

全球好货飞入中国“寻常百姓家”

# 拼多多:共享“进博”机遇 放大溢出效应

仇欢 李康 张伟

又是一年丹桂香,跨越千山万水,奔赴东方之约,中国与世界在这里相遇和交融。

“到进博会去,到中国去!”为何会成为全球企业的时尚选择?“全球首秀”“亚洲首发”为何纷至沓来?答案就在刚刚结束的第五届中国国际进口博览会上。本届进博会继续扮演着桥梁的角色,这是一座通往世界、通往繁荣、通往未来的桥梁。同时,越来越多的人感受到了进博会“不一般”的魅力。

“就一两秒,几千个单子已经下了,一瞬间就没有了……”新品刚上进博会,下一秒直播间里“领”回家,从“展品”到“商品”再到“爆品”的变身,在上海“四叶草”场馆内时常发生。

得益于进博会溢出效应,各大电商平台足不出户拼购“进”货,“进博+电商”为全球品牌进入中国市场搭建“快车道”。日前,拼多多百亿补贴联合央视新闻举办“全球好物‘进’在眼前”进博会专场直播。其间,央视主持人朱迅与尼格买提搭档,推介以进博会参展品牌为主的百余款进口好物,吸引了超2000万网友观看、拼单。

“电商是‘进博’效应的放大器。我们通过吸引、扶持各地保税区入驻企业,对优质进口商品进行‘百亿补贴’,降低了海外品牌商品的进入成本。”拼多多全球购负责人说,“利用平台的规模和拼团优势,拼多多将持续推动海外优质商品进得快、卖得好、销得远,让国内大市场成为海外品牌的大机遇。”

## 足不出户 “进博”同款拼单

共“进”五年间,“买卖”遍全球。2018年首届进博会至今,越来越多的展品已走进千家万户。很多人或许从未踏入“四叶草”展馆,但这并不影响他们拥有诸多“进博”同款,享受“买全球”带来的美好体验。

为了让更多人“足不出户”也能参与这场国家级展会,11月5日晚间,拼多多百亿补贴主导的这场进博会直播精挑细选了自英国、瑞士、西班牙、意大利、新西兰、日本、泰国、印尼等10多个国家进口的105件精品好物,其中大多数都是进博会参展品牌。

直播一开场,朱迅与尼格买提迅速变身帮广大网友把关的“嘴替”。从纽仕兰乳制品、佳沛奇异果、川宁红茶,到阿根廷红虾、澳大利亚牛排、挪威三文鱼……他们一边结合产地的风土人情讲解吃法,一边帮网友评判这些美食的性价比。

以他们推荐的都乐金菠萝为例,拥有百年历史的果蔬品牌都乐是进博会的老朋友,至今已连续五届参展。《第四届进博会传播影响力报告》显示,都乐是农产品专区传播热度排名第四的品牌,产自菲律宾的金菠萝则是该品牌数次参展进博会的明星单品。而当晚直播时,这一“进博”同款被“百亿补贴”在全网低价的基础上进行了“重补”,不少网友大呼“过瘾”。

“针对金菠萝、超甜蕉等明星单品,我们后续还将开发针对线上市场的定制款,让优质的‘世界水果’能以实惠的价格进入更多国人的‘果篮子’。”都乐拼多多旗舰店负责人表示,该店铺去年12月入驻拼多多至今,广受用户欢迎,日均销量已攀升至1万—2万单。而本届进博会,都乐发布了与上海迪士尼联名的秒开香水椰以及与小黄人联名的限定版牛油果,这两款新品也将计划在拼多多上发售。

美食之后,更多美妆及生活美物登场。两位央视主持人又忙不迭地成为“脸替”“手替”乃至“脚替”,代替用户体验全球潮品与黑科技。其间,敬业的朱迅一度在脖子上抹了数十层乳液,被尼格买提笑称为“全网最被羡慕的脖子”。

除了好用,该场直播还尤其注重品质与价格,在保证正品的基础上,对市场关注度高的热点产品加码补贴,网友直呼:“有些大牌美妆甚至比免税店还划算。”

“从解决‘有没有’到挑选‘好不好’,进博会为全球优质商品进入国内市场搭建了‘鹊桥’,而我们将继续通过技术创新推动线上大规模供需精准匹配,将更多海外品牌引上网,价格‘补’下去,更好满足人民美好生活的需要。”拼多多全球购负责人表示。

“进博会引进高品质展品,电商将展品无缝变为商品,直连海外产地与国内用户,再加上跨境政策保驾护航,越来越多优质海外商品,如今指尖轻点便能成功拼单,既方便又实惠。”昆明励奇供应链有限责任公司负责人李学全表示,依托“保税直发”模式,其代理的进博会“常客”泰国红牛等产品,销量快速增长,今年的销售额预计同比增长一倍以上。



## 助力“进博”红利全球共享

在很多企业看来,进博会是“展品”变“商品”的绝佳平台,这背后离不开新电商铺就的一条高效快车道。

“过去,我们代理泰国品牌,产品进入国内市场、商超、便利店等线下渠道需要人场费,结账周期长,成本高。相较而言,电商是一条捷径。一方面,源头采购、独立运输、自有仓储的模式可以全线降低成本;另一方面,入驻拼多多等新电商平台成本较低,加上‘百亿补贴’等实打实的补贴,这些使得我们能够充分让利消费者,进而实现较高的复购。”李学全是泰国红牛饮料的头部经销商,该能量饮料系列是进博会“老朋友”天丝集团的核心产品,已连续四年亮相进博会。

据李学全介绍,目前,大部分的泰国红牛进入国内市场都依靠“工厂电商出口”模式。在这种机制下,经销商根据海外市场预期提前备货,让商品进入保税仓库。而当境

内消费者在拼多多下单购买商品后,商品可直接从保税仓配送至消费者手中,避免了多重分销及冗长运输等中间环节,可以显著降低销售价格。

目前,这种“工厂电商出口”模式已在云南昆明综合保税区落地,进出口国涵盖泰国、印度等7个南亚、东南亚国家。“受益于跨境及电商平台的政策,我们正筹划将更多参展进博会的东南亚生鲜水果引入拼多多,从果园直达餐桌,让更多人吃上新鲜、实惠的热带水果。”李学全说。

作为全域消费者聚集的线上市场,近年来,越来越多的海外品牌带着尖货好物入驻拼多多。以美妆为例,截至目前,拼多多已引入强生集团、资生堂集团、爱茉莉集团、LG生活健康集团等知名化妆品集团开设官方旗舰店。

“进博五年,在多重政策支持下,我们加

速完善进口生态基础设施,为海外品牌入驻搭建快车道,持续推动跨境电商市场的快速发展。”拼多多全球购负责人表示,一批批“进博尖货”在拼多多上热销,不断飙升的成交数据让海外品牌看到了平台用户的巨大潜力。“我们欢迎更多参展品牌入驻,与它们分享近9亿消费者的大市场,进一步做大进博会的溢出、带动效应。”

在拼多多等电商平台的带动下,让那些漂洋过海而来的“尖货”从展品“走下展台”变为消费者手中的商品,更高效便捷。在这场特殊的直播里展现的是“新”生活、“酷”科技、“最”潮流的产品,折射的是更加丰富、多元的中国市场需求,释放更具广度、深度的国际合作潜力。

