

给老凉茶加“新零售”配方 给家具产业打开淘宝门

# 广东传统产业依靠数字化转型“转危为机”

一场难以预料的疫情“黑天鹅”事件,对全球几乎所有产业都造成了巨大冲击。在我国疫情走过最严重阶段后,新快报记者对广东一些企业的深入调查发现,在疫情冲击造成的“满目疮痍”之下,依然有很多传统行业、企业展现了坚韧的活力和蓬勃的生机,这要归功于我国近年来正在加速迈进的数字经济转型,以新零售为代表的数字化力量,在从阶段抗疫到全面复苏,都展现了它的“神奇功效”。事实上,从记者走访的本省企业现实案例来看,企业的数字化程度越高,应对此类危机和冲击的能力就越强。

■新快报记者 郑志辉



■番禺平安堂凉茶工厂生产线上的盒马“日日鲜”凉茶。

## 广式凉茶面临生死危机

### 加点“新零售”成就“日日鲜”

“整个广式凉茶行业,在疫情期间,真的只能用‘惨’来形容。今年以来,我们在广东关掉了四分之一以上的门店。以我所知,黄振龙、金葫芦等其他同行的情况都差不多。”平安堂凉茶主理人黄若姮日前在谈到广式凉茶的现状时说。

实际上,在她看来,广式凉茶的危机早几年前已经开始浮现。“最主要是门店租金高企,人工成本也越来越高,还有就是行业的年轻化转型收效甚微。再这样下去,再过个十年八年,可能广东街头再也看不到凉茶铺了。”黄若姮忧心忡忡地说道。

濒临绝望之际,黄若姮想起了半年前在逛盒马时,看到的盒马“日日鲜”牛奶豆浆,上面都写着“每天晚上11时59分下架”,“这跟广东凉茶的初衷是一致的。做凉茶的都知道,新鲜的、无添加的凉茶,才是功效最好的。现在的加防腐剂的的做法,只是不得已而为之”。黄若姮萌生了与盒马合作的念头。

有了“日日鲜”的相同理念,双方从初始接触到一步步推进合作并最终落地盒马“日日鲜”凉茶,遇到再多的难题都得以迎刃而解,而意外惊喜

的则是,和盒马的合作,大大加速了平安堂经营管理的数字化转型进程。

盒马门店没有进场费上架费,只谈产品好坏,“就凭这一点,我们就愿意把自己做好”,黄若姮说。“为了保证新鲜,盒马一定要冷链运输,用冷链车送凉茶,行业内也是首次。”

平安堂也通过这次的,实现了内部管理的数字化。每天,管理人员通过登录盒马工作台,都能够看到产品的不良率、入仓准时率,商品是否有破损、温度不达标,仓储供应链销售链路的数字化一目了然,效率大幅提升。

### “创二代”领军佛山家具产业带“空少”为上万老板打开淘宝门

在佛山,却是一批“创二代”扛起了当地家具产业的抗疫大旗,带领行业在今年618期间取得了不减反增近40%的亮丽战绩。

7月10日,顺德区工业大道的办公楼内,淘宝店铺雅居意的办公区已经挂上了各种备战双11的鸡血标语。这家店铺的负责人李渊博是位85后,去年底刚刚开张的天猫店铺,专注经营沙发床,通过直播场场有成交,疫情以来累计拉动成交额超过百万元。

更年轻的90后王定宇,这段时

间,依靠着运作短视频种草,在去年开启的淘宝店上切准了讲效率的年轻消费群体,成交攀升,一下成为佛山家具基地受邀讲师。

还有入1989年生人的极有家战略合作伙伴、佛山商家服务中心负责人杨毅,结束第一份空乘工作后,2015年开始淘宝创业并成为一位志愿者,为佛山有志于线上发展的同行解决电商运营问题。今年以来,很多本地龙头都主动找过来。杨毅也从原本取暖抱团的模式,转向为产业带商家提供相应代运营、代直播等计划,帮助它们快速“入淘”,加速数字化升级。

“这一年,产业带陆续涌现出年轻化群体,85后到95后居多,他们善于运用淘宝直播等数字化工具,尽管并非一蹴而就,也非全然成功,但汇聚的佼佼者活力已经凸显,首先直观地体现在产业交易上。”淘宝家具产业带小二清沐介绍说。

广州市社科院高级研究员彭澎表示,过去半年里包括广州女装、汕头内衣、佛山家居等超过100个广东产业带率先在阿里巴巴平台快速恢复,无论是前端的主播,还是背后驱动者,“创二代”在数字化工具应用上,扮演了中坚角色,很大程度地重启产业生机。

