

攻克日本似鸟

——如何成为家居巨头的供应商

文/惠守海

似鸟总部位于东京，是日本最大的家具、家饰品连锁店，以高品质的产品、简洁的风格、务实的价格和轻松的整体色彩搭配赢得日本消费者的广泛青睐。似鸟从1976年创业以来，经过40多年时间发展，已成为日本国内拥有4家公司，海外拥有8家子公司的集团，并在东京证交所1部上市。在日本共有店铺248家，此外，在中国台湾还有8家店铺，销售额为3143亿日元（约合242亿元人民币）。

大部分产品进口，中国产品占进口六成

日本似鸟在上海成立了似鸟（中国）采购有限公司，主要负责采购家居家具用品出口日本。其采购范围广泛，包括纤维类床上用品、窗帘等、室内装饰挂画、钟、灯类、收纳类、沙发、桌椅等。日本似鸟的产品只有20%来自日本本土，其余80%均来自海外。其中，进口自我国的产品占60%。似鸟始终站在顾客的角度，从顾客可以接受的零售价进行反算，从世界各地购买物美价廉的原材料，在似鸟经过质量认证的工厂里进行商品生产。

近年来，日本似鸟的进口量不断增长，按照20英寸标准箱计算，每年进口约10万个标准箱，作为单独企业的进口量，在日本为最大规模。

2006年，似鸟海外集团总的交易额达36954个集装箱，货值12444万美元；2007年，在中国大陆地区的采购金额超过2亿美元，2010年升至101870个集装箱，货值达53649万美元。似鸟海外集团的最大使命就是以亚洲地区为中心，在世界各地不断寻找新的供应商，等待与新的供应商接触，并建立良好的合作关系。

主打产品为家具和家饰用品

日本似鸟主打产品为家具和家饰用品，其中，家具占48%，家饰用品占52%。从便利品套装，到自选称心商品，为消费者提供每天便利使用的大众产品。主要包括商品和原材料两大类：商品包括地毯、小地毯、垫子，厨房用品、附件，浴室、厕所用品，电视机柜、居室收纳，办公家具，收纳、架子，沙发，室内装饰、附件，窗帘、卷帘，桌子、椅子，寝具类。原材料则包括化纤类，MDF、木屑板，皮革、PU、PVC，螺丝类。

似鸟采购的产品在日本非常畅销，具体品类如下：组合窗帘年销售量约577万套；餐具类商品年销售量约为1650万件以上；电视柜类商品年销售量约为86万个；沙发年销量为57万套等。此外，学习桌是似鸟的主打畅销产品，2009年年销售量超过17万张，约占日本全国30%市场份额。双

层羽绒被的原料来自我国，仅上市销售半年销量就达17万套以上。因此，每年似鸟全球采购的需求量很大。

供应商须有出口经验，生产商优先

似鸟十分注重产品开发，使商品价格可以设定得更实惠，商品质量更好地得到保证，商品功能更好地满足顾客需要。因此，似鸟在寻求供应商方面都是根据日本国内消费者的需要不断调整。通过海外展览会，日本国内店铺视察，发掘出未来的畅销商品，锁定必要功能，力求制作出最精炼的设计图，然后再去海外寻求供应商。

在寻找供应商方面，似鸟也有自己的一套流程。供应商需要详细填写《供应商资料表》，主要内容有公司名称、所在国家、地址、联系人、电话传真、公司主页、邮件地址、年销售额、资本金、公司员工人数、月最大出货集装箱数、资本金、主要出口国（排名前三位）、主要原材料或商品种类（排名前三位的项目）、与日本公司实际贸易情况，以及公司相关情况的详细介绍。似鸟公司对供应商也提出一些具体要求：生产商优先；需要有出口经验，有出口日本经验者优先；付款方式为L/C；工厂规模为100人以上；地域要求供应商身处华南地区。■