

我的跨境电商

一年香 • 三年醇 • 五年陈

分享人：叶子

修于内而精于外

目录

UOVO33.com

FROM 2007

品牌定位

产品规划&供应链矩阵

好产品自带营销效果

我的跨境征程



UOVO品牌定位

—占领消费者心智

UOVO 

RETURN TO THE ORIGINAL

ВЕРНИ КЪМ ОРИГИНАЛА

UOVO



一个鸡蛋的孵化

品牌定位

专注**3-13岁**的儿童时尚童鞋

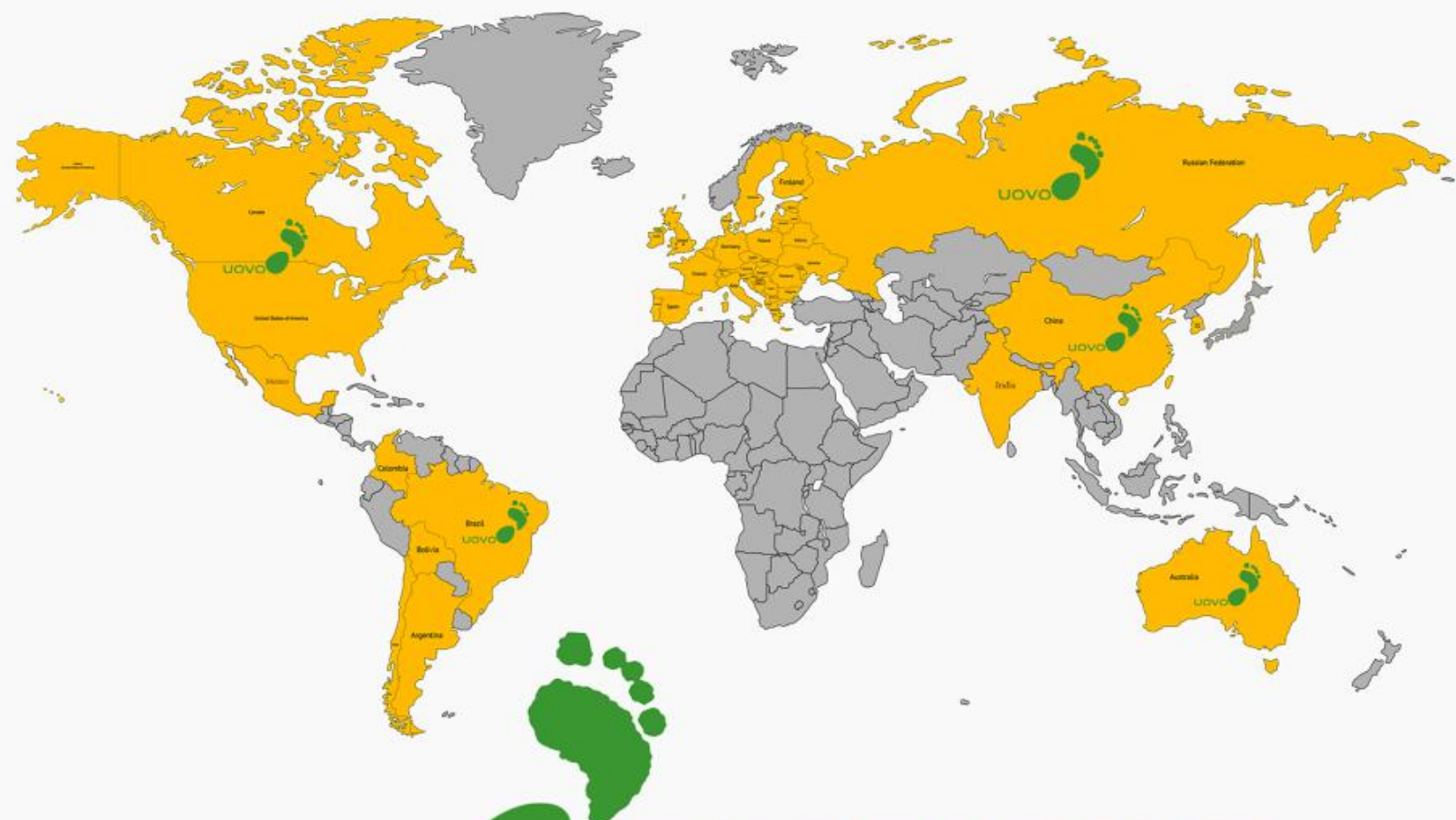
品牌使命

深耕儿童时尚领域，推崇行走的艺术，发挥品牌的设计优势，力求实现产品在设计上与国际时尚接轨

品牌征程

- 07年创始人在时尚之都—意大利注册该商标
- 12年入驻天猫，京东，一号店等各大国内电商平台，
- 15年入驻速卖通向跨境市场进军
- 17年被评为2016-2017年度“十大出海品牌” & 获得母婴类目“最佳服务奖”