## 奥林巴斯云端绽放 2020 光学科技巡礼

**新快报讯** 为了让更多人体验到光学科技的魅力,奥林巴斯已经连续举办了6年光学巡礼活动,今年的活动也将在7月举办。为了能够让参与者在娱乐中学习知识,寓教于乐,寓玩于学,奥林巴斯将今年的活动主题定为“学玩夏令营”,通过展示光学科技产品及丰富多彩的光学实验及互动活动,将光学科技为生活带来的改变展示在人们眼前。

与往年不同的是,因受疫情影响,“光学巡礼学玩夏令营”由线下转为线上举办,开启云端探索之旅。此次活动以“知识营”“趣味营”“挑战营”为三大主要栏目,通过科普文章、实验视频、趣味H5等形式传播光学知识。其中,光学实验环节更是让参与者直观地感受到光学在生活中的应用。通过“奥林巴斯中国”微信公众号与官方抖音账号,大家可一键参与到活动中来。(陈学东)

## 以大数据和 AI 赋能销售 广州探迹科技 完成 1.2 亿 B 轮融资

**新快报讯** 智能销售 SaaS 服务提供商探迹科技7月15日对外宣布完成1.2亿元B轮融资,由红杉资本中国基金领投,启明创投跟投。探迹科技创始人&CEO黎展表示,本轮融资资金将用于产品研发、市场拓展和品牌建设等方面,持续用大数据和 AI 赋能销售。

公开资料显示,探迹成立于2016年,是一家致力于用大数据和人工智能技术来全面提升 To B 企业销售效率和业绩的公司,此前曾获由阿里巴巴、启明创投联合投资的A轮融资。探迹以全面完善的企业知识图谱为基础,打造了完整的 SaaS 产品矩阵,构建了全方位的智能销售产品生态闭环,并以 NLP、机器学习算法模型等核心技术领跑中国智能销售服务赛道。(郑志辉)

中消协提醒:防蓝光≠防近视

## 护眼模式效果优于防蓝光贴膜

**新快报讯 记者陈学东报道** 近期,受新冠病毒疫情影响,许多大中小学持续采用线上方式开展教学。由于线上教学需要孩子长时间使用手机、电脑等电子产品,对孩子的视力产生较大负担,部分商家遂开始炒作电子产品的“蓝光危害”,宣传推销能“预防近视、保护视力”的防蓝光眼镜、防蓝光贴膜等产品。

7月13日,中国消费者协会发布消费警示称,电子产品的蓝光并非导致近视的“罪魁祸首”,电子产品的护眼模式效果优于防蓝光贴膜。儿童青少年近视主要是由于长时间使用电子产品导致视疲劳和使用姿势不当造成,不要盲目迷信防蓝光产品广告中宣称的近视防护效果,有效控制用眼

时间、保持正确的用眼姿势才是预防近视的主要方式。

### 防蓝光眼镜选择不当 对预防近视有害无益

随着手机、平板电脑等电子产品的普及和儿童青少年近视率的不断上升,加上经营者大肆宣传蓝光的危害,让不少家长将孩子近视的“罪魁祸首”归咎于蓝光。蓝光是否对视力有害?“防蓝光产品”是否具有预防近视的功效?

专家表示,蓝光只是具有造成视网膜损伤的可能性,而且这种可能性与视网膜接收到的蓝光剂量有关。也就是说,蓝光照射只有达到足够的时间和一定强度后才有可能造成视网膜伤害。

中消协表示,针对一些商家通过对防蓝光产品性能进行虚假夸大宣传,过度解读蓝光的危害,高价推销防蓝光产品,消费者应理性看待。多位专家指出,医学上暂时还没有充足的证据证明防蓝光眼镜等产品在防控近视方面能够起到显著效果。

有专家认为,当前的防蓝光眼镜多存在较多问题,如有的产品对损伤眼睛的短波蓝光没有防护效果;有些产品完全屏蔽了蓝光,即过度防护;由于防蓝光镜片大都带有颜色,造成一定的“色偏”,如果长时间使用,反而容易加剧视觉疲劳。

### 护眼模式效果优于防蓝光贴膜

在防蓝光产品中,除了防蓝光眼

镜外,防蓝光贴膜在消费者中也颇有市场。

有研究显示,护眼模式可以起到降低手机和平板电脑屏幕蓝光辐射比,提升屏幕蓝光峰值比,降低屏幕亮度和降低屏幕色温的作用,使蓝光波段总能量和蓝光波段峰值能量均得到抑制;大部分标称具有防蓝光功能的贴膜虽然也能起到一定降低手机和平板电脑屏幕蓝光辐射比、提升屏幕蓝光峰值比和降低屏幕色温的作用,但效果不是太明显。

手机和平板电脑的护眼模式以及部分标称具有防蓝光功能的贴膜均能起到一定的防蓝光作用。但电子产品自带的护眼模式在防蓝光方面功能更加全面、效果更加显著。