



“微创新成就商业传奇”系列报道之七——

Lots of Buttons: 用小纽扣装点商业未来

■ 本报记者 靳晓楠

对于手工达人们来说,纽扣虽小,却是如此不可或缺。从手工娃娃的眼睛,到定制服装的个性配饰,这些花色各异、种类繁多的小纽扣虽然廉价,但在强调个性化、强调创意的今天,任何有个性的细节都会成为手工艺品的点睛之笔。

如果我们仔细分析纽扣市场就会发现:它是一个典型的长尾市场。

克里斯·安德森的长尾理论认为,在手工市场,纽扣的需求非常强调多样化与小批量。但这种众多小市场的汇聚,却可以产生与主流相匹敌的市场能量。其实,在服装生意中,纽扣体积小、质量轻,物流成本低,而在不考虑库存管理的情况下,纽扣的毛利率可以高达70%。因此,单单一个手工用的小纽扣在美国每年就拥有高达4亿美元的市场规模,这一数据,并不让人吃惊。

然而,在传统线下商业模式中,任何个性化产品都意味着无法被大规模生产和无法被轻易获得。

虽然需求如此强烈,但这种小众式的个性需求却无法得到最大程度的满足。即使企业能够勉强做到,消费者所付出的成本也将非常高昂。

对于手工达人们来说,在过去,为自己的作品寻找合适的纽扣是一件让他们非常头疼的事情。如果他们地处偏远,当地商业又不够发达,买到合适、心仪又相对廉价的纽扣绝对是一件费时费力的苦差事。

感谢互联网和电子商务,正是它们的出现,改变了一切。

在近日举行的美国贝勒大学企业加速创新案例报告会上,来自贝勒大学的Lots of Buttons项目团队向我们展示了这个始于2012年6月份的网站是如何让一个小组扣业务,在电子商务和长尾理论的指导下,变成一个上千万美元的大生意的。

纽扣种类无人能及

如果我们在Google上搜索“购买纽扣”这个关键词,会找到数个出售纽扣的电子商务网站。

但是,一组有趣的数据却彰显了它们之间的不同:

Michaels.com上可以找到205种纽扣,M&J Trim上面有444种,Hobby Lobby有647种,JoAnn有1100种,而在Lots Of Buttons上面能找到多少种纽扣呢?答案是26000种!

而在这26000种纽扣中,消费者可以根据9大种类材质(合成材质、木质、牛角、金属等)、18种颜色范围、9种尺寸、8种形状和3个价格区间进行搜索与筛选,并且,每一种纽扣都有自己独一无二的名字!

孰优孰劣,一眼便知。

选择电子商务模式

然而,如果按照传统线下经营模式,一家能够提供26000种纽扣的实体店,其门店租金、仓储费用绝对不会是一个小数字,并且一定会占据其运营成本的绝大部分。

然而,Lots of Buttons的仓储费用是多少呢?答案是:在保证部分库存的前提下,一年的运营成本仅为1.8万美元。

为什么Lots of Buttons可以如此低成本地运营?答案很简单,因为它坐拥地利,又以电商模式运营。

在Lots of Buttons所在的香港,有一条非常著名的“纽扣街”——九龙深水埗的基隆街。

在那里,Lots of Buttons的工作人员们只需要在这条街上步行10分钟,就可以在一间间琳琅满目的纽扣批发店里找到这个世界上80%的纽扣。而这些纽扣批发店通常是广东纽扣工厂的香港办事处,厂家直销,价格非常便宜。

Lots of Buttons的工作人员会在整条基隆街寻找个性化的纽扣,散买两三个并拍照之后将其放在网站上,并根据其材质、颜色、大小等参数搭建起这些纽扣的数据库。当消费者在网站上下了订单之后,工作人员才会去基隆街采购相应的纽扣,并且将其海运至客户手中。这种基于地理采购优势的电子商务模式,带来了远超传统线下实体店模式的成本优势。

相对来说,对于中国消费者,在Lots of Buttons上购买3颗至6颗纽扣需要5美元,绝对算不上便宜。但是,如果将这个价格放在美国的实体店,则基本上每个纽扣的价格都相当于打了八折。

再考虑到可挑选的种类、方便程度与自由度远远高于实体店,加上客户订单满20美元免运费的优惠策略,对于消费者来说,在Lots of Buttons网站上购买个性纽扣,无疑是最好的选择。

鲜明的互联网营销色彩

作为一个仅仅上线一年多的垂直分类电商网站,Lots of Buttons的营销推广模式也颇具互联网营

销色彩。

为了能够有效地在手工制作爱好者中推广,Lots of Buttons将重点放在了口碑营销与SEO(搜索引擎优化)两个方面。

一方面,Lots of Buttons通过向手工达人们发送抵用码的方式,邀请他们在Lots of Buttons上购物、体验,并且将自己的感受和心得写在博客上,与手工爱好者们分享。通过这种借助“意见领袖”来扩大传播效果的营销方式,有100多位手工达人在自己的博客中提到了Lots of Buttons,而在社交媒体中,Lots of Buttons更是获得了140万用户的关注。

