

武汉副市长携“7大名片”直播带货

良品铺子单场销售额破百万元

新快报讯 记者陆妍思报道 4月8日下午3点,“市长带你逛湖北”活动首场直播开始,武汉市副市长李强走进抖音直播间,向网友介绍武汉经济重启和复工复产情况,并推介良品铺子、蔡林记、仨吉西饼、周黑鸭、新农牛肉、扬子江糕点、东风风神等7大“城市名片”企业产品。据良品铺子官方公布的数据,截至当晚6点,整场直播卖出了2万单商品,单场销售额破百万元,是平时直播的5倍。

这场“湖北重启 抖来助力”公益直播,是李强的网络直播“首秀”,但这并不妨碍直播间的人气。40分钟“市长带货”环节中,几次冲上小时榜热播第一名。李强副市长推荐吆喝之后,7家企业负责人轮番上阵卖货。记者留意到,此次直播产品的价格优惠力度很大,如极具湖北特色的香辣卤藕,天猫官方旗舰店价

格20元/袋,此次直播定价44.9元5袋。网友的手速也说明价格的确实惠,产品很快被清空库存。

本次副市长带货的直播地点在良品铺子总部。良品铺子社交电商事业部总经理段文接受新快报记者采访时表示,这全因良品铺子属于“直播带货”经验老到的“老司机”。“从2017年底开始,良品铺子就布局直播业务,有成熟的设备和推广经验。我们第一个出场,可以为其他品牌‘打个样’。”

2019年起良品铺子加大了直播频次,一年直播近千场,达人直播也有800场的规模。从2016年到2019年上半年,良品铺子线上收入占比从22.69%升至45.19%。此次疫情,大大加速了其直播发展,据统计,自2020年3月以来,良品铺子全网直播达到200场,带动销售已达1000多万元。



直播中,良品铺子创始人、董事长杨红春(右)与搭档武汉市商务局局长韩民春频频互动。

360收购救助平台诺言筹 目标直指保险业务

近日,360金融集团旗下大病救助平台360大病筹宣布,正式收购壁虎互助旗下的大病救助平台“诺言筹”,进一步凸显了360大病筹平台欲构建“筹款+互助+保险”模式的战略野心。在360之前,轻松筹、悟空筹等个人大病筹款平台已开始了“筹款+互助+保险”的布局。

■新快报记者 刘威魁

360向保险业发展

近日,360收购壁虎诺言筹的消息,再次引发市场对个人大病筹款行业的关注,也进一步显现了360金融想要借助“筹款+互助+保险”模式向保险进阶的发展方向。实际上,“筹款+互助+保险”的模式是由水滴筹的母公司水滴公司率先开创的,水滴公司的现有业绩,有力地验证了“筹款+互助+保险”的可行性。

数据显示,水滴保险商城2019年新单年化保费已突破60亿元,同比增长幅度接近600%。值得注意的是,在疫情影响下,水滴保险商城今年1-2月的保费规模依旧增长迅速,新单年化保费分别超过10亿元、12亿元,用户数量也从2019年底的4000万迅速上升到7000万。据了解,水滴公司于2017年上线保险业务“水滴保险商城”,其目标就是进行商业

变现,保证整个平台的盈利及存续。

此外,个人大病筹款和互助平台对保险业务起到的教育和导流作用,也在水滴公司的业务模式上得到了验证。以水滴互助为例,其在疫情期间将“新冠肺炎”纳入保障范围,而随着健康保障需求提升等原因,其会员数量也在持续抬升。新快报记者梳理发现,2月1日至3月31日期间,水滴互助平台的会员数累计增加了2384.02万人。

“水滴筹的个人大病筹款和互助业务,都是获取互联网保险用户的场景和工具,其迎合了消费者想要保障,却又不想花钱或不想多花钱的心理,从源头破解了获客难的问题。”有保险人士分析指出,大病筹款、网络互助平台的出现,解决了保险公司不掌握客户的尴尬,并迅速发展成为引流利器,而“筹款+互助+

保险”的模式,又顺理成章解决了平台流量变现的问题。

仅4家平台完成布局

尽管“筹款+互助+保险”的模式已有人试水,但新快报记者梳理发现,要想完全将“筹款+互助+保险”的模式做起来并不容易。目前仅有360金融、水滴公司、轻松筹和悟空保这四个平台完成了该模式三个业务的完整布局。而在百度、新浪、苏宁等互联网巨头平台里,是只上线了网络互助业务,而没有上线个人大病筹款业务。如新浪平台只和壁虎互助联合推出新浪互助。

