贸企业拓市助攻项

通过自营独立站和借助第三方平台,依托海外仓发货,今年前三季度,市酷格科技有限公司销售额实现了高增长。

跨境电商自诞生以来,大部分外贸企业都选择在第三方大流量平台开设店铺,并围绕平台制定的规则来运营,以便能获得较好的流量扶持。不过,近几年,越来越多的永康企业另辟蹊径,建设独立站,通过聚焦私域流量,实现品牌出海。市商务局相关负责人介绍。

独立站其实并不神秘,早在跨境电商兴起之初就已存在,是指企业自行打造的综合商城或垂直品类站点。那么,这一模式为何在近几年才开始逐渐走入大众视野?

独立站相比第三方平台,投入成本更高,难度更大,但对企业而言更有利于自主品牌有效打造。目前我们组建了10多人的运营团队,已建成一个较为成熟的运营网站,并陆续上了电动滑板车、电动自行车等产品。浙江飞神集团有限公司董事长陈向阳表示。

记者了解到,国内和国外有着完全不同的电商生态环境。在国内,绝大多数的电商生意集中在几个头部平台上。但在国外,除了亚马逊占比稍高一点之外,大都较分散,客观上给企业建独立站提供了巨大的成长空间。

## 跨境电商玩家 投入组合营销玩法

运营自己的独立站,可以按照自己的想法做策划和营销。此外,吸引和转化而来的粉丝,可以建立详细数据库,并进行消费人群画像分析,从而找到正确的推广方向,助力打造自己的品牌。最终,当品牌沉淀到一定程度后,客户忠诚度自然水到渠成。酷格公司总经理金豪表示,独立站在一定程度上甚至可充当流量池,丰富流量渠道,支撑企业快速发展。

2016年企业成立之初,酷格公司就下定决心要走自主品牌发展之路。眼下,该公司的品牌kugoo已在全球100多个国家注册商标,在海

外市场中高端领域占有一席之地。

我认为发展跨境电商,渠道多益善,线下、商超、第三方平台甚至独立站,任何能接触目标用户的通道都不应被忽视。金豪介绍,他们现有5家独立站,分别面向俄罗斯、欧洲、北美等地区和国家,经过两三年运营后,市场反馈均不错,特别是在俄罗斯,其品牌连续多年位居同行业市场占有率第一。

在金豪看来,建设独立站是一场持久战。为了打好这场硬仗,仅商标注册及收购,公司就投入了上千万元。除此之外,通过布局搜索引擎、比价网,甚至借助海外网红推荐等社交网络入口,来快速引流至自有平台,实现精准卖货,扩大品牌知名度。

有备而来,让酷格公司出海底气颇足。据了解,今年该公司独立站销售额已占总销售额约三成,且比重仍在攀升。

市康狮工贸有限公司同样也通过建设独立站采撷到了品牌出海的果实。这家颇具前瞻意识的企业早在2008年就打造了私域网站。近两个月来,网站流量集中爆发,基本已达到预设的收益目标。

当前,随着全球消费形成由线下转为线上的趋势,独立站也迎来了专属风口。或许正如上述企业主所言,独立站将成为了外贸企业拓市重要的助攻项之一。

## 走进世界五金精品馆

### 豪族宽堂系列中式家具: 为传统红木家具 注入年轻的灵魂



融媒记者 应柳依

谁说传统中式家具不能显年轻?

在世界五金精品馆,由浙江豪族工贸有限公司打造的宽堂系列中式家具天生长着一张年轻脸,柔软的布艺靠枕及坐垫、古朴的纯铜配饰,当这些材质遇到红木时,仿佛一下为其注入了新的灵魂,时尚气息就此洋溢开来。

说起宽堂系列中式家具,豪族公司负责人徐皓剑侃侃而谈:人生所居,自在宽堂,这是我们打造宽堂系列产品的本意,让使用者既感受到家居之宽堂,更觉心胸之宽堂。在他看来,从百工之乡到中国五金之都,宽堂根植于永康千年的历史文化底蕴之中。

