

3C 周刊

双11决战下沉市场

聚划算上线“厂销通”
扶持广东电子产业带升级

阿里巴巴旗下聚划算近日悄然上线了一套“厂销通”系统,通过整合包括阿里云、菜鸟、蚂蚁金服等在内的阿里经济体生态资源,面向中小企业提供一整套完整的C2M数字化解决方案。来自东莞、中山等广东知名数码、家电产业带的一些工厂,在先期试用该系统后纷纷向记者表示,该系统的降本增效作用明显,同时也帮助工厂快速完成了数字化改造工作。

■新快报记者 郑志辉



升级版的C2M模式实现降本增效

据聚划算相关负责人玄古介绍,聚划算去年启动了“天天工厂”项目,旨在以数据赋能为基础的C2M模式,对传统制造业和地方特色产业带工厂、商家进行数字升级,并提出三年改造10000家数字工厂、100家数字产业带的目标。

玄古表示,阿里“厂销通”系统由数据赋能、金融赋能、物流赋能、科技赋能四部分组成。以聚划算的消费者洞察为基础,淘系平台的运营和数据资源,将被全面导入制造业商家,帮助商家进行更高效的选款、测款、设计和销售,让商家真正通过C2M模式实现降本增效。

东莞石排是中国最大的耳机制造产业带,位于石排的声耀电子是尝鲜“厂销通”系统的产业带商家之一。利用淘宝、天猫积累的海量数据赋能,声耀电子旗下WRZ品牌精准了解中国消费者,尤其是下

沉市场消费者对耳机的需求,成功开发出多款爆款,其中一款有线耳机累计销售出600多万条,90%销往下沉市场。

声耀电子负责人告诉记者,像声耀电子这样的产业带工厂型商家,此前主要经营外贸出口和为大品牌代工,近年内一直在寻找国内市场自主品牌突围的机会,如何通过极致性价比打通国内市场,尤其是下沉市场,是这场突围战役的关键。“通过阿里电商平台的大数据扶持,打通了生产数据和销售数据,‘厂销通’能够实时预测未来8周内商家的销售情况,便于商家提前进行备货,精准安排产能。”

另一家主营手机数码配件的深圳星磁科技公司表示,经过云端产销数据的打通协同,库存资金能从几百万降至几十万,产品周转率也提升近一倍,节约的成本可以更多的投入到新品研发中。

体系化补贴、扶持本地工厂数字化升级

随着今年双11的逼近,预计单量将爆发式增长,“仓库不够用、发货速度慢、物流成本大幅上涨”成为广东这些产业带中小企业的共同痛点。阿里云工业互联网平台负责人表示,“厂销通”系统将通过菜鸟的加入,在产业带集中的地区建产业带仓,通过数字化技术和优化配送链路等产品,以及系统化、精细化的专业管理,为这些中小企业提供一些顶级制造企业才能拥有的高性价比、稳定可控的仓储物流服务。

除此之外,阿里经济体多个体系都将对“厂销通”工厂提供支持,如阿里云对企业上云和相关的服务费予以80%的费用减免;蚂蚁金服为商家贷款利率实行七折优惠,等等。

“中小制造业企业的一条生产线改造大概需要

10万元左右的费用,经过聚划算和阿里云的补贴后,商家只要花费2万元左右,便能对产线进行数字化升级。”玄古为记者算了一笔账,“目前中小企业通过蚂蚁的小微贷款平均也有三四百万额度,利率打七折,商家一年就能省下10万元左右的利息,这还不算入驻菜鸟仓后省下来的人工费用和物流成本。

聚划算表示,“厂销通”系统对产业带商家的支持力度不设上限,希望通过在数据、金融、物流、科技方面的赋能,助力本地产业带商家数字化升级,生产出更多高性价比又精准满足消费者需求的C2M商品。

据介绍,过去一年里,聚划算已经成功对超过2000家工厂、20个产业带进行数字化升级,成效显著。仅广东一省,去年一年C2M产品便抢得超过6亿笔订单。

十一黄金周消费
呈“新”“家”“国”三大特点
爱吃爱美爱玩成为最大驱动力

新快报讯 记者郑志辉报道 在刚过去的中国第20个“十一”黄金周,放假正在扮演最大的生产力,带动消费猛增。根据阿里巴巴集团及蚂蚁金服集团最新发布的2019“十一”黄金周消费数据报告显示,今年黄金周消费呈现出“新”“家”“国”三大特点。同时,在更广阔的4线以下城乡市场,假日经济效应尤其凸显,每多放一天假,消费多增一成。

新消费、新市场、新业态,带来假日新体验

今年十一黄金周,线上消费呈现精致化、高效化、智能化趋势。

餐饮是永恒的假日主题,要吃得新鲜、吃得轻松。超过300万人次在天猫超市抢购茅台酒,白酒成交额同比去年增速达12倍。根据盒马鲜生数据,黄金周前三天的线下消费增幅近三成,买得最多的前十种商品全部是海鲜,帝王蟹同比上涨3000%,阳澄湖大闸蟹共卖出40000只。

随着智能手机和移动的普及,中老年群体逐渐成为数字化消费的生力军。从阿里巴巴公布的黄金周消费数据看,“银发一族”不但点外卖、懂网购、爱旅游,也愿意在中高端体检和医疗美容上花钱。

今年恰逢新中国成立70周年,国庆阅兵在全国上下掀起一波爱国气氛的高潮。高涨的爱国情绪持续带动了一波红色旅游、国庆献礼电影、国产品牌消费。

爱国就大声说出来。弹唱APP唱鸭数据显示,1日当天,歌曲《我和我的祖国》成为00后最受欢迎的曲目。国庆献礼影片《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》成为票房前三名,截至4日17时,累计票房分别为15亿元、12亿元、近6亿元。1日至3日,全国一共有1.1万份饿了么订单备注“国庆快乐”。

红色旅游热度猛增。飞猪平台8月红色旅游相关搜索同比增长近200%,延安、石家庄、吉安、重庆、南昌、湘潭、遵义、北京、徐州、嘉兴十大红色经典旅游目的地1日至3日酒店预订量同比增速平均超过300%,其中预订延安酒店的00后更是暴涨超20倍。

消费者越来越中意国货。1日当天,天猫成交额前十名美妆品牌中有8个是国货品牌。另以坚果品牌三只松鼠为例,黄金周前三天的总成交额同比增长106%,其中三至六线消费者的成交额同比增速为110%,95后消费者的成交额同比增速为153.3%。

假期越长,拉动内需越明显,消费越下沉

支付宝发布的十一消费报告显示,今年“十一”小长假,面对吃、住、行、游、娱、购等丰富的消费产品供给,全民人均在实体店消费的频次增长了45%。

同样是放假前3天相比较,假期更长的“十一”日均消费金额环比“五一”高一成,在更广阔的4~6线城市,“十一”日均消费金额环比“五一”增长约四成,相当于多放一天假,消费多一成。

因为十一假期充裕,更多的一线城市用户选择打着“飞的”去往三线及以下城市游玩。飞猪数据显示,东南亚4小时飞行圈依然受欢迎,但预订境内游的人数同比增加了42%,增速超过出境游,更多一线城市用户打着“飞的”去往三线及以下城市游玩和消费。支付宝数据显示,网红旅行地前三名是四川阿坝、云南丽江、大理,网红商圈前三名是昆明金马碧鸡坊、南屏街、西安回民街。

随着移动支付的不断普及,县城的消费活力令人眼前一亮。十一黄金周,3线以下城市消费频次增幅全部高于50%,县城消费频次更是猛增近90%。