



## Mitch Free 中国行



2008年2月18日到2月22日，MFG.com的CEO Mitch Free先生与美国著名杂志 Inc.的记者 Stephanie、Mark 到达 MFG.com 亚太区上海总部，开始了为期一周的“Mitch Free 中国行”。此行他不仅与登门来访的英国买家进行畅谈，还应邀到供应商和买家的工厂进行了参观考察，详细了解他们在平台获取订单和发布询盘的情况。他还接受了业界知名媒体《电子商务世界》针对“B2B 平台现状与发展”的专访。Mitch 此次中国行，给 MFG.com 平台的会员们带来了信心和鼓舞，也为 B2B 业界展示了 MFG.com 的 2008 宏伟蓝图。



与来访英国买家亲密交谈



了解供应商生产情况



和买家分享采购心得



接受《电子商务世界》专访

## 英国买家上门拜访

2月18日，来自英国 Teparay Precision Sheet Metal 的三位买家 Mark Levy (Purchasing Manager), Terry Belcher (Director) 和 Sean Murphy (KTS Services) 到达 MFG.com 亚太区总部。他们此次来华的主要目的是到上海雅芭思、大连北港和宁波保力这三家 MFG.com 供应商会员的工厂实地考察。同时，他们来到 MFG.com 上海办公室，对一直以来 MFG.com 客服团队所提供的周到服务表示诚挚谢意。



Teparay Precision Sheet Metal 是一家 2007 年加入平台的英国买家，已经在线发布询盘 312 个。

Mitch 与他们进行了长达 1 小时的亲切交谈，除了他们目前所使用的常规采购服务，Mitch 讲到今后将为买家开展更多的创新服务。“love customer 是我们一直秉承的准则！” Mitch 说道。

三位买家表示：“在中国采购的成本压力较小，相信未来中国一定成为世界采购的核心。”同时，他们也表示疑虑：“我们已经通过平台结识了足够多的供应商，业务将在线下开展，MFG 平台对我们是否会失去意义？” Mitch 非常有信心的说：“MFG 平台将会不断革新，提供给买家高效的供应商寻找、筛选和管理服务，使他们觉得比离线采购更为便捷，不用就会觉得不方便。”

“另外一方面，MFG.com 对知识产权进行保护，买家觉得在线发布的图纸都很安全，通过签署保密协议，买家可以选择屏蔽掉不适合的供应商，保证信息不外泄。” Mitch 进一步谈到了买家未来习惯于使用 MFG.com 平台的原因。

三位英国买家特别提到了 2008 年 2 月期间 MFG.com 客服团队帮助他所做的供应商核查，这使他与大连北港的业务得到顺利开展。Mark 在邮件中对 MFG.com 客服经理 Ginny 说：“太感谢您为我们调查清楚了供应商的详情，帮我们解决了头痛的问题。”因此，他们在来华拜访供应商时，特地来到了 MFG.com 上海办公室表达感谢。

针对买家所关心的供应商数据，Mitch 谈到，亚太区总部专门建立了数据中心，帮助生成精准、海量的供应商数据，还为买家提供一系列线下匹配服务。

最后，三位买家对 MFG.com 的未来表达了良好的希望。Ginny 谈到：“我们将在今后每月都邀请一些买家到中国访问，为当地的供应商提供更多机会。”

## 实地参观供应商工厂

2月19日上午，Mitch 受邀参观位于江苏昆山的一家供应商麦仲工业有限公司。

麦仲工业有限公司从事精密五金冲压件，精密钣金件，精密机械加工为主的制造与销售。目前他在大陆地区有四家工厂，在青浦和昆山各有一家，另外两家在深圳。2006年11月22日成为 MFG.com 会员之后，已经报价了 421 次，在平台上非常积极。



Mitch 参观麦仲工业有限公司

Mitch 一直非常关注目前中国供应商会员面临的成本压力。麦仲工业有限公司的业务负责人 Herry 谈到，RMB 汇率上升和 VAT 对他们确有宏观影响，员工薪水又高于沿海和浙江地区，这所有的因素对成本造成了 15% 的上升。“但我们采取的措施还是很有效的，目前我们把所有的重心移到了高端产品生产，这样可以提高赢利。原材料成本提高的话，我们就要找到替代材料。客户对材料有很高需要的话，我们也会进口材料。”

当问及是否因为成本压力到别的国家建立生产基地，Herry 表示不会就此把厂开到越南、马来西亚等地，大陆地区还是根据地。谈到国外市场，Herry 认为美国是他们最大的市场，2008 年期待有 20% 的增长。一些生产的医疗产品主要卖到欧洲，欧洲也很有发展前景。

Herry 谈到：“我希望 MFG 提供更多与买家见面的机会！平时我们能与买家进行电话和邮件联系，但更希望有买家来拜访，也希望有机会去国外拜访买家。”

面谈之后，Herry 带领 Mitch 一行来到工厂参观，热火朝天的车间井然有序，各种质量管理守则和产品检验对照表贴在车间墙上，供工人在生产随时查阅。Herry 说：“我们的整个生产采用 ERP 管理，可以随时汇报生产进程，预计完成日期给买家，公司采用 5S 管理模式，采用各种质量控制体系，保证产品的合格。”

谈及平台上阅读询盘图纸，Herry 谈到 MFG 平台上日本买家出的图纸都是日文的，而 Sourcing parts 上非英文很多。Mitch 谈到，以后 MFG.com 将成为 12 种语言平台，世界各地的人都将体会到在线业务的得心应手。

