

# 速卖通新规 :收年费有品牌才能入驻 跨境电商转型 永康质造

# 出海



对于那些早半步转型成功的跨境电商而言,速卖通已经为他们树立起“中国好卖家”的声誉。即便这个声誉令黯然离场的小卖家痛心不已,但选择留守的卖家已经出于更多的流量倾斜、相对高些的利润和稳定的售后体系三大原因而被吸引。

记者 田妙联

## 现象 速卖通收年费 卖家纷纷注册公司

自去年12月7日,速卖通发布全平台入驻门槛新规,并在今年从跨境C2C全面转型跨境B2C之后,很多小卖家望而却步了。

辣妈鞠春兰就是其中一位,从2012年进入速卖通销售家居用品以来,她每天起早摸黑的,才做到了现在月均七八十单的水平。可速卖通的新规不因她们的努力而放慢了执行脚步。

从去年年底到今年年初,鞠春兰明显感到免费发布产品的时代结束了:从去年12月开始,卖运动产品必须交技术年费,否则下架产品;今年4

月开始,各行业都需交年费,特别是8月15日以后,所有卖家都将持有企业营业执照、自主品牌才能续营。

即使交钱后,类目得分低,也不让你卖。在鞠春兰的眼里,速卖通变得高大上了,而没有公司、厂房的她顿觉压力倍增。

鞠春兰曾考虑跳到其他跨境电商平台,如敦煌或亿贝,但听同行说也不好混,卖家凭借价格差来获利的时代已经过去,有竞争力更重要。

今年3月,亿贝在媒体上公开宣传开通企业入驻通道,而北美移动购物平台Wish早从去年速卖通发布

提高招商门槛后,就开始引流企业入驻。其中,母婴产品要求较高,产品必须通过欧美认证。

权衡各种利弊后,鞠春兰决定留守速卖通。目前,她已缴纳了三个类目的年费,两个服装和一个家居,共计2.5万元。6月份,她还将注册公司。

鞠春兰分析认为,即将实行的新规正面的意义更大一些,门槛高了之后,许多卖假货的小卖家就会被淘汰,平台管理趋向正规化。至于年费方面,速卖通也曾通告,大部分类目的店铺,只要保证年交易额在3万美元至6万美元,就可以退回年费。

## 举措 通过SGS认证 平台给予流量倾斜

相比鞠春兰,同在速卖通出海的章坚松早在前两年就在“风言风语”中获悉了新规变化,于是他顺势将原有的7家店合为1家,并于当年10月注册了公司,租了1000多㎡的厂房,组建了设计师团队。

我们提前一年转型,包括注册公司、资金储备、场地租赁,还有SGS认证,所有的申请资料有初中语文课本那样厚,当我们真正读完,是今年的2月17日。章坚松说,转型目标非常明确,平台迎来质变的拐点,卖家必须拿出质造产品。

在转型中,章坚松提醒卖家要进行SGS认证,因为卖家的售后服务、商铺引流、广告铺位等将以此为依据。

他举例说明,客户下单后,阿里会自动给卖家发送一个SGS认证编码,随后卖家将贴有认证编码的包裹,放在指定地点等待认证公司抽检。抽检结束后,货物发往阿里的国际物流中心,若客户7天之内没有收到货,阿里会赔偿给卖家。客户因为有了第三方介入后,多了重售后保障。

现在,章坚松明显感觉轻松了不

少,该公司通过SGS认证后,速卖通主动通过各大国际社交网站为店铺引流。从去年下半年开始,该公司订单量开始增大,而且多是优质买家。

以前童装售价10美元左右,现在均价20美元,甚至50美元都有人要。章坚松说,转型之前,公司靠跑量,买家多来自俄罗斯、巴西,现在童装品质、服务跟上后,要求高品质的买家多了,特别是美国和英国买家比例直线上升。虽然现在日均订单量只有原先2000票的四分之一,但利润是2000票的总和。

## 突破 转型 B2C + 品牌 抢占先机快速盈利

记者了解到,对于速卖通设立企业身份门槛的消息,目前新规发布时间还未确定。速卖通方面称这是平台未来半年的发展方向,具体的政策细节将后续公布,并建议卖家从现在开始准备个人转企业和品牌注册的相关工作,以便能更快升级转型。

速卖通方面指出,后期针对品牌,平台会实行品牌准入流程,届时卖家将根据该流程完成品牌准入,而

平台活动后续也会优先考虑有品牌的卖家。

事实上,在今年召开的天猫全球商家大会上,阿里集团CEO张勇曾宣布,从今年开始,天猫商城将会与速卖通达成合作联动意向,天猫商城上万家线上商城开始进入全球市场。

对此,市金海胜电脑职业培训中心负责人应永胜认为,速卖通此次提

升进驻门槛,是平台更新换代的必要措施。政策出台后,已有不少卖家找上门买商标,为转型做准备。

应永胜认为,速卖通经过几年的发展,对平台发展方向有了明确的调整,此举旨在净化平台的商家,淘汰玩票商品,树立品牌卖家标杆。因此,企业未来要在速卖通上盈利,应抓住机遇,加快B2C+品牌的战略转型。

## 天猫商城 自主招生 入驻门槛大幅提高 旗舰店一店难求 转让费20万起步

记者 田妙联

继去年3月,天猫商城关闭直接入驻通道,并提高品牌库入驻门槛后,天猫店转让价就水涨船高。一年后的今天,天猫旗舰店更是一店难求,身价高达20万元起步。

## 连同品牌转让而抢手

虽然对天猫店铺增值早有预判,但“噌噌”上涨的价格还是让金海胜信息科技有限公司负责人应永胜惊叹不已:以家居用品类店铺为例,去年转让费多为12万元至18万元,但今年起步价就要20万元。而且,去年年底,出现了三四家天猫店铺同时转让的情况,但今年一条信息都没有。

据悉,转让的天猫店铺分为专营店、旗舰店两种为主。专营店是企业天猫同一级类目下经营多个(至少两个)品牌的店铺。旗舰店是商家以企业自有品牌入驻天猫商城所开设的品牌官方旗舰店。

旗舰店的商标是自有商标,需要一同转让,买天猫店就如同买了该公司品牌,因而最抢手。某网店转让平台的销售经理刘恋说,除服装店铺外,今年天猫店铺转让价同比普遍抬高20%左右。

## 保健药品店铺身价高

天猫专营店的转让价格为8万元至20万元不等,旗舰店的转让价格为15万元至50万元不等。根据天猫店铺的入驻年限、运营情况、客户总数等因素来区分价格的高低。其中,身价最高的当属游戏话费、药品、保健滋补品店铺,其他运动器材、休闲健身、家居用品也有所增长。

一般来说,入驻时间达3年以上,带R品牌旗舰店,综合评分4.9及以上,旗舰店商标类型,符合上述条件的天猫店铺至少可以卖到20万元以上。应永胜说,自去年3月份天猫商城开启“自主招生”后,商家普遍认为,天猫此举大幅度提高了商家的入驻门槛,天猫店价值将水涨船高。

### 相关链接

2012年,天猫更新招商标准,增加了新入驻商家年销售额考核这一要求。

2013年,天猫提升了食品、化妆品等品类和天猫电器城的入驻门槛,比如,化妆品类开店公司的实收资本需高于500万元。

2014年,天猫入驻门槛继续提升,美妆类商家注册资金就被要求不能低于500万元,入驻商家所在公司必须经营满两年或三年。

2015年,天猫暂不接受未在中国商标局注册商标的品牌入驻,针对入驻商家提高了门槛,商户注册资本需高于100万元。

