

杭州加快布局新赛道构建新生态 “电商之都”金字招牌怎样越擦越亮

本报记者 王逸群 拜誌喆 通讯员 王 聪 杨 悦

凌晨,直播间里火热的带货场景暂时落下帷幕,主播们创造了一个又一个销售新高。这个夏天,在中国电子商务之都杭州,透过一场场风风火火的直播,人们能在一定程度上看到产业链逐步复苏。

疫情两年多来,由于线下消费受限,电子商务和平台经济迅速补位,为保障社会经济平稳运行发挥了重要作用。与此同时,展览、展会等线下获客场景受阻,大量进出口企业转而寻求线上突破,进一步加速了传统外贸向跨境电商方向转型。

供需双双生变,随着新技术、新模式的出现,新电商逐渐转向以用户为中心,对人、货、场(即消费者、商品和门店)进行重构。不久前,杭州发布《关于促进新电商高质量发展的若干意见》,推出二十二条重磅政策,明确提出要壮大新电商产业生态、构建新型产业链体系,鼓励新电商企业做大做强。

新电商时代,杭州如何继续保持领先,进一步擦亮“电商之都”的金字招牌?

直播、社区团购、元宇宙…… 从老传统到新模式

尽管前期已经做了细致准备,但8月暑期档中销量接近预测值3倍的一个“小高峰”日,还是让镜头前的余秀丽心里没底。

余秀丽是杭州西湖银泰城的一名导购。“小高峰”日那天中午,她连续3小时一边对着镜头展示衣服,一边盯着屏幕回答顾客提问,有些应接不暇:以往的传统销售领域,她只需每天面对线下顾客进行介绍、推销。如今,银泰百货向直播电商领域拓展,大数据将直播精准推送给潜在的客户。而余秀丽这些导购员们也开始向主播转型,以线上讲解示范、回答消费者问题等直接互动的形式,让消费者体验到和逛实体店一样的服务。

尽管很忙,但余秀丽收获不少。直播电商打破了地域和营业时间限制,让她的业绩突飞猛进:一款T恤,短短一周就卖出200件。

传统百货杀入新电商,银泰转型的背后,既有杭州作为电商之都的底气,也有时不我待的紧迫感。从阿里巴巴在湖畔花园起家,到2008年中国电子商务协会正式授予杭州“中国电子商务之都”称号,经过20多年发展,杭州以电子商务为主营业务的企业已达8.1万家。与此同时,杭州,这座在跨境电商领域“第一个吃螃蟹”的城市,全国首个跨境电商综合试验区在这里孕育,跨境电商出口知名品牌占浙江省的三分之一。

电商已深深根植于杭州的基因中。据统计,今年上半年,杭州市社会消费品零售总额实现3428.4亿元,同比增长3.0%,增幅高于全国、全省平均水平。其中限上批发和零售业单位通过公共网络实现零售额841亿元,增长25.4%,占限上批零单位零售额的比重达42%。

虽然头顶光环,但杭州面临的压力不小。“与兄弟城市相比,近年来杭州网络零售额增幅逐年下滑,新电商新赛道后继乏力,新兴企业成长匮乏等问题初现端倪。”杭州市商务局电子商务处负责人表示。

有别于单纯售卖商品的传统电商模式,新电商应用5G、云计算、物联网、大数据、区块链等新一代科学技术,形成了线上线下相融合、产业多领域跨界、多场景应用的电商新形态、新模式,包括人们熟知的直播电商基于大数据推送广告的兴趣电商、在某一行业或细分领域深度运营的垂直电商,以及社区团购、元宇宙等。

放眼全国,广州、武汉等地电商发展已呈现你追我赶态势,在淘宝、天猫之后,杭州再没出现现象级项目。除了抖音、快手在杭州设立部分业务外,电商龙头企业依然以淘宝、天猫为主。此外,跨境电商正被各地争相作为外贸新增长极、保稳提质“良药”。华南地区跨境电商发展就有后来者居上之势。这里跨境电商密集,又坐拥大湾区天然贸易优势,国际物流便利。2019年,深圳跨境电商交易额就达4197亿元,优势明显。

