

从0到1，AMII 走出国门的突围战！

在跨境电商的支持下，海外品牌进入中国市场冲击本土品牌，与此同时，中国品牌为了进一步扩展市场也开始走出国门。

但这一切来得并不容易，对于海外消费者来说，中国品牌在中国积累的“知名度”一点都不起作用，“低价”的固有的中国制造印象在外国人的心智中仍难以褪去。要从本土品牌蜕变成国际品牌，从来就不是简单的事情。

“投钱问路”

诞生于2008年的女装品牌AMII则是尝试突围走出国门的本土品牌一员。据其跨境电商总监霍家亮透露，实际上，在很早之前，AMII就在阿里巴巴收到了俄罗斯的订单，那可能算AMII最早的跨境单子。但严格来说，AMII的跨境电商业务，是在2017年年中的时候才正式开始的。现阶段，AMII主要的海外销售渠道有亚马逊、速卖通、天猫出海以及一些跨境独立站平台。霍家亮指出，对于所有渠道AMII都是重视的，对于新加入跨境的AMII，每个渠道的打法和产品都是学习和增强业务的渠道。

“比如我们7月才在速卖通开店，3个月之后就参加了第一次速卖通的双十一，也取得了不错的业绩，现在已经是速卖通的金牌卖家。”他说道。霍家亮指出，AMII还在起步阶段，正常月销售（即没大促时候）刚突破10万美金，但是增长速度很快，每隔几个月就是几倍的增长。当然，这一切都是基于品牌对出海这件事情的重视程度和资金投入。据AMII方面预估，整个跨境业务的投入是千万级别的，这里面除了自己的投入，还有公司的人员投入和调整。“现阶段跨境业务的利润率会低于国内市场，所以前期必须要投钱，但AMII在投钱的时候方向都是为了让团队更多尝试机会，从犯错、实际业务中摸索出路子。”霍家亮表示，实际上，现在AMII初期的投入已经开始有销售的回报了。在他看来，中国品牌要做出海，先得练好基本内功，然后才增大投入去做品牌效应和做增量。当然，这主要还是因为AMII本身定位是品牌商，不是贸易商，所以他们希望和大量消费者产生第一次互动的时候，产品是好的，适合消费者的。“对于服装，回头客是十分重要的。”他说道。

跟贸易商相比，品牌商因为需要花更多心思去研发产品和营销品牌，因此其投入成本往往会更多，因此品牌商必须利用自己的品牌效应抬高价格，来分摊成本。但这一切在品牌出海时，却变得更为复杂。霍家亮向亿邦动力网坦诚，在品牌做跨境电商时，最大的困难是品牌在海外一开始是没有品牌知名度的。跟在国内不同，在中国，品牌可能有粉丝的积累，有品牌的调性，有销售、市场驱动的认同。而在国外，这一切都得从0开始。而这一切难题的解决方法，AMII仍在摸索中。除此之外，产品对海外消费者的适配性也是一个难题。“服装是非标品，AMII品牌的大盘在国内，所以产品的涉及，尺码等都是以内地消费者为参考。如何去推出适应国外市场的产品，包括设立不同的设计、品控体系、首批货量、补货时间等，都需要进行调整和实现供应链协同。”霍家亮说道。

对此，AMII主要依靠以前线运营为导向的运转模式解决上述难题。即商品和运营一起协同，来把现有的产品销售最大化的特殊，让运营领头和设计部、供应链一起推出跨境专用款式两个模式齐头并进。“AMII在海外还没到广受欢迎的阶段，但是我们是朝着这个目标前进的。我们相信中国不仅是世界工厂，也可以是中国创造和中国设计，最终给消费者的是体验。我们作为国内的淘品牌是走过这个阶段的，最终我们相信拼的并不是绝对低价，而是从产品的品质，设计，和品牌的调性上，如何在合理的价格段给与客户最大的满足，这是我们正在摸索和学习做取舍中。”霍家亮向记者强调。



