

上半年利润被腰斩,子不语“钱”景大不如前

跨境电商的繁荣,让许多人看到了这个市场的机会,门槛低、盈利快等等,都是贴在跨境电商行业的标签。义乌小商品市场更是借着跨界贸易,而声名远扬。不过,在这个主打快消品行业中,物美价廉的不可不只有小商品,还有服饰鞋履。

义乌小商品市场所处的“江浙沪包邮区”,还孕育了许多服饰鞋履企业,尤其是杭州地区,无数服装品牌再次发光发热。而子不语作为一家既是扎根在江浙地区的服装销售电商,又是做跨境贸易的企业,尽管在外行人看来不太出名,可在内行人中可谓是无人不晓,近期更是成功登陆港股交易板块,但子不语的神话似乎刚造出来,就有破灭的风险。

跨境电商业务高度集中,企业特色难凸显

跨境电商行业,因其入门门槛较低,许多白领人士都将其当做自己的第二职业。并且随着近年来入局门槛的进一步降低,在亚马逊、eBay等跨境电商平台当一个中间商,也是许多企业的新选择。据相关部门公布的数据显示,2022上半年全国共新增25090家跨境电商相关企业,同比增长367.49%。其中,二季度新增2593家。

Amazon作为目前全球最大的跨境交易平台,其已覆盖了北美、欧洲、日本等发达国家和地区较强劲购买力的消费者。据不完全统计,全球消费者的首选跨境电商平台中,26%为Amazon,19%为AliExpress,11%为eBay。而跨境电商平台行业集中度高、头部平台掌握双边市场数据、消费者数据不流通等等,都会进一步加剧跨境电商业务的集中,就如同如今国内的电商平台一般,无论消费者如何选择,总是离不开那老三家:阿里、京东、拼多多,其余的电商平台也仅能瓜分剩余市场,掀不起太大风浪。

公开数据显示:去年我国跨境电商出口规模达1.98万亿,同比增长15.0%;2022年Q1我国跨境电商进出口规模4345亿,同比增长0.5%,这还是在亚马逊对国内商铺进行大规模封号后的数据,这足以说明海外市场这块蛋糕究竟有多么甜美,也难怪有许多企业纷纷开始布局海外市场。

2021年年初,字节跳动宣布加入跨境电商,早在此前阿里、京东等,已在国内电商行业触及到天花板的大厂,也宣布加入战场;另有洋码头、敦煌网、考拉电商等玩家,在电商平台这一块,早已山头林立。而在本身就从跨境电商起家的子不语,却并没有像外界所猜测的那般拥有着超乎寻常的市场占有。

据弗若斯特沙利文报告称,按2021年的

GMV计算,子不语在中国跨境出口B2C电商服饰及鞋履市场的所有平台卖家中排名第三,市场份额为0.4%,市场体量约为5695亿人民币;以北美地区2021年GMV计算,子不语在中国跨境出口B2C电商服饰及鞋履市场的所有平台卖家中排名第一,市场体量为3030亿人民币,子不语占0.7%的市场份额。但反观同样是跨境快时尚消费品牌Shein,子不语的成绩就显得有些小巫见大巫了。与字节跳动、蚂蚁集团、SpaceX齐名的全球top5超级独角兽Shein,成立于2008年,比子不语早诞生了3年。但其在2021年已经实现了160亿美元的营收,按2021年美元兑人民币的平均汇率换算,Shein在2021年的营收已达1020亿人民币,比子不语的23.47亿,多了近乎43倍。

而且在跨境电商这一行,由于交易平台的高度集中,许多同类型的产品都处于同场竞技的状态。也就是说,同样的产品可能会有成百上千的店铺在卖,从心理学角度分析,若产品高度相似,且还是快消品的前提下,消费者对于品牌,或者说是店铺的认可度并没有那么高。同时企业之间还会因为商品过于雷同,而丢失了许多品牌记忆点。

子不语在其招股书中也明确指出,要解决过分依赖第三方电商平台的问题,将撕掉自己“寄生电商”的标签,可从目前其营收版图以及市场策略来看,这个问题的解决似乎有些遥遥无期。

营收渠道单一,市场策略存疑

前文提及,目前国内跨境电商企业,普遍存在高度依赖第三方平台,并且目前国内的三方平台还未像亚马逊等跨境电商巨鳄,足迹遍布世界各个角落。因此国内企业在进行B2C的跨境贸易时,往往只能听从平台的推广策略。

子不语在其宣传资料上明确表示,其主营业务为通过亚马逊等第三方电商平台进行服饰及鞋履产品销售。通过多品牌、多店铺、多维度的布局,子不语打造出了多达一千多家海外网店、三百多个差异化品牌,可这些都是架设在1-2个电商平台之上的,一旦平台严查或者是客流量下滑,其对营收的影响就会被无限放大。

2019年至2021年,子不语分别实现营收14.29亿、18.98亿、23.47亿;同期,其利润分别为8110万、1.14亿、2亿,营收及利润增长均较为稳定。2022年上半年,其营收12.78亿,同比增长16.06%;利润仅6130万,同比下降46.3%。

不过值得注意的是,子不语的毛利率在行业内,也曾首屈一指。例如,2019年至2021年,子不语的毛利率分别为69.8%、

72.6%、75.2%,2022年上半年为75.0%。而且,近三年子不语毛利率在今年有小小的拐点,但仍是稳步增长的状态。只不过,子不语同期的净利率却少得可怜。2019年至2021年,子不语净利率分别为5.7%、6.0%、8.5%,2022年上半年更是降至4.8%。