中国(浙江)自由贸易试验区杭州片区管理委员会跨境电商综试处处长、一级调研员武长虹坦言,杭州想要保住“电商之都”桂冠,决不是轻轻松松就能做到的。

“我们希望有更多头部、腰部的新电商企业聚集杭州。”杭州市商务局电子商务处负责人表示,目前全国各地都把发展新电商作为新消费发展方向,各地政策竞争不断加剧,杭州想要继续保持领先地位,必须迎难而上,持续创新突破。

↓ 位于钱塘智慧城的杭州抖音电商直播基地



“交个朋友”直播间内,一场带货直播正在火热进行。



浙江工商大学中国(杭州)跨境电商学院教师正在授课。
浙江工商大学供图

更关注用户兴趣 从我要买到要我买

与室外的高温相比,抖音“交个朋友”的直播间里,气氛有一丝清凉——聚光灯下,特写和近景镜头相互交替。主播像聊天一样,将待售商品的特色娓娓道来:“这款羽绒服的特色是轻薄。”“这件做了防水面料,可以抵御室外零下30摄氏度的严寒……”

相比“买它”的洗脑式灌输和大量的营销,“交个朋友”的电商模式更关注帮顾客挑选商品。作为兴趣电商的代表,“交个朋友”还深耕服饰、美妆、酒水、母婴等垂直领域。“通过精准推介商品,而不是低价,吸引用户注意力停留、参与互动,从而实现购买。这也是直播电商的一个新趋势。”“交个朋友”创始人黄贺说,“两年来我们总销售额已经达到100亿元。”

从直播带货、社区团购、社交电商崛起,再到智慧电商、元宇宙出圈……近年来,新电商在数字技术的加持下呈现多元发展、提质扩容的新态势,应用场景也日趋丰富。

“新电商,从以流量为王转向了以内容为王,从以产品为中心变成了以用户为中心。”浙江工商大学现代商贸研究中心执行主任肖亮认为,从商业模式来看,传统电商时代的自主搜索已经成为“上半场”。对比传统电商的人找货模式——从“先有需求、再搜索、再购买”的搜索逻辑,转向了货找人的模式,即“先发现商品、再被激发需求、再购买”的激发逻辑。“就是从我要买,到要我买的转变。”

除了新技术外,新电商的“新”还体现在从单一场景到多场景的融合,注重社交属

性,更加关注用户全方位需求。在传统电商模式的基础上,新电商还为一些顾客提供社交、娱乐等多层次体验,让电商变得“好玩”。

站在杭州武林路口,就能对元宇宙新电商有一些直观的体验。打开手机上的华为AR地图APP,一个虚拟与现实场景融合的鲜活画面跃动在屏幕上。掏出手机扫描街景,会不时跳出一个盒子,点开后可以领取店铺消费券。以武林路为基础,通过AR技术改造的元宇宙体验空间,为电商开启了更多想象空间。“如果突破技术壁垒,在虚拟世界买地开店,数字人做主播带货,也许会带来新的风口。”杭州市商务局相关负责人说。

新的变化,也需要企业拥有“十八般武艺”。作为一家为全国电商企业提供代运营服务的公司,杭州碧橙数字技术股份有限公司见证着新电商的转型之路。“企业提出的需求都需要我们制定方案并完成。最初他们只需要我们提供基础的运营,比如淘宝客服等。而现在,需要我们全域全渠道布局,不仅需要根据大数据为企业提供消费者需求信息,还要为企业寻找达人、制作短视频、运营话题,进行渠道联动等。”杭州扬越(系碧橙数字子公司)负责人南华告诉记者,面对客户需求的变化,碧橙数字在北京、上海、成都等地成立子公司,应对抖音、京东、拼多多等不同平台需求,为客户提供更多个性化服务。

“不论是场景的多元还是技术的革新,挖掘和满足用户需求仍是根本。”南华说。

依托数据分析 从拼流量到拼供应

如果说,往年的电商大促,零售巨头们都在比拼谁能送达更快,今年在疫情影响之下,谁的供应链更稳定和可靠,则更受关注。这也是新电商发展中出现的新趋势。

2020年4月入局直播电商,“交个朋友”首场直播交易额就达到1亿元。一年后,“交个朋友”毅然从北京转战杭州。“因为杭州电商的供应链比较成熟。”黄贺说,区别于传统电商,健全的供应链是新电商健康发展的必要条件。“目前我们在探索垂直电商,拓展供应链、做自主品牌,杭州不论是供应链人才、商业模式抑或是产品制造企业,都很有优势。”