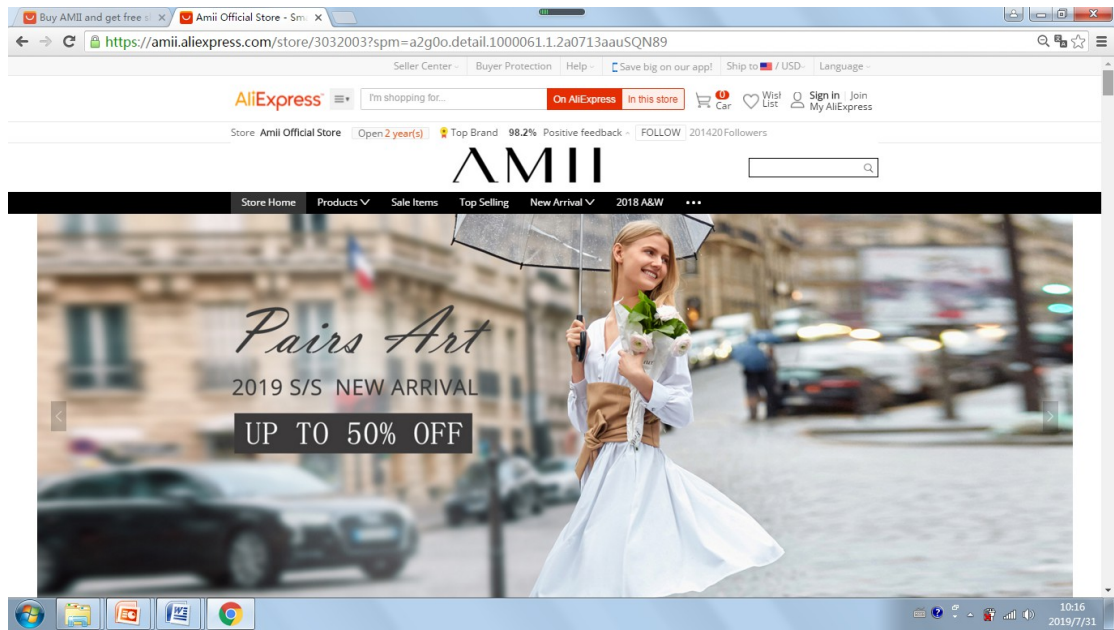
揽人才和调整架构

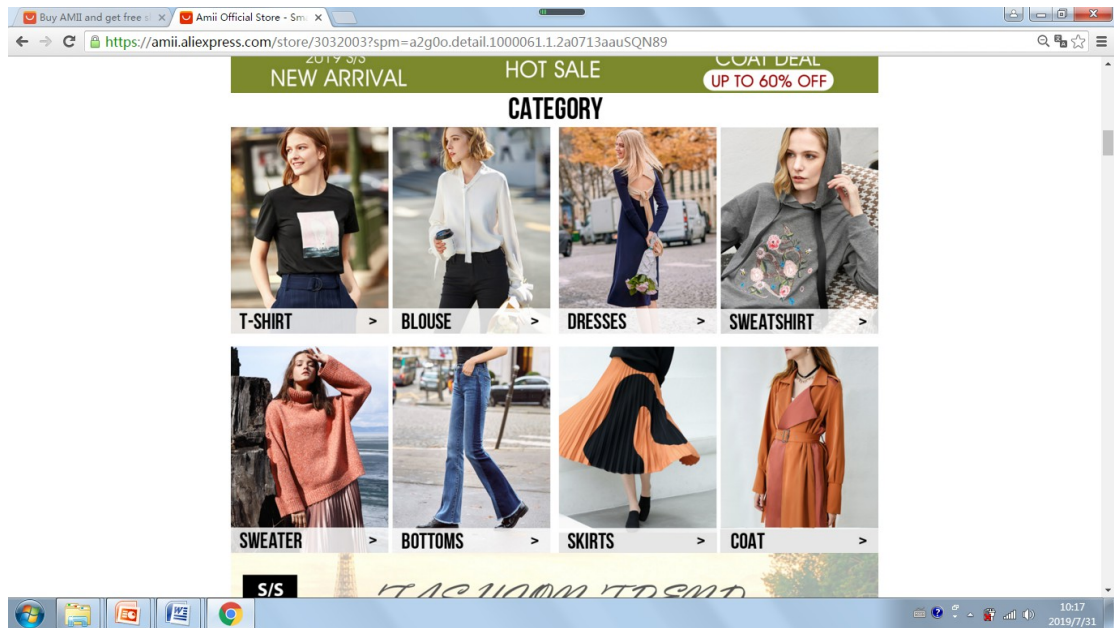
值得注意的是，品牌出海并不仅有品牌知名度和产品适配性的难题，人才和公司架构也是出海企业不得不突破的瓶颈。“公司架构调整问题是很多公司出海之前没有考虑到，但真正出海后会感觉非常痛苦的。”霍家亮指出，跨境电商业务是新业务，所以需要很高的灵活性，这和国内成熟业务之间的节奏、打法都会有所不同。如果直接用国内业务的架构去支持，有时反而适得其反。因此，AMII 在开设跨境业务时，会充分授权给改业务，并鼓励去试不同的方法，和配备专门的人员。与此同时，新设立的跨境业务部门的特殊也可能会一人身兼多职，以“快”为重心，等业务体量大了以后才慢慢设专人专岗。实际上，AMII 曾经也考虑过用国内的团队去做出海业务，但后来发现进度太慢，而且跨境业务和国内业务的差异性非常大，然后才通过专业的猎头寻找出海的负责人，并充分授权给他去招聘出海团队。霍家亮认为，引入人才遇到最大的难题是：很多优秀人才之前负责的业务可能月销过千万，但当时这些人才是有充分的系统以及公司架构的支持，因此能转载做自己的一块。这些人才会希望在专业领域深入下去，不想负责其他业务。而另一些跨境成熟企业的人才，实际上只专注于一块小的业务，中层管理因为有系统支持，也不涉及实操。但是，对于刚刚做出海的品牌企业，更希望找到的是懂业务，肯实操，能身兼多职，并且能和公司一起把业务从 0 做起的人，因此要聚集这些人才对公司来说确实是个挑战。“AMII 的初期团队并不大，但每个人都需要具有带着公司出海的战斗力，和受折腾的心理承受力。”霍家亮说道。（文/亿邦动力 编/Taryn 图/AMII）