## 与买家共同分享成功案例

2月19日下午，Mitch 一行来到青浦的坦能清洁系统上海有限公司进行访问。在坦能的采购团队面前，MFG.com 采购服务总监 David 对 MFG 的采购商服务做了一个全面的介绍，并且展示了坦能在使用 MFG 平台期间取得的采购效率，坦能采购负责人 Helen 表达了对采购前景的希冀。

David 讲到 MFG.com 目前在亚太地区有 4 万个供应商会员，08 年将到 10 万个。这样庞大的供应商群覆盖了零部件行业的各个领域，将为坦能等各个跨国采购办公室提供更为便捷和优质的服务。



Mitch 与坦能买家座谈

David 还分享了四个国外 IPO 在线采购的成功案例。Manitowoc 曾在平台采购一个工艺高难的部件，MFG.com 帮他们在全国范围内深度搜索，在 800 家供应商中找到了 3 家供应商；Signature 要求采购的产品成本控制在很低的，MFG 帮他们在 40 家供应商中选定了比目标价更好的 5 家；Schneider 要求采购一种产品，因为不是平台上的主打工艺，供应商比较少，MFG 还是帮他通过线下搜索找到了 4 家供应商；Sanmina 一次性发布了 1080 个询盘，但 MFG 在两个星期内帮他们找到了 9 家供应商。他们的成功案例给在座的几位采购人士留下了深刻印象。



Mitch 参观坦能道路清洗设备

坦能负责人 Helen 带领 Mitch 一行在坦能整洁的组装车间里进行了考察，Mitch 仔细了解了坦能主打产品——道路清洗设备的生产和销售情况，2 月 16 日坦能的 T7 道路清洗设备出现在《新民晚报》上，给人留下了深刻的印象，这种新颖高效的设备目前具有非常广阔的发展空间。

## 在 B2B 业界大展蓝图

2 月 20 日，Mitch 在 MFG.com 亚太区总经理 James 的陪同下，接受了电子商务世界的记者邹静的专访，谈到了 B2B 行业的发展现状，也展示了 MFG.com 的 2008 宏伟蓝图。



Mitch 表达了他对中国零部件产品的欣赏之情，觉得很有发展空间。他认为目前中国供应商最需要的就是对生产进行质量控制和技术革新。在 Mitch 看来，在质量方面需要做到“贯彻”二字，真的将质量管理体系和各种认证用到生产中去，提升新技术使用。“很多中国供应商有全套的体系，却不按照使用，那就如同明明拿着如何做饭的小册子却故意少放水，这就做不出好饭。” James 用了一个贴切的比喻。

“另外一方面，很多工厂以前通过贸易公司做海外交易，现在通过网站做国际贸易，那就更要了解外贸知识，提供更为专业的服务” James 说道。

业界对 Mitch Free 的评价为“冒险者”，而其实他进入中国市场是完全经过深思熟虑后的结果。他先在中国进行了 2 年考察，找到如何去开展业务，并且比较其他 B2B 网站，找到突破点。接下来他着手去寻找合适的拓荒者，这样的人需要懂得中西方文化，起到卓越的桥梁作用。“很多美国过来的企业办公司都不成功。失败之处在于只从国外派人过来管理，或者在当地找没有海外背景的中国人，这都错了。” Mitch 说道，“其实他们应该找精通中西方文化的人来管理企业，James 就是这样的人。”

当时很多国外 B2B 网站进入中国市场都是采取曲线进入，找代理商，或者只是成立办事处，要么就是和国内政府成立合资公司。MFG 独资进入，被很多媒体认为是一种冒险，而 Mitch 不这么认为：“MFG 直线进入是因为中国是国内最大的市场，不直线进入就不能铸造真正的企业文化！”

MFG.com 在 2008 年的规划不是“高速发展”。Mitch 强调“爱客户”，他认为走得太快将失去服务的重点，关键是要建立好的信誉。“我们的目标是留住原有的客户，并且增加工艺，提供更多增值服务，并且发展中国优质买家。” Mitch 这么说道，“2008 年 MFG.com 将在人力、市场、服务、客户流程、拓展新服务方面继续打基础，2009 年我们才开始跑步！”

建立社群也是 MFG 的核心所在，MFGx 已经集聚大量人气。“我们要做好企业本土化，yahoo、Baidu、Google、eBay 进入中国市场都失败了，因为没有成功做好本土化。”Alibaba 的特色在于供应商数据库，Mitch 希望有一天能与之合作，共建一个数据全面且精准深入的在线市场。

有业界人士认为，在线市场的技术不是问题，最关键的是服务。而在 Mitch 看来，技术还是关键的，因为完美的技术可以使交易双方不需要更多的精力就达到很好的沟通。“一个好的平台就像 windows 操作系统一样便利好用！” Mitch 这么说道。

Mitch 认为，MFG.com 最大的特点是一个交易平台，而不是简单的黄页网站，平台上短短几天就做成生意的案例比比皆是。

互联网使采购趋于全球化。Mitch 提到，以前美国采购本土化，通常就近采购，B2B 网站使美国采购不再有地域限制，走向全球化。网站平台帮助欧美买家在全球范围里选择更好的供应商，并且进行高效管理。“我相信未来更多知名买家也一定会选择互联网去从事采

购业务。” Mitch 兴奋地说。