传统的供应链包括供应商、工厂、分销与零售企业、物流企业等线下体系。而新电商则在大数据的支持下,让供应链的效率得到更大提升。面临价格与品质的多重竞争,一些新电商企业通过大数据分析消费者偏好,反馈给制造商,迅速确定生产数量或者产品形态。此外,他们还通过与供应商的战略合作压缩仓储、物流等成本,以确保拿到更低的价格——这样既能及时消化库存,又能较好地满足消费者对性价比的诉求。

可见,新电商已从流量的竞争,进化到供应链比拼,考验着新电商企业对供应链的掌控能力。

“从解决销售,到提供需求,电商在供应链中逐渐起到主导作用,而上下游产业链从业者都能从中挖掘机会。”肖亮认为,“新电商企业具有强大的底层数据协同能力、中层数据算法算力和前端数据服务能力,能显著提高生产和消费的信息匹配水平,促进消费和产业双升级。一方面,根据终端消费者的反馈信息,生产出更符合客户需求的针对性产

品。另一方面,厂家在特定消费市场中找到更为精准的产品定位,通过大数据实现终端消费者与生产厂商双赢。这也是新制造、未来工厂的一个环节。”

当前,传统外贸正加速向跨境电商方向转型,跨境电商在迎来机遇的同时,也存在商品退货难、物流周期长等问题。而新电商高效的供应链管理,可为其提供新的解决方案。以快时尚跨境电商品牌子不语为例,品牌搭建的服装集采平台,让“设计制作、服装加工到成品生产、电商销售”的传统供应链,升级成“小单快反”的柔性模式——厂商短时间内迅速生产小批量的货。通过大数据,采集平台在销售中搜集市场反应等信息,如果商品畅销则追加生产。如此一来,不仅可以降低物流成本,服装行业常存在的产能过剩问题也得到解决。

让供应更加精准,平台集采模式正成为跨境电商的主流:一方面瞄准上游工厂配合平台商品快速上新与出货;一方面完善供应链配套服务。亚马逊官方自营系列、目标中东市场的Forde、主营欧美市场的Wholesale,都是通过平台进行选品,整合供应链。

“电子商务正在加速线上线下、产业链上下游以及国内外市场的融合发展,助力传统零售企业的数字化转型加速推进。”武长虹说,接下来杭州将推动建立一批行业特色鲜明的线下园区,希望能给品牌出海带来集聚效应,政府也能更有针对性地提供服务和扶持政策。

从粗放到精细,杭州电商产业将迎来一次质的转型。这将是一个令人惊喜的新开始。



电商带动快递业发展

(本版图片除署名外均由受访者提供)

链接

继续当好电商“头雁”

陈巧艳

“中国电商之都”是杭州的一张金名片。电商发展进入新发展阶段,杭州可以从以下两个方面着力,继续发挥好在全省、全国电商创新发展中的“头雁”作用。

一是积极构建适应电商、平台经济为核心的数字经济创新发展的法治轨道。充分发挥杭州电商平台集聚、模式创新领先等优势,进一步承担起“为国家试制度”的使命担当,积极推动建设平台经济持续健康发展法治试验区,打造稳定透明、公平竞争、激励创新的制度规则和营商环境。可借鉴国际通行做法和先进经验,率先探索基于企业合规管理与行政监管机关、司法机关合观激励机制有机结合的新型监管机制,切实

把“包容审慎”监管原则制度化、具体化、法治化等等。

二是着力提升杭州跨境电商服务生态资源能级,打造全省乃至全国跨境电商运营服务中心城市和跨境电商企业总部集聚区。立足杭州、面向全省,加强内外培外引,进一步提升杭州跨境电商服务生态资源,尤其是数字营销、物流服务、合规咨询服务等方面服务资源的能级,使杭州成为省内各特色优势产业集群、传统外贸企业跨境电商转型以及跨境电商企业做大做强的首选之地。

(作者系浙江省电商促进中心主任)