宽堂系列中式家具是豪族公司推出的一个全新中高端品牌,从更高维度探寻生活方式,打造兼具传承与创新的经典作品。在设计理念上,为了解决硬木舒适度问题,该公司摒弃了过往红木沿用厚重质感的造型,更多聚焦色彩搭配、氛围营造,而这就更考验其设计团队删繁就简的能力。值得一提的还有工序。宽堂系列中式家具在制作过程中,采用了榫卯、伸缩缝、倒圆等传统工艺,同时引进了五轴加工中心,实现了匠心精工+数据把关双重保障,让红木家具的传统美感有了现代演绎。

徐皓剑介绍,从某种程度上来讲,宽堂系列中式家具正是公司为了迎合年轻消费群体的需求,对客户群体年龄层次的一个有效补充。它定位轻中式,采用名贵硬木原料,运用了斗拱、山纹、姜格、江崖海水纹、云雷纹等设计元素以及铜、布、皮、大理石等材质,色彩古朴大气的同时也不失时尚新颖。

我们拥有一支专业的设计团队,通过及时捕捉国内外家装乃至时装界潮流风向进行合理化设计,每年都至少要开发数十种新品。徐皓剑说,今年公司又根据市场需求推出了全屋定制系列产品。

目前,宽堂系列中式家具以实木套房体系的形式亮相,产品包括屏风、沙发、床、电视机柜等,轻奢的风格让豪族公司的展位散发出精致的气息。

产品及及时更新换代、设计遵循量体裁衣,宽堂系列中式家具走在了时尚潮头,赋予家装更多美学。目前,宽堂系列中式家具已有70多家专卖店,主要分布在上海、杭州等城市。

# 设立县、乡镇一级的零售店专卖角 三锋公司加速补齐内贸 短板

融媒记者 程明星

偌大的工厂内,一条条自动化生产线如火如荼地运行着,一台台崭新的电链锯走下生产线,装上集装箱,发往海外。连日来,一笔来自欧洲采购商的42万台电链锯订单,让浙江三锋实业股份有限公司掀起了一股生产高潮。

据了解,经过多年业务拓展,三锋公司在海外建立了完善的销售网络和售后服务体系。该公司通过“三共同”模式,持续提升快速响应客户需求的能力,并与世界知名的园林工具制造商、品牌商、商超等建立战略合作关系。同时,该公司创新“1+1+1”跨境运营模式,不断优化线上线下营销渠道,提升自主品牌运营能力。2020年,该公司电链锯产品的市场份额走在全球前列,预计今年销售额将比去年增长20%。

以往在国外市场,我们通常以线上销售方式为主(B2B模式),将产品放在国外商超出售。去年受疫情影响,我们增加了在跨境电商平台的销售力度,实现直接面向消费者的商业零售模式(B2C模式),通过跨境电商,快速实现自主品牌的外贸出口。三锋公司外贸销售副总徐巧珍说。

通过业务模式的转型升级,坚持以顾客与市场为导向,优化客户和订单结构,增强用户黏度和认同感,提升销售服务规范化和系统化建设,三

## 推进内外贸一体化 打通国际国内双循环



三锋公司生产的系列电动工具

锋公司在百舸争流的国际市场走在前列。

相较而言,三锋公司在国内的销售总体较为稳定。公司通过建立经销商渠道,将产品销往全国各地。为进一步推进内外贸一体化,做大做强国内市场已成为三锋公司的一门必修课。

针对内贸这块“短板”,三锋公司也是想方设法“补钙”。三锋公司董事会秘书吴四红介绍,近年来,针对国内消费者的需求,三锋公司研发了新型的锂电产品。除了自带的电池包,国内用户还可以通过连接

电动自行车的蓄电池应急使用。同时,用户还可通过更换工作头,实现一机多用。

近年来,快手和抖音在国内风靡,三锋公司逐步加大了线上销售力度,提高国内消费者对三锋产品的认知度。当下,三锋公司准备突破传统的市级经销商模式,转战县、乡镇,设立零售店专卖角。从去年开始,三锋公司便开始培养业务员,打算先在新疆、江西等省取得突破,再进一步覆盖全国。公司预计明年设立600多个县、乡、镇级专柜,打造线上了解、线下体验的销售模式。