

从简单的跑腿代购 变身创立自有品牌企业

张奥娜只身在代购行业中闯出一种新型商业模式

本报记者 李玉亮



张奥娜(中间签字者)和她在澳大利亚的行政团队。(资料片)

留学时帮亲戚朋友代购 在此过程中嗅到商机

一个92年的大四女生,尚未走出校园,却已经拥有百十人的代理商队伍,月销售额达300万,她就是张奥娜。在澳大利亚留学的2年时间里,她从海外代购中发现了商机,并由此创立了自己的品牌和企业。

如今,每个人的微信朋友圈中几乎都有做海外代购的,化妆品、奶粉、零食……应有尽有,而这也是张奥娜创业历程的起点。她说:“我2013年的时候刚刚去澳大利亚,每次回来,亲戚朋友就让我捎东西,最多的是化妆品。其实不光是我,在澳洲的中国留学生,差不多有80%的人做过代购。大家都觉得,让熟人从国外带回来的东西,肯定更有保证。所以每次回来,基本上都得托运好几个大箱子。”

张奥娜说,她所在的纽卡斯尔是一个不大的城市,地广人稀,所以很多日用品和化妆品都是在药店买的。“从药店买货的话,价格是明码标价,我们基本上没有什么议价空间,利润也很少。后来我在悉尼的唐人街发现了一些礼品店,他们的折扣力度就大一点。于是我就坐7个小时的火车,从纽卡斯尔去悉尼,到这些礼品店拿货。做着做着,规模就扩大了。后来,我通过这些礼品店的经理接触了一些厂家,从厂家拿货就更便宜了。”

留学生在海外做代购并不稀奇,想要扩大销量就得需要在社交媒体上发布广告。张奥娜说:“那个时候在澳洲的中国人也玩新浪微博,但海外中国人的圈子比较小,所以粉丝数上万就算得上是大V了。于是,我就跟一个大V洽谈,每个月付给他90澳元,每天可以发2条产品广告。后来我一想,自己能不能多发展一些粉丝,这样就省下做广告的费用。我便开始免费帮别人转发产品广告,因为是免费,所以大家乐意在我这儿发,不到1个月,我的粉丝就过万了。这意味着,我每发一条产品信息,就有超过1万人看到。而且我从厂家拿货也便宜,因此很多留学生就不再从药店和超市拿货了,转而从我这里拿,截止到2014年6月份,我下面就有超过100名代理商了,主要是中国人、韩国人和泰国人。”

因此,当大多数做代购的留学生还停留在单打独斗的阶段时,张奥娜已经有了一个颇具规模的团队。

创立属于自己的品牌 “把澳洲变成咱们的加工厂”

团队有了,就不能再小打小闹,不能甘于当一个“跑腿的”。张奥娜说:“我的很多同学到餐厅里去刷盘子,我不去,因为我觉得这样的重复劳动是没有意义的。”长期以来,中国一直都是“世界工厂”。一部苹果手机,大部分利润都让品牌商和渠道商拿走了,中国的厂家只能赚取一点微薄的加工费。初生牛犊不怕虎的张奥娜,已经认识到,谁占有了品牌和渠道,谁就抢占了产业链中附加值最高的那一部分。干嘛不搞一个自己的品牌?于是张奥娜注册了“澳那”商标,办起了自己的企业。“耐克是做鞋的品牌,但是它一个杯子也能卖到200多元钱,因为大家觉得它是大品牌,它的任何产品都是好的。”张奥娜补充说。

张奥娜开始去找一些化妆品和保健品的生产厂家,商谈贴牌加工的相关事宜。张奥娜回忆起当初的情景,还觉得很有意思:“第一次去找厂家谈的时候,几乎没有任何准备。厂家那边就问,‘你们想用多少毫升的包装?’‘瓶子用什么样的外观?’‘需要做什么味道的?’……一个个的问题抛过来,就把我给问住了。回去之后我又做了功课,再去找厂家谈,终于把一些细节都敲定了。”

如今,为张奥娜做代工的企业包括“Blackmores”和“Careline”等澳大利亚业内一流的生产商,“澳那”品牌旗下,也已经有了面膜、手膜、奶粉和胶原蛋白等一系列的产品。“我打算等今年6月份毕业后,再把红酒也加进来,进一步丰富产品体系。目前正在洽谈的一个酒庄,也是澳大利亚一流的。”张奥娜说。

16岁时在国外生活 “女汉子”也会落泪

如今的张奥娜,大方、自信、健谈,看起来比同龄人要成熟得多,但说起成长和创业历程中的一些故事,还是忍不住哽咽落泪:“我爸也是做生意的,从小他就锻炼我独立的一面,简直是用培养男孩子的教育方式来培养我。中考完第二天,我就被拉着上街发单页,高中毕业摆了一个暑假的地摊。我到现在去了近20个国家,他就送过我一次。就是16岁的时候,报了一个去法国的旅行团,我爸送我到机场的安检口,那是唯一一次。当时的台湾导游告诉我‘你是我带过的团里,年龄最小的单身游客。’”

正是这样的教育方式,造就了张奥娜坚强的性格,这也使她能够战胜创业路上的所有困难。“澳大利亚因为地广人稀,公交系统不太方便。有一次晚上我因为去给代理商送货,回来的时候坐过了站,手机也没电,街上又没什么人。下车的地方有个酒吧,有个醉汉就走过来,拉拉扯扯的。我当时很冷静,把他喊走了。但坐上公交车之后,蹲下来就哭了。其实商机很多人都发现,但是大多数人都会被困难吓倒,我就属于没被吓倒的那一批。刚开公司的那段时间,每天只睡三四个小时,也没时间谈恋爱,体重暴增30斤,牺牲了好多东西,才换来了今天的一点小成就。”

张奥娜的代理商们基本都是从社交媒体上销售产品,但如今随着微博的式微,微信活跃度的下降,他们需要提前做好应对之策。张奥娜计划今年7月份后,在全国发展一批实体店,做到线上与线下相结合,“两条腿走路”,使自己的事业能够稳步发展。



企业获得的各项证书。(资料片)

马来西亚山东商会 前来东营实地考察

本报1月28日讯(记者 王晓云 通讯员 李鑫) 26日,马来西亚山东商会理事、马来西亚高端探索与发展有限公司董事巩美娟一行,来到东营市进行考察交流。

推广介绍马来西亚中国商城项目是此次考察交流的主要目的。据介绍,该项目在马来西亚吉隆坡租借了6000平方米的展厅,用来展示山东企业产品,开拓东南亚市场,以及促进“一带一路”战略实施具有重要意义。在东营期间,巩美娟一行来到东营金华集团公司,就公司节能技术与产品加盟马来西亚中国商城达成了合作意向。

据了解,马来西亚山东商会于2012年12月28日正式注册,目前拥有会员超过100家企业。该商会致力于成为企业交流、企业互助、企业资源共享的最优商业平台,并可以为山东企业赴马来西亚及东南亚各国进行商务考察、产品销售、项目合作、洽谈、购房置业以及旅游观光等活动提供一系列商务服务。