“平台的发展会受规模效应的影响,用户对一个平台越信任,就会带动越多的用户聚集在这家平台,让平台变得更大,新入行者如果没有绝对的优势,就很

难挑战老人行者的权威。”上述业内人士分析指出,个人大病筹款对保险可以起到导流作用已被验证,互联网巨头们却没有积极布局这块业务,由此看来,做个人大病筹款比做网络互助更难。

他认为,追随“筹款+互助+保险”模式互联网平台中,做网络互助的比做个人大病众筹多的原因之一是与网络互助有业务老平台做指引、相对容易入门有关。如新浪互助是在2019年1月新浪入股北京必互科技以后,才由新浪和壁虎互助联合推出,如今,壁虎互助的创始人李海博已是新浪互助的业务负责人。

相比之下,个人大病筹款行业并无老平台给这些巨头们提供运营后端和支持,会更难进入。比如,2019年3月就对外宣称要开通爱心筹款通道的蚂蚁金服,至今仍未有进一步动作。

拉卡拉发布2019年报:净利润增长34.5%升级为综合性企业服务公司

4月9日,拉卡拉支付股份有限公司(以下简称“拉卡拉”)发布了上市以来首份年报,成绩亮眼。年报显示,2019年,拉卡拉实现营业收入48.99亿元,归属上市公司股东净利润8.06亿元,同比增长34.5%,商户经营业务高速增长,实现营收4.4亿元,同比增幅达120%,总资产111.87亿元,较期初增长122.04%,未分配利润达19亿元。

正是基于其优秀的业绩支撑,拉卡拉以截至2019年12月31日总股份40001万股为基数,向全体股东每10股派发现金股利人民币20元(含税),同时以资本公积金向全体股东每10股转增10股。

据年报显示,2019年,拉卡拉主动调整商户拓展,优化收入结构,夯实发展

基础,完成了“超越支付”的战略规划,协同“支付、金融、电商、信息”四大科技业务板块,全维度为中小微商户提供线上与线下服务,从一家支付公司升级为综合性企业服务公司。

拉卡拉支付业务持续高速增长,商户收单交易达到了“小额、高频、活跃”的良好状态,支付科技业务实现全年收单交易金额3.25万亿元,扫码支付交易金额6400亿元,同比增长49.76%。累计交易笔数为83.84亿笔,同比增长46.8%,扫码的交易笔数79.23亿笔,同比增长56.44%。

支付之外的商户经营业务收入达4.4亿元,营收占比9.02%,同比增长120%,已成为支撑公司业绩快速增长的又一个重要引擎。其中,增长最为迅猛的

是以广告营销、会员订阅为主的信息科技业务,本期实现收入2.56亿元,同比增长208.27%;其次是电商科技服务,实现收入9259万元,同比增长48.7%,最为亮眼的要属积分运营业务,本期交易金额32.3亿元,同比增长103.3%;金融科技业务实现收入9353万元,同比增长67.08%,通过与银行和金融机构合作帮助商户成功办理贷款超过8万笔,贷款引流服务收入同比增长110%。商户经营业务收入快速增长,提升了公司主营业务收入的毛利率水平,销售费用大幅度减少,公司净利润继续保持大幅增长态势。

2019年,拉卡拉还积极布局海外业务,跨境支付及海外聚合支付交易金额已超过百亿,服务商户超过3500家,并

保持着稳定的增长趋势。

目前,拉卡拉战略布局产业互联网,正通过云分销SaaS产品等,帮助线下连锁门店、批发市场、品牌贸易商等行业客户实现数字化转型,拥抱新零售,满足其从商品采购、进销存、物流配送、供应链金融贷款到会员的全供应链管理需求,加速商户的数字化升级进程。

拉卡拉表示,今年公司将贯彻“以支付为切入,整合信息科技,服务线下实体,全维度为中小微商户的经营赋能”的既定战略,继续扩大公司市场份额,内生与外延式发展并举,协同“支付、金融、电商、信息”四大科技板块,提升对中小微商户的服务能力,争取在三年内实现商户经营业务的利润贡献占比达到50%。