

本期写字楼: 万达写字楼

本期创业者: 左文飞, 32岁

直播电商的价值链上 最重要是网红更是供应链

五月份转战直播电商供应链,半年不到的时间,产品库里已有超过1800个厂家的6000多个单品。左文飞说,在直播电商整个链条上,供应链可能是最有价值的一环。

左文飞自称为互联网“老炮”,他几乎抓住了近些年移动互联网的所有风口:微商、O2O、社区电商、电商培训、直播电商供应链……

去年3月,在关闭了社区电商项目后,左文飞决定将着力点放在电商培训上,他说这么多年来自己一直在电商领域持续创业,自己的创业历程写成教案,算得上是一份好的实践培训教材。

9月份,左文飞开始做电商的在线教育,包括传统电商平台淘宝、京东、拼多多,也包括抖音、快手的直播电商,还包括如何在朋友圈卖货,也就是微商的在线培训。左文飞说效果很好,所以干了不到一个月嗓子就哑了,到后来完全发不出声,只能在家休息。

由于疫情,左文飞一直休息到今年5月,5月30日在做了声带息肉手术后,他第一感觉是做一个供应链公司,而且马上行动。

“你看我手机上存的图片,我刚开始做供应链时,只有几十个单品,而且还是30多家厂家凑起来的,这些厂家多为我做社区电商时的供应商。”左文飞说。

事实上,任何一个创业者从0到1都不会十分顺利。左文飞亦然。

“厂家凭什么相信你?你如何说服厂家将最低的出货价给你,而且在不知道你销量的时候?”左文飞说,最有杀伤力的手段莫过于让他们看到自己的出货能力。“我以前做过生鲜生意,也做过社区电商,事实上现在水果类生鲜仍然是社区电商出货量最大的一个品类,我的办法时让厂家看到我消化一车水果用多长时间,每车一两万斤,一天出完。之后他会被征服,再之后,一个一个被征服。”

就这样,左文飞的供应链公司产品库快速增加单品。他说,自己只对接厂家,按厂家的最低的出货价给网红供货,完全地去中间化,一头是厂家,一头是直播电商。

“我始终坚持两点,第一不设仓,第二整车发货。”左文飞说自己不设仓可以节省大量的成本,而这个成本可以作为直播电商的利润。电商来了订单,从厂家直接发到快递公司的云仓,所以量必须要大。以量取胜。

“我以前做水果生意时,卖的是非标品,增设一个拼配环节,追求品质,也追求高毛利;现在做供应链,都是标准产品,讲的是去中间化,自己不设仓也不设运营人员,追求的是最低成本。只有最低价格供应出去,才能留给直播电商更高的利润空间。”

“当然,我们也支持小网红的一件代发,由快递公司的云仓发货,因为小的网红在和厂家谈判时,几乎没有议价能力,她们通过供应链公司,反而能够拿到更低的价格。”

昨天下午,左文飞在办公室接待了四拨客人,三家是直播电商基地代表,一家是直播培训机构,都是来选品的。他说在电商的“人货场”三个场景中,许多直播电商基地有人(网红)、有场(粉丝)甚至也有部分货,但品类不够丰富,这个时候,供应链公司的价值就出来了——有能够几乎无限满足直播电商的单品品类,而且提供每个单品的卖点、文案——直播电商只需要去服务好粉丝,去销售,做自己擅长的环节,至于供应链,交给专业的公司打理。

“到年底,我们预计供应链条上增加到5000个厂家,单品突破两万,几乎包罗生活用品的方方面面,然后试着跑通新的商业模式。”左文飞说。

目前,左文飞的商业模式是一头厂家,一头直播电商,他拿的是佣金。下一步,左文飞规划了一个基地,重构“人货场”。“我有货,自然就有网红前来,包括给网红供货的其他供应链公司,有了人和货,场就来了。在新的基地里,厂家将成为我的会员,成为服务对象,它会在基地里设置陈列橱窗,由网红直接挑选它的产品,这时候我们的盈利模式将变为服务费+佣金,改变目前的经营模式。”左文飞说如果这种模式跑通,可以很快地复制到其他城市,如果每个城市有一个这样的基地,那么对北方电商环境的提升,是一种有意义探索——长期以来,北方的电商团队过于依赖南方厂家的产品,之后兴许会发生些积极的变化。

那时,作为一家供应链公司,它的价值已不仅仅是供应链的高效、低价,而是变成了一个新的“场”。



有腔调的创业家圈子
创客汇工作室:电话 88629189
创客汇QQ群:2166987737
专配记者:微信/短信:15032100068