潮汕"淘工厂"成长记

传统工厂拥抱数字化:预测爆款,劲销百万



普宁工厂里,工人正在操作自动切布机

文/羊城晚报记者 沈钊 图/受访者提供

"以前我们一年只需要准备7个左右 的新品,现在至少要准备20个。""工厂已 经从拼价格的初始阶段,过渡到现在拼外 观、拼产品、拼服务的阶段。""都2023年 了,拼的就是产品,拼的就是供应链"…… 近日,记者走访多家潮汕地区的源头工厂 时发现,它们正借助"淘工厂"这个新渠 道,迈出数字化转型的步伐。通过大数据 指导生产、研判趋势,"淘工厂"们快速适 应不断变化的国内市场,实现扩厂、拓品, 生产出多种销量100W+的爆款产品,正 逐步成长为"国民工厂"。



深圳市三诚服饰有限公司普宁工厂里,工人正在操作机器

普宁淘工厂备货内裤 300 万条

"全国每十件内衣,就有 一件来自普宁。"这是揭阳普 宁市不少内衣生产商引以为 傲的佳话。而在深圳市三诚 服饰有限公司普宁工厂里, 300万条内裤堆满了仓库的 货架,不时有工人忙碌其间, 这是当地家居服产业带的冰 山一角。

土生土长的普宁"90后" 老板许浩锐对记者表示,300 万条内裤是他们为"双11"和 新年档期备的一部分货。"昨 晚发货发到凌晨2点,现在相 对是淡季,每天出货量大概是 一万条,旺季可以达到三四万

实际上,2017年创业之 初,许浩锐便下定决心做好电 商,在他看来,传统工厂拥抱 线上进行数字化转型是大势 所趋,而几乎将所有电商平台 都尝试了一圈之后,他在2021 年选择将主力放在淘工厂上, "普宁这边电商运营人才相对 稀缺,用堪比广深的工资都不 太好招人。而淘丁厂的运营 相对更'轻',能让我把更多精 力投到生产设计中去,充分发 挥普宁当地的供应链优势"。

记者了解到,淘工厂主打 M2C(生产厂家对消费者)模 式,是淘宝天猫集团为源头工 厂提供的托管服务,涵盖数字 化选品、智能化定价、营销托 管、供应链优化、物流和本地 化服务等六大解决方案。淘 工厂的入口在淘宝 App,工厂 通过入驻淘工厂,不需要自己

开店,就能触达淘宝消费者, 这让工厂能够将更多的精力 放在做出好的产品上。

而做出好的产品,这恰恰 是在内衣制造行业"摸爬滚 打"十几年的许浩锐最擅长的 事,产业链分工明确且配合高 效的普宁纺织产业带,所形成 的供应链优势自然也成了他 最大的底气。"我本身是从底 层一步步做起的,对生产的每 一个环节都非常熟悉。怎么 管理,怎么节约成本,从挑选 纱线的材质,再到挑染、设计、 裁剪,每一个环节都是可控 的,能最大程度保证产品的质 量和性价比。

事实证明,许浩锐专攻淘 工厂的选择没有错。在进入 淘丁厂体系那一年的春节前 夕,工厂就凭借着喜庆的大红 色内衣裤以及保暖套装等性 价比高的应季产品,成功实现 了单品的大爆发。

许浩锐向记者介绍,爆款 的"炼成",踩准时间节点和节 奉很关键。"我们自己的运营 团队会和淘工厂一起基于市 场消费数据,评测下一轮爆火 的品类,比如我们预测这个夏 季将流行冰丝产品,那我们从 春节后就要开始做准备了,开 始陆续推品,等到了清明节, 一般会出现一波自然流量小 峰值,等到夏季以后,这个品 类就会迎来一波集中爆发,而 这时候,我们的工厂早就备好 了几百万条货,随时做好单品 爆款的供应准备。