品牌网站地址：

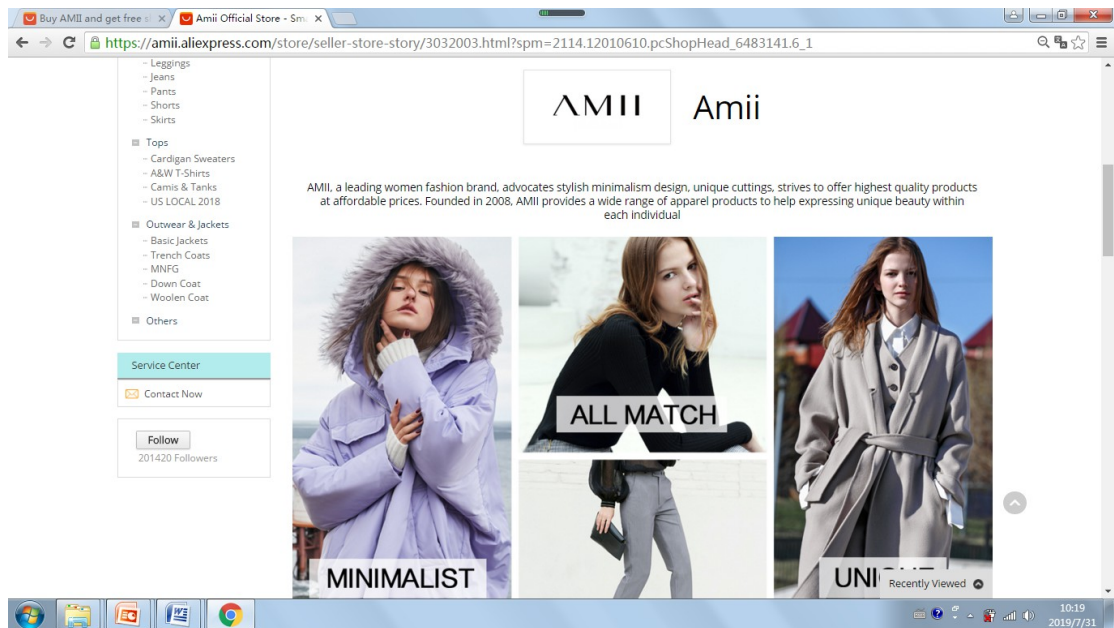
<https://amii.aliexpress.com/store/3032003?spm=a2g0o.detail.1000061.1.2a0713aauSQN89>