子不语对此窘况也做出了解释:受宏观环境影响,导致客户的消费更加保守,同时退货率也有所上升,营收也因此放缓。但这背后其实也揭示了一个事实,那就是子不语自称的宏观环境,其实就是第三方平台,尤其是亚马逊。

尽管子不语对于自己高度依赖亚马逊等第三方平台的事实心知肚明,近年来也在着重拓宽其他营收渠道,但事实上,子不语在报告期内,通过第三方电商平台实现的销售金额分别占同期总收入的91.9%、79.3%、87.4%和94%。其中,仅通过亚马逊及Wish销售产生的收入约占同期总收入的86%、76.7%、84.2%及92.3%。解绑亚马逊的计划,几乎可以宣告失败。

另外,子不语的市场分布,还存在低于分布严重不平衡的问题。一般而言,企业的目标市场为相对固定的市场,但尽管宣称自己产品销往了全球80%的国家和地区,但从其财务数据来看,子不语主要还是培养欧美市场。

截止2022上半年,子不语在北美洲的收入占总收入的95.5%,其中美国占据95%;来自欧洲的收入占总收入的3.6%;而来自亚洲的仅有0.3%。一旦美国市场不再青睐子不语,那这个后果恐怕是子不语不想看到,也不愿接受的。

无论是营收渠道,还是主攻市场都显得过分单一的子不语,其实还面临着一个风险,那就是相关平台对品牌合规性以及商业行为的加倍管控,这对已经铺了一个大摊子的子不语来说,近乎毁灭性打击了。

押宝自建平台,却收效甚微

子不语当初给出的上市理由是充分的,其在招股书写道:此次成功上市,所募集资金将用于广告营销、完善供应链管理系统、建立自营网站、提升产品研发能力、升级及购买IT基础设施等方面。

业内人士认为,子不语上市后确实能因此拥有更多资金扶持,推动企业与亚马逊等海外平台解绑,但想要彻底完成用户的平台转换思维,需要的不仅仅是庞大的私域流量,还要考虑到产品研发、平台稳定性的细节等等。

对于部分微型跨境快消品牌而言,借助第三方平台,可以大大节约运维成本,但随着体量的日渐壮大,需要付出的代价也是

显而易见的,而自建平台似乎就是唯一的出路。然而迄今为止,从子不语的身上,却并未看到这条道路的曙光。

从营业收入方面来说,自营网站目前能够贡献的业绩还十分有限。2019年、2020年及2021年以及2022年上半年,子不语自营网站销售收入分别为1.2亿、4.07亿、2.75亿及8390万。按最新公布的数据显示,截至2022年上半年,子不语自建平台的创收,在总营收中所占比例只有5.8%。

截至2022年上半年,同步运营227家自营网站的子不语,在形成开支上的庞大支出,似乎也是拖垮企业净利润的一大因素。

子不语近三年半的净利润仅有5.7%、6.0%、8.5%及4.8%,尽管其声称是一般及行政开支费用的过快增长,行政成本增加,因而影响净利润。可业内分析师认为,子不语净利润降低的原因远不止这一点。

从成本结构看,跨境电商的物流成本、平台佣金、营销、人员等方面的支出,也都在挤压着企业的利润空间,尤其是子不语所身处的快消品领域,走的就是量大价优的路线,终端价几乎调无可调的情况下,净利润自然就会被进一步压缩了。

除此之外,平台对于企业监管的越发严苛,也是目前许多已经走出国门的跨境企业非常受挫的一点。亚马逊的大量封号、Facebook广告账号整顿、Google商家账号整顿、PayPal账号整顿、eBay入驻卖家质量严控、沃尔玛入驻卖家质量严控等等,电商平台对于消费者购物品质的越发看重,倒逼企业对自家品牌进行更进一步的维护,同时店铺在进行交易的时候加倍遵守平台规则。

在全球贸易受到多方因素,而有一定阻滞的时候,子不语所身处的跨境电商行业,也正经历来自国际贸易层面、知识产权层面和平台层面的合规化整顿,这预示着市场由野蛮生长的时代逐渐过渡到理性繁荣的时代。而在这个时代里,子不语该如何走出自己的风格,这一点至少从目前看来,还没有得到一个确切的答案。

子不语作为成功上市服装销售电商平台提供商,其顺着当年的亚马逊浪潮,积累了足够多的原始资本,并且在迅速扩张阶段也确实打了一手好牌,可在产品同质化严重、营收渠道及消费市场过分单一这些事情上,子不语却显得有些力不从心。

自2018年起,子不语便开始布局脱离亚马逊的种种策略,但时至今日,亚马逊仍是子不语的核心市场,在找到更好的生存策略前,子不语恐怕也只能继续被掐着脖子往前走了,但被拿捏命脉的也并非长久之计,子不语的未来又该如何是好呢。

爱心老人活动中心

Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话:
571-409-3345 (海伦)
571-599-2570 (丽莎)
703-354-2323 (传真)
703-354-6767 转 112
(办公室李小姐)

急聘RN, PCA: 男女护工多名(有PCA证书优先)、全职/兼职护士(RN)

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151

维州最完善的活动中心