另一方面,Lots of Buttons也将大量精力投入到Google AdWords在线广告与SEO当中。贝勒大学的Lots of Buttons项目团队的研究表明,基于长尾理论,通过对“Buy Buttons”和“Buttons”两个关键词的SEO,相较于优化前,能够分别为Lots of Buttons网站导入100%和600%的流量,可谓是四两拨千斤。

在贝勒大学Lots of Buttons项目团队的营销计划中,未来,Lots of Buttons将在SEO、社交媒体、口碑营销和电子邮件广告中分别投入31%、18%、16%和15%的营销预算,互联网营销仍将是Lots of Buttons最主要的推广手段。

3D 打印纽扣? 那是个不错的主意

3D打印技术的快速发展与普及为个性化制造提供了更廉价与更广阔的可能性。在报告会上,本报记者提出,3D打印技术将会使消费者能够自己设计与制造个性化的纽扣,且随着开源3D打印技术的

普及,其成本也将更为低廉。Lots of Buttons将如何面对这一技术趋势?

贝勒大学Lots of Buttons项目团队的Matt Edmondson认为,3D打印技术目前尚不完善,对于牛角、木材、金属等材质的纽扣,3D打印技术尚无能为力。但随着3D打印技术的成熟,Lots of Buttons也将会考虑开发在线纽扣设计软件,由消费者自行设计个性化的纽扣,再由Lots of Buttons使用3D打印机制造出来,从而为消费者提供更深层次的定制服务。

用3D打印机打印带有自己名字和头像的纽扣?那的确是个不错的主意!

Lots of Buttons: 我们还能做更多

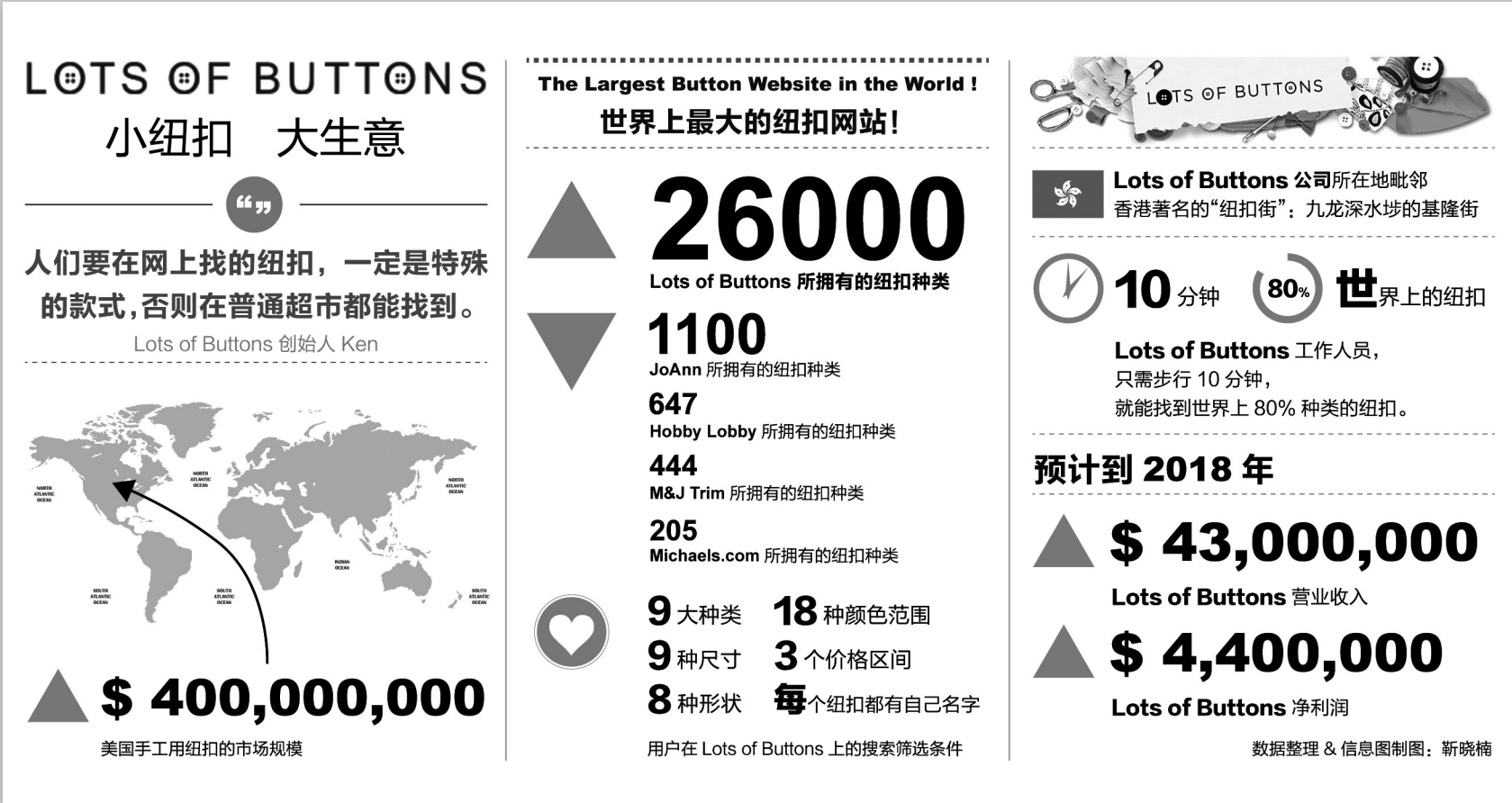
作为一家只有3个人的新创小公司,80%的订单来自美国的Lots of Buttons已经实现了收支平衡。但其商业模式的潜力,在贝勒大学的Lots of Buttons项目团队眼中却着实不可限量。