澄海淘工厂从零到月销数百万元

从普宁出发,沿着高速往 东行100公里,是汕头澄海。 澄海的玩具产业兴起于上世 纪80年代,已经承包了全球 70%的玩具制造,澄海素有 "中国玩具之都"的美称。近 年来,随着用工成本提升、外 贸竞争的加剧,不少传统工厂 亟待拥抱数字化,提质增效迎 接新的竞争。

在当地许多年轻人心中,

电商是传统工厂迈向数字化 的第一步。"95后"澄海小伙 芮博锜,便在大学毕业后,回 到家乡与朋友合伙创办了玩 具品牌颂尼,主要瞄准的就是 电商带来的可能性。

"我们的优势是工厂 产业带,所以一开始也尝试着 去做1688之类的平台。"芮博 锜表示,后来淘工厂找到了我 们,"我们应该是最早一批入



颂尼品牌的工厂中,工人们 正在流水线上作业

驻淘工厂的玩具商家,这个模 式不需要太多的运营,更多的 是做好产品,淘工厂上,便宜 好货就能卖得动。'

记者了解到,颂尼在2021 年入驻淘工厂后,很快迎来了 爆发。"做淘工厂以后,我们高 峰期一天能卖出两万单,'双 11'时候甚至能到每天四五万 单,实现了单月GMV(商品交 易总额)数百万元。"芮博锜表 示,在淘工厂上卖得好的秘 诀,并不是一味地追求低价, 而是借助大数据实现对产品 趋势的深度研判,"淘工厂提 供的数据告诉我们消费者需 要什么,我们需要做的是快速 反应,生产研发以满足消费者 的需求。

跟淘工厂深入对接后,芮 博锜逐渐将产品的受众人群往 年龄段更大的成年人尤其是大 学生群体倾斜,同时尝试着做 更多解压类的玩具。芮博锜举 例说:"比如我们做的解压魔 方,根据淘工厂的数据和消费 者的反馈,多次修改了纸张、磁 粒等,不断满足消费者的新需 求,产品也成功突破了爆款玩 具平均一两个月的生命周期, 两年过去了仍然卖得很好。"

更让芮博锜感到惊喜的 是,淘工厂的持续运营,还带 来了不少线下客流。"对我们 来说,淘工厂的排名更像是打 广告,现在有很多东南亚地区 客户,都是在淘工厂上面挑款 式,再通过本地的贸易公司找 到我们下单。'

商家追求促使工厂不断提质增效

记者梳理发现,无论是 许浩锐还是芮博锜,这些产 业带的源头商家能够通过 淘工厂起势,背靠产业带的 供应链优势仅仅是基础,其 对更具性价比产品、更好服 务的追求促使工厂不断提 质增效。

"我理解的性价比,并不 是越便宜越好,而是要让消 费者拿到货物后,觉得这个 产品值得他所付出的价格。 许浩锐这样解释了爆款背后 的性价比优势。在他看来, 做生意是件细水长流的事 情,尤其是内裤这种日用消 耗品,消费者的复购才能让 厂家生意源源不断。因此, 许浩锐在供应链上花了大工 夫,甚至与普宁当地的纱线、 织布厂有着深入合作,在减 少中间流通环节的同时保障

芮博锜则对记者表示: "工厂已经从拼价格的初始 阶段,过渡到现在拼外观。 拼产品、拼服务的阶段。"他 以厂里销售的一款电动遥 控车为例,"做遥控车这个 品类,功能越多售后越多 为此,我们的合作工厂为这 款遥控车提供了12个不同 的售后视频,方便告诉消费 者该如何对不同的模块进 行维修"。

事实也确实如此,电商 平台只依靠中心化流量调度 的手段来管理供给的时代已 经过去,重视服务和切实提 高供应链效率才是未来的发 展方向。诞生已有4年、一直 深耕产业带源头工厂的淘工 厂所采取的模式正是在源头 供应链优化成本,而非在末 端流量端优化成本,这种可 持续、健康的发展模式,正在 让消费者买得便宜且高性价 比,工厂有钱赚,产业越来越 高质量发展,从探索走向大 面积复制、实践。

