

貿發局小批量專區 拓B2B網購

中小企成功擴買家群 接小國定單

小 批採購及電子商貿已為貿易大勢所趨，貿發局在其網站的小批量專區新增B2B (Business-to-Business, 企業對企業) 網購功能，中小企反映能成功接觸更多買家，包括黑山共和國等小國的定單。
■本報記者 曾麗虹

兩年前外圍經濟不明朗，貿發局於展會及網站首設小批量專區，提供5至1,000件小批量產品，吸引買家下單，原為試推形式，現已演變為長期推廣。該局刊物及電子商貿總監尹淑貞表示，近年傳統市場挑戰重重，新興市場中產冒起，買家普遍採取單密度小及小批量分批訂貨，以測試市場反應，減低倉儲費用及提供多元化產品選擇。

小批量電商訂貨 大勢所趨

她引述貿發局於2011年4月及2012年4月在多個大型展覽會期間進行的調查，分別有50%和70%受訪買家表示有小批量採購，一年間增長達20個百分點。

而電子商貿亦為大趨勢，上述調查中有三成買家表示會透過互聯網採購小批量產品。尹淑貞提醒：「中小企如再不擁抱大趨勢，競爭力一定會受損。」局方因此優化網站，將小批量交易與網購結合，今年4月試推，上周五正式推出。



合，今年4月試推，上周五正式推出。

PayPal付款 享特惠手續費

B2B網購這項新服務亦與支付平台PayPal合作，提供每宗海外交易2.9%加0.3美元的手續費優惠，較其他網站3.4至4.4%為低，可接受全球逾200個地區買家付款。另外又與香港郵政合作，提供新興市場郵費優惠。

供應商訂了價格，買家往往希望還價，網站新加入議價功能，令交易更具彈性，又加入計價系統，可助計算貨價及運費成本，方便買家。

添議價功能 即時計算成本

供應商只需付2,000元成為「貿發網」核實供應商，

貿發網小批量採購專區

- 2012年成立 ● 可提供5至1,000件小批量訂購的產品
- | 新功能 | 2014年4月開始，新增實時交易功能，亦有議價及計價功能 |
|-----|---|
| 優惠 | <ul style="list-style-type: none">● 首兩年豁免上架費及佣金● 與PayPal合作，為客戶提供每宗海外交易2.9%+0.3美元的手續費優惠● 使用香港郵政「特快專遞」服務投寄往指定新興市場，獲郵費回贈 |

資料來源：貿易發展局

▲貿發局刊物及電子商貿總監尹淑貞表示，該局平台將小批量交易與網購結合，今年4月試推，上周五正式推出。

即可使用服務，為鼓勵更多中小企使用，服務推出首兩年免上架費及佣金。尹指推出新功能後，中小企可享三大好處：一、用較少資源推廣；二、擴闊買家群至小批量買家、零售商及電視購物頻道；三、方便買家即時買1至2件樣辦或小量產品，測試市場反應以吸引翻單，「過去數個月，翻單情況不少，長遠更可發展成大宗交易。」

實時交易等新功能試行數月，尹指反應理想，超過60個國家及地區使用服務，包括內地、東盟、歐美，甚至塞爾維亞、黑山共和國等小國，以新興市場如印度、印尼反應最佳。產品以電子產品、家居禮品、成衣首飾反應較熱烈。

目前，小批量採購專區網上網下有逾6,000間供應商，其中一半是港商，共提供超過10萬件產品。

MaBelle: 查詢量勝自家網站



成效顯著

貿發網「小批量採購」交易平台成效有多大？潮流珠寶品牌MaBelle認為可增加銷售渠道，接獲的查詢量較自家網站更多；另一背包商則指，成功簽到以色列代理。

「小批量採購」專區內特設「品牌廊」，集20多個香港知名品牌，以帶動更多買家群到網站，收交叉推廣之效。利興鑽石集團將旗下3個品牌——MaBelle、Leo Diamond及IAD，共90個不同款式及價位的產品放上平台銷售，集團行政總裁馬瑞宜指雖有自家電子商貿平台，「多一個渠道總較好。」而貿發網平台亦有助接觸B2B (Business-to-Business, 企業對企業) 客人，如美國、菲律賓零售商。他指這數星

期已接獲不少查詢，較自家網站更快累積查詢量。

馬瑞宜指新興市場人人想做老闆，個體零售商很多，曾經互聯網找貨源，有助港中小企拓展生意。目前MaBelle電子商貿生意雖佔品牌整體生意不足5%，「但如果今天不做，3年後亦不會有這些生意。」

背包商：成功簽以色列代理

另一港商康盛箱包設計總經理陳瑞豪表示，目前有用其他B2B交易平台，而貿發網平台因為不可重複貼貨，令買家更易找到所需產品及提供平台操作課程。現時接觸到的買家由歐美等地，擴闊至對小批量需求高的東南亞市場。

平台新增交易服務有助縮短促成定單所需時間，



▲經營MaBelle等品牌的利興，其行政總裁馬瑞宜指，貿發網有助接觸B2B客人。
(譚德潤攝)



▲康盛箱包設計總經理陳瑞豪指，貿發網新增交易服務，有助縮短促成定單所需時間。
(譚德潤攝)

由以往半年的電郵來往才促成能賺錢的單，縮短至4個月內就與以色列簽訂代理協議。陳氏指早在展會認識該以色列客，對方首次使用小批量訂貨服務，訂購20件產品，收貨後指產品與照片相符，當地銷售反應佳，兩星期翻單，貨量增加5倍至百個，其後再訂貨已脫離貿發網改為直接訂貨，更簽訂當地代理協議。

■本報記者 曾麗虹