贝勒大学的Lots of Buttons项目团队认为,Lots of Buttons可以将现有的商业模式复制到布料、串珠、蕾丝等多种手工制品行业,并且同样可以从香港采购,且具有高达70%的毛利率。

项目团队预测,到2018年,Lots of Buttons的营业收入将达到4300万美元,利润达440万美元。

小纽扣,真的成就了大生意。

本文所讨论案例,来自美国贝勒大学(Baylor University)的i5国际跨学科创新的浸入式体验课程(Immersion Into International Interdisciplinary Innovation)。



机器人销售陷“罗生门” 巨轮股份华中数控各执一词

■ 郎晓俊

近日的巨轮股份可谓是“绯闻缠身”。因为上周五震惊A股市场的“乌龙指”事件,作为光大证券的自营盘股票,巨轮股份引发市场担忧。

一波未平,一波又起。巨轮股份有限公司在互动平台上公开宣称工业机器人产品已销售给华中数控等客户。但令人惊讶的是,华中数控却同样在互动平台上否认公司采购了工业机器人。两家同样因为工业机器人概念而受到市场关注的公司,陷入了“罗生门”,究竟是谁在说谎?

巨轮股份称华中数控为其客户

2012年10月,巨轮股份在公布2012年第三季度报告的同时,也通过了扩大公司经营范围的议案,新增加了智能自动化装备的研发、制造和销售业务。虽然公司此前已经着手进行该业务的研究,但此次扩大经营范围意味着正式宣布公司进入工业机器人制造领域。

随后,巨轮股份的工业机器人项目进展顺利。2013年8月10日,公司披露半年报,称“工业机器人项目已研制出多个规格型号的针对不同作业内容的产品。报告期内,公司工业机器人产品已实现小批量销售,用户使用情况反馈良好”。

半年报公布后,有投资者在互动平台上向公司询问机器人的销量和销售对象。8月15日,巨轮股份回应称,“本公司工业机器人实现销售近20套,客户对象为华中数控等用户,由于合同批量小、金额较小,没有专门发布公告”。

此语一处,立起波澜。因为华中数控于2011年2月收购了武汉高科机械设备制造有限公司,业务范围就包括了机器人研发,同时,其子公司深圳华中数控也在研发机器人设备。

而且,在今年8月7日于深圳举行的中国电子装备产业博览会上,华中数控展出了装备六轴关节的大型自由度机器人,引起市场不小的关注。

同样热炒机器人概念的两家公司,原本应该是竞争

关系,却拉起手做起了买卖,这一点令投资者感到不解。

记者以投资者身份致电巨轮股份,据公司人士介绍,公司确实在今年6月份的时候向华中数控公司,非其子公司销售了工业机器人,并且是机器人成品,不是零部件产品。至于销售的具体数量、金额,上述工作人员表示不便透露,对于对方购买产品的用途,也并不清楚。

华中数控表态前后不一

然而,比巨轮股份在机器人销售情况上的“爆料”更加令人吃惊的是,华中数控在互动平台上否认了上述说法。

就在巨轮股份称已向华中数控销售工业机器人的当天下午,即有投资者在华中数控的互动平台上发问:“请问公司的机器人是从股票代码为002031的巨轮股份采购的吗?”后者迅速给出了回答:“公司未采购机器人。”随即,投资者以巨轮股份的回应为内容再次发问,但这次华中数控的回应变成了“本公司

购买什么产品及用途都属于不予披露的信息,至于其他公司的做法本公司不予评论”。华中数控方面的表态,令投资者丈二和尚摸不着头脑。

对此情况,上述巨轮股份公司人士表示,公司方面不清楚为何华中数控会否认,正在和对方进行沟通。

随后,记者同样以投资者身份致电华中数控,其工作人员表示,对于采购机器人一事,一切以公司在互动平台上的答复为准。但他同时一再表示,机器人的核心部件肯定是我们自己研发的。此话是否暗示着,华中数控从巨轮股份购买了相关的零部件,加上自己的核心部件组装成成品再向外销售?该人员还是以“以公告为准”进行回答。而对于巨轮股份称销售的是机器人整机产品,他表示:“这个需要核实一下,这个里面肯定有我们的核心产品。”