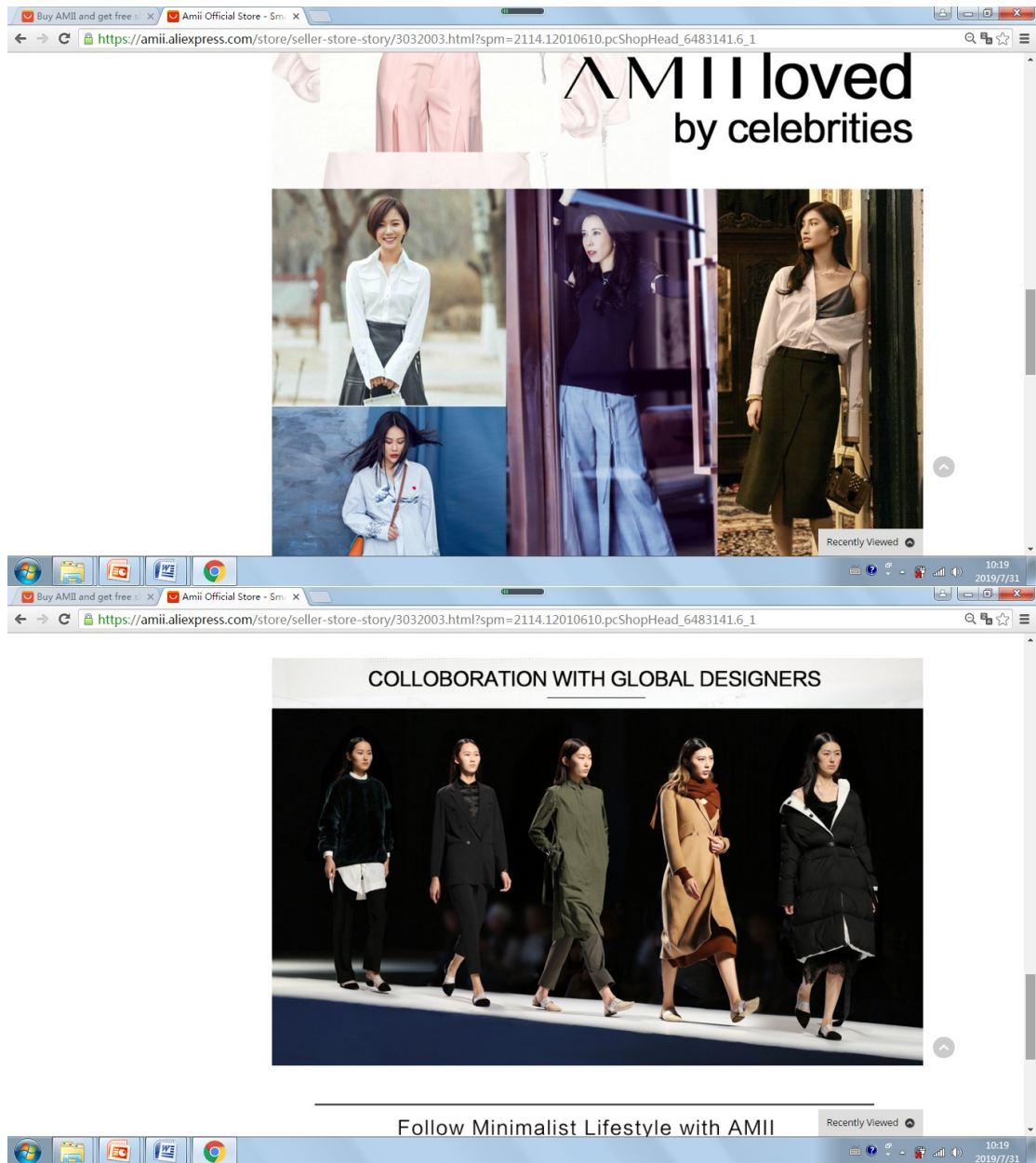
品牌店铺截图：



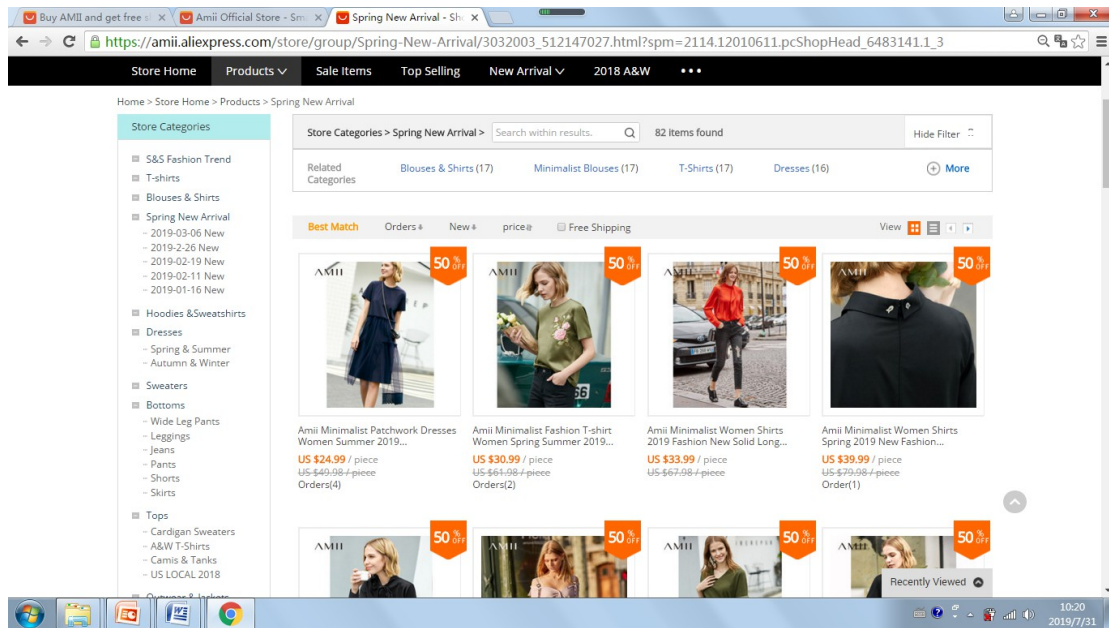


品牌故事页面截图：





产品分类截图：



产品详情页截图