在淘工厂体系下,许浩

锐一步一步进入相对蓝海的 市场和细分类目,推出了情 侣内裤、鲨鱼裤、打底裤以及 女士背心等,拿到了细分市 场的多个第一;而芮博锜目 前已经与上百家工厂进行合 作,淘工厂上销售的SKU(最 小存货单位)超过1000个。

今年8月,淘宝悄悄升级 了商品销量显示。原先的月 销,更改为商品在最近一年 内的销量,消费者可以参考 更长周期内销量数据来做购

这个变化让不少细心的 网友注意到,原来淘宝上有 许多隐藏的大爆款。许多商 品甚至突破了上限,显示为 100W + 。 因此,淘宝 100W+,也成了爆款的代名 词。主打高性价比的淘工厂 很多 100W+宝贝也浮出水 面,引发不少人跟风上淘宝 搜索淘工厂挖宝。

业内人士认为,淘工厂 M2C(生产厂家对消费者)模 式让白牌工厂可以去掉中间 环节降本增效,到达消费者 手中的产品"质好价低"。被 众多消费者共同、反复选择, 淘工厂这些100W+宝贝也被 称为国民级的宝贝。淘工厂 就是"国民工厂",因为老百 姓在日常生活中需要什么高 性价比宝贝,淘工厂就生产 怎样的宝贝,所以才能沉淀 那么多销量破百万的宝贝。

资料显示,今年以来,淘 工厂也通过"超级单品计划" "源头百厂计划"以及 "A1000 造星计划"等各种动 作持续深入产业带,为消费 者进一步挖掘扩充更多"质 好价低"的源头工厂货,预计 会有更多"淘宝 100W+"浮 出水面,进一步满足消费者 高性价比美好生活需求。

而越来越多的珠三角工 厂,也开始从批发定制,走向 更能掐准消费脉搏的零售市 场,淘工厂则成为第一选择。



工



茅台业绩稳健增长,相关传闻不攻自破

白酒板块市场反应冷淡

羊城晚报记者 程行欢

贵州茅台未在三季报发布 前公布经营数据,可能引发了 市场对其三季度业绩的担忧。 10月20日晚,贵州茅台公布了 三季报,公司业绩保持稳健增 长,相关传闻不攻自破。

茅台营收突破千亿元

从数据上来看,贵州茅台 的业绩保持了稳健增长:前三 季度实现营业收入 1032.68 亿 元,同比增长18.48%,归母净利 润 528.76 亿元, 同比增长 19.09%。剥离上半年业绩来 看,贵州茅台三季度单季度实 现的营业收入约为336.92亿 元,同比增长14.04%;归属于上 市公司股东的净利润 168.96 亿 元,同比增长15.68%。值得注 意的是,这也是茅台首次在前

三季度营收突破千亿元大关。 在整个大消费环境动力不 足的情况下,这一业绩已经相 对不错。今年白酒行业是整体 去库存的一年,通过控货与调 整,大部分厂家努力与经销渠 道进行调整,希望实现良性互 动,将产品在消费终端消化。 除了发布业绩数据,贵州茅台 近期动作频频,其中10月19日 贵州茅台酱香系列酒柑子坪生 产区域建成投产,新建成的20 栋制酒厂房将在2024年形成基 酒产能7200吨,茅台酱香系列 酒的总产能达5万吨。虽然这 一轮产能释放还需要若干年时 间,但近四年来,茅台3万吨酱 香系列酒技改工程项目先后建 成投产了52栋制酒生产房、6 栋制曲生产房。在营销方面, 跨界联名成为最出圈的事件, 推出"酱香拿铁"和酒心巧克力 引爆了舆论,同时还走出国门, 推动国际化。

板块市场表现一般

不过,即便如此,受累于整 个消费环境,业绩并没有带来 股价的提振。酒行业整体情况 如何,还有待更多上市公司数 据披露。10月16日,金徽酒公 布了白酒行业的首个前三季度