重视知识产权，已在大部分国家完成品牌注册，打造国际品牌



UOVO  FOOTPRINT

- | | | | | | |
|---------------|---------|------------|-------------------|----------------------|-----------------------|
| Europe | | | | | |
| Italy | France | Latvia | Slovenia | | |
| Austria | Finland | Luxembourg | Switzerland | | |
| Britain | Germany | Lithuania | Spain | | |
| Belgium | Greece | Malta | Slovakia | | |
| Bulgaria | Hungary | Portugal | Sweden | | |
| Cyprus | Holland | Poland | Turkey | | |
| Croatia | Ireland | Russia | the Czech- | | |
| Denmark | Iceland | Romania | -republic Estonia | | |
| | | | | North America | South America |
| | | | America | Argentina | |
| | | | Canada | Brazil | |
| | | | Mexico | Bolivia | |
| | | | Panama | Chile | |
| | | | | Columbia | |
| | | | | | Asian |
| | | | | | China |
| | | | | | India |
| | | | | | Korea |
| | | | | | Republic of Singapore |
| | | | | | Taiwan |
| | | | | | Oceania |
| | | | | | Australia |

UOVO品牌DNA

原创设计

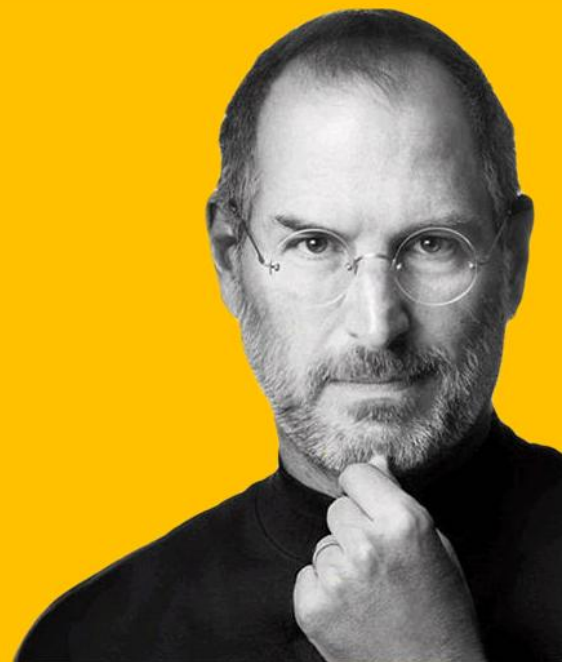
欧风时尚

场景定制



当产品人不再是推动公司前进的人，
而是由营销人推动公司前进，这种情况是
最危险的！

——乔布斯



产品研发 环环相扣

线上线下信息流打通，数据支撑，前沿资讯共享

全球买手团队

外贸业务团队

打破地域，数据反向支撑

UOVO

各国针对性
市场需求

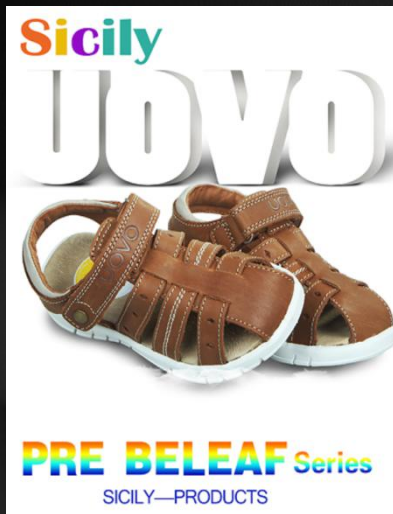
最新国际
流行资讯

资讯流通

数据流通

系统的进行产品规划

原创设计不能只是孤款设计，应该是有规划、成系列的，是产品理念的表达。



Shoesandal 系列

主打&产品实用型专利



FREE 系列

轻户外&轻运动&轻时尚

场景 定制

不断创新



Christmas Boots

圣诞靴

精准定位&欧风设计





Respiro vento.**BOY**



GIRL.SANDAL

Respiro vento.**GIRL**



Respiro vento.**GIRL**



Respiro vento.**BOY**

Respiro vento

RETURN TO THE ORIGINAL



LIGHT OUTDOOR



MUST-HAVES

FASHION COLOURS



Shigatse



M

movement



SHIGATSE



S

SAILING
ELEMENT



L

Lively

Racing

Series



Magellan.B0Y
UOVO · UNLIMITED



Masai Mara.B0Y



Masai Mara.B0Y/GIRL





SCHOOL
Series

all leather





THE OUTDOOR

PYRENEES



P

PASS THROUGH



ALPS



EXPLORE
