

地瓜经济 风起云 永

创一代种地瓜 创二代伸藤蔓 鼎昌：双子星 架桥全球销售网



藤蔓向外延伸,主体在永康,枝干遍全球。以永康制造为主体,依托美国分公司的桥头堡,将经济血液互融互通的同时,也延伸出了密密匝匝蛛网式的销售宣传矩阵,将影响力辐射全球。这是永康市鼎昌工贸有限公司(以下简称鼎昌公司)在经济全球化浪潮下的独家秘籍,也是该公司迎难而上,开创新局的独特之路。

近几年来,我市企业积极拥抱国际市场,加大对外投资力度,延伸壮大发展根系,充分汲取国际养分,逐步从走出去到走进来升级,一根根粗壮的根系汲取养分,哺育了地瓜的茁壮成长。

小车库到 Number One 小地瓜逆势向阳生长

以前都是展会接单,订单不稳定,与市场脱节,外贸生意不深入当地,就是无根浮萍。每当出现这种情况,我就会跟还在上初中的儿子说,你记住,一定要学好英语,别再重蹈覆辙。在鼎昌公司的大厅中,该公司总经理李飞凤跟记者回忆起了儿子李博文小时候的故事。

身为创二代,男孩成长为男人往往就在一念之间。2013年,21岁的李博文还没念完大学,就跟李飞凤说想边读书边创业做生意了。由于年龄原因,李飞凤专门飞到美国为他申请了一本营业执照。

一辆二手商务车,一间破旧的车库,一位大胡子美国帮手,一个品牌GO-BOWEN(中文译为博文出发),这就是李博文创立美国子公司时的全部身家。一个月里,他带着李飞凤从中国发来的几台儿童滑板车、越野车跑遍了美国几乎所有儿童车线下零售门店,最终赢得了美国客户的信任。

2015年,我飞到美国去看他,结果一进门看到他蹲在货物中一边贴单一边扒拉着盒饭。那一刻,我落泪了。李飞凤回忆道,当时她劝儿子放弃创业回家,但是李博文却说,既然要做就要做到最好。

在美国创业,最大的困难是寂寞。李博文告诉记者,他面临的主要问题是跟美国客户面对面沟通,很多美国人对华人存在歧视和偏见。很多创业者在美国待不住,就是因为他们耐不住寂寞,吃不了这个苦,这些困难都需要自己克服,好在我做到了。李博文说。

目前,我们在沃尔玛、亚马逊等电商平台做到Number One了。李博文自豪地说,10年来,他克服诸多障碍,先后在美国洛杉矶设立了3个子公司,将研发、销售、售后端前置,深入市场,敏锐抓取市场需求,通过市场国际化、研发本土化、服务多样化,培育多个自主品牌,进驻沃尔玛等大型商超,平衡车品类在美国市场占有率达30%,实现在美国市场上产品销售额的爆炸式增长。

创二代深耕美国市场,极大提升了生产销售的自主权。把握住了客户,就把握住了市场,把握住了市场,就把握住了发展的机遇,这是藤蔓不断延伸的成长之路,也是地瓜经济带来的启发。



电动轮椅



整齐摆放的儿童电摩托车

多维度构建藤蔓体系 海外仓串联万里商域

今年1月-6月销售额4900万元,销售额同比增长729%;6月销售额同比增长474%,预计全年销售额同比增长600%以上。李飞凤告诉记者,这一亮眼数据的背后,是该公司打出展会宣传和建立海外仓这套组合拳后取得的效果。

我们很早就意识到,只靠经销商或采购商与外部市场建立唯一的联系,只会让公司被动成为供市场挑选的对象,所以,我们坚定迈出了往外走的步伐,与市场建立起多维度、紧密的联系。李飞凤说。

展会是必须参加的。美国所有的展会我们都参加,去年甚至飞到欧洲参加展会。李博文说,展会的意义在向客户展示产品,展示产品优化后的效果,而不是拿回多少订单。

去年参加德国的一个展会,我们花了接近100万元,坐飞机要30多个



滑板

小时。李飞凤说。冒着巨大的风险,顶着巨大的代价,鼎昌公司将展会开到了客户家门口,开到了客户跟前,也开进了客户的心里。

海外仓具有灵活、稳定供应链优势,可根据条件及时调整选品策略,增强企业对国外消费者需求和销售环境变化的响应能力。且海外仓完善的售后保障措施,大大改善了消费者的网购体验,有利于企业和产品树立良好

形象。李博文介绍,除了已在洛杉矶建立的1.2万平方米的海外仓,今年,该公司计划在休斯敦再设立一个海外仓。

得益于展会和海外仓这两支利箭,属于鼎昌公司的万里商域已然清晰可见。截至目前,鼎昌公司已在美国完成线下500多家门店的布局。今年预计布局2000家门店,阿根廷、墨西哥市场也在布局中。

自有品牌敲开外贸大门 资格认证领航星辰大海

一辆辆已安装完毕的电动轮椅、儿童电摩托车锃光发亮,正待打包发往美国,生产车间内的员工们正在埋头苦干。8月初,鼎昌公司生产车间内一派忙碌景象。

今年最大的目标就是完成去年预定的订单。谈及公司最近订单情况,李飞凤语气中不乏喜悦,她自己也将飞往美国洛杉矶子公司帮忙。

红火的生意靠的是鼎昌公司在地瓜经济思维引导下,在海外市场深入布局的深厚积淀。光有品质没有品牌,外国人不相信你的。所以,我们投资数百万元,在2019年获得了永康唯一一家老年代步车医疗器械认证(FDA),彻底告别了贴牌代工的时代。李飞凤告诉记者,目前,该公司有两个自主品牌:医疗器械类的Reyhee和儿童车类的Droyd。在去年这两个品牌创立



老年代步车医疗器械认证

之前,鼎昌公司一直使用GO-BOWEN这个品牌。

自主品牌建设是公司向海外

市场进军的必要条件。该公司副总经理王德辉告诉记者,像医疗器械类具有FDA认证的,永康就鼎昌公司一家,而且实现了产业链集中化,比如电动轮椅,大到充电器,小到按钮都能实现一体化集中生产,资源利用率最大化的同时,也实现了利润和效益的最优匹配。

掌握自主品牌就掌握了定价权,掌握了定价权就掌握了业内话语权,掌握了业内话语权就可以与同类产品拉开身价,形成降维打击。如果你没有自主品牌,美国客户不会相信你,他更偏向于相信中间商。这也是我们发展自主品牌的初衷,让美国客户放心。李飞凤说,地瓜经济要想做好,自主品牌建设是离不开的一块沃土,只有在自主品牌这块沃土上,地瓜才能越种越大,地瓜藤蔓才能跨海出洋。