白酒巨头业绩稳健增长

经营数据,实现营收约20.19亿 元,同比增加29.32%;归属于上 市公司股东的净利润约2.73亿 元,同比增加27.55%。这一业 绩虽然非常靓丽,但由于利润 中政府补助数额巨大,市场对

此反应冷淡,股价也并未随着 业绩的披露而上涨,反而进一 **北下跌**

从上市的22家白酒企业股 价来看,今年以来,普遍表现平 淡。

不要只是盯着激光雷达 买新能源车是要买未来

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

威马汽车近日在官方微博发 文回应"董事长已和家人迁居美 国"等传闻。公司做出澄清:威马 汽车并未申请破产,目前正在进 行的预重整阶段,属于自救行为, 旨在通过重组债务引进战略投资 人,避免破产,实现重生蜕变。

企业自我感受是一回事,可 威马车主的心都是在发抖的。此 前有车主在社交平台称,威马车 机系统、手机 App 显示无法加载, 处于暂停服务的状态,甚至手机 蓝牙钥匙也无法使用开不了车 门。尽管威马官网上还是在卖着 车,企业也说成立了应急小组, 48小时内解决了相关问题,恢复 了正常使用。可面对一个本来就 没什么品牌溢价、员工工资都在 拖欠的企业,能有什么资本愿意 去赌一把把它救活呢?

按照我国《汽车品牌销售管 理实施办法》的规定,在汽车退市 之后,厂家仍然要确保10年的零 部件供应,车企在破产退市之前 有义务对已售车辆的后续维保工 作进行妥善处理。然而,在企业 出现经营危机,市场节节败退之 时,资金断流自身难保,处于末端 的销售与售后的水平和标准是不

可能保持水平的。新客户不敢 来,老客户没人管,想把车"骨折" 卖掉都可能遭遇二手市场的冷 落,形同"弃婴"。接下来,随着经 销商批量退网,停止品牌售后服 务,配件供应无法得到保障,修车 难、卖不出将成为常态。

尤其是原来保有量以数十万 计的品牌,问题会越来越严重。 在投诉平台上,就出现了不少菲 克车主投诉经销商"没有零配 件",这种情形随着车辆行驶年限 的延长可能进一步蔓延。如果说 燃油车卖出去了就和生产工厂关 联度不大了,有的零件外边还能 买到,也是通用的,但对新能源车 尤其是新兴企业来说,情况就会 恶劣得多。除了保有量低、零配 件供应萎缩,关键是新能源车背 后24×365运作的企业平台可能 无以为继。没有网络支持的新能 源车,如同处于脱机状态。这就 像一台手机还在自己手中,可背 后的通信运营商倒闭了,手机只 能变成板砖。当初对新势力所造

车的向往,如今都成了抓狂。 在威马之前,也有几家靠风 口起家的车企陷入困境。比如拜 腾、天际、自由家、爱驰、恒驰,还

有"老头乐"雷丁,都曾多次被曝 出破产或停产。去年"威马年亏 82 亿元创始人年薪 12 亿元"词条 曾冲上热搜。每一家开头都声称 自己要做伟大的企业,但是在资 本推动之下,做大市值、做大流量 甚至比做好产品、做好售后都要 更迫切。当烧钱到了一定程度依 然无法盈利时,市场面临失败,资 金链断裂,资本早就收割撤离 了。企业风险全部由消费者承 担,从此失去质保和维修的渠 道。濒临破产企业的挣扎求存, 对消费者来说,也是近乎温水煮 青蛙,最后都不知道痛了

因此,当初选择什么样的企 业、什么样的产品,既和消费者的 运气有关,也和心理认知是不是 足够成熟有关。比如受了广告和 宣传影响,脑门发热,结果选择了 根本没有造车历史和根基的新企 业,那就要陪伴企业走过磨合期, 并且得接受更多的不确定性,比 如企业倒闭了。因此,新势力企 业作为一个样本,是该给很多消 费者以警醒了。不要只是看到有 激光雷达、N个大屏加上按摩大 沙发就觉得很牛,更要看到背后 支撑企业发展的是什么。