AND REAR
THE WORLD OF
WINTER

圣诞靴
CHRISTMAS BOOTS
WINTER



RETURN TO THE ORIGINAL

WWW.UOVO.COM

LOTUS
HEART

UOVO

love him like you love yourself



MERRY·REINDEER 
圣蛋靴系列：赫尔辛基



CHRISTMAS
Series



RETURN TO THE ORIGINAL

Snowflake . BOY/GIRL



Snowflake . GIRL



Snowflake . GIRL



Snowflake . BOY GIRL





Berlin. BOY



Berlin. BOY

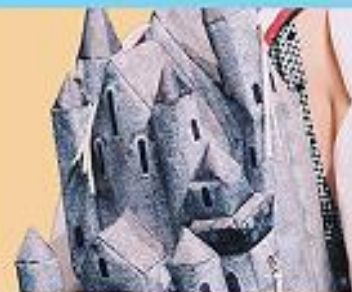


RETURN TO THE ORIGINAL

Berlin . BOY



Berlin. GIRL





warm



Reindeer - GIRL



Series CHRISTMAS



UOVO

RETURN TO THE ORIGINAL



Reindeer - GIRL



Reindeer - GIRL



Reindeer - GIRL



Snowflake - GIRL



Vancouver - GIRL



Reindeer - GIRL

flyknit

UOVO yoho!

WINTER - GIRL



yoho!

WINTER - GIRL

BRAND FROM ITALY



UOVO

RETURN TO THE ORIGINAL

WWW.UOVO33.COM



UOVO的供应链矩阵

逐渐完善供应链系统

强化自身工厂生产能力，整合外围供应链

2+N

两个工贸一体的生产基地

辐射福建、温州、广州等区域的供应链矩阵

国外一线品牌的合作过程，推动工厂内部提升和强化





UOVO的跨境电商征程

告别一个又一个的红利

C店时代

聚划算

天猫

淘品牌

直通车

刷单

钻展

新市场

寻找下一个蓝海

- 1、全球化进程的推进，消费品位和消费定位在不断变化
- 2、一家独大的格局已经改变，市场越来越个性化，碎片化
- 3、市场和跨境平台不断升级
- 4、速卖通平台上童鞋这个细分市场，还鲜有强势品牌，有更多的施展空间

学会做风口上的猪

最优一批进入的商家是最优先得到红利的

不要再让自己感受一次错过国内电商红利的悔恨！

选择比努力重要

适销对路

在终端市场的开拓上，我们要理性对待，切勿盲目铺设渠道，不利于品牌的持续发展

- 做好 **市场调研** 了解不同国家的消费喜好
- 明确自身的 **品牌定位**，结合自身的供应链和产能
- 了解需要借助平台的发展动向，找到 **契合点**

UOVO

原创设计 小巨款
略 拓展国际市场

速卖通

主要品牌
市场方向
为发展
家 国 中 展 展

2017年配合平台并驾齐驱
荣获2016年度十大出海品牌

契合·顺势而为

天时

地利

人和

提前布局

全力配合

把品牌做的更大更强

2017年平台策略 品牌化、本地化

帮助卖家把精力放在生产更好的商品和更好服务买家，而不是研究平台规则
希望有一天做跨境电商不再需要学习和培训

AliExpress 全球速卖通

品牌出海 质耀全球

好卖家的标准4+4

近90天DSR商品描述评分
近90天货不对版率

近90天48小时发货上网率
利用平台物流工具—无忧物流

01

商品品质

02

物流能力

03

卖家服务

04

成交体量

卖家店铺当月服务等级
Key:客服服务意识和服务能力

近90天店
铺主营品牌
月均成交
GMV

平台配合意愿

公司实力

品牌调性

运营服务能力

深耕 · 拓耕

亚马逊

LAZA
DA

国际
分销

更多跨境电商资讯；干货

- 请移步雨果网官网：www.cifnews.com
- 雨果网微信公众号：cifnews
- 下载雨果网APP



扫描二维码下载更多大咖PPT

THANK YOU

感谢雨果网给我一个分享的机会
感谢各位的聆听!!!