

# 顺联动力:以品牌建设促进共同富裕

黄珈艺 金长青



久久为功,止于至善。不忘初心,守正创新。多年来,光荣浙商、浙江顺联网络科技有限公司(以下简称顺联动力)从未停止对电商新模式的探索。千万创客因它而生,扎根于创新创业的丰沃土壤,实现了人生价值。上亿的农特产品以它为桥,从田间地头走向线上并一举脱销。今年6月,杭州市发布《关于促进杭州市新电商高质量发展的若干意见》,推出二十二条政策,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。通过多年来在电商行业深耕细作,顺联动力不论在新品牌流量赋能还是农产品上行方面,都积累了丰富的成功经验。从助力大众创业到发力乡村振兴,从打造娱乐化应用到直播赋能小微,从新品牌孵化再到大健康产业布局,在电商行业跌宕起伏的发展历程中,顺联动力坚持“追根溯源,立足未来”的原则,精准把握发展方向,快速成长为国内下沉市场中新崛起的电商独角兽。品牌+供应链是商业的利器。电商企业如何助力共同富裕?顺联动力的答案是:以品牌建设赋能实体经济,以品牌建设促进共同富裕。光荣浙商、顺联动力董事长郭洪安说:“品牌是一个企业存在与发展的灵魂,是产品的生命力。只有重

视品牌,企业才能做大做强,这就是为什么我们需要丰富自己的品牌矩阵,同时也将企业精神融入到每一款产品里的原因。品牌的创建,也意味着供应链的优化整合,我们常说,成功品牌背后都有一家伟大工厂,是有道理的。”通过发掘优质产品和培育新品牌,以线下带线上、以虚拟促实体,顺联动力全方位赋能农优特产业链、中小企业及个体创业者,成功孵化了“朵杞”“向鲜”等具有本土特色的强竞争力新消费品牌,并开启农产品“绿色通道”,为各区域优质农产品的“上线进城”开拓新路径,让更多人找到勤劳致富的机会。同时,顺联动力积极赋能平台用户和入驻厂商、助力乡村振兴、参与社会公益活动,在助力高质量发展的过程中,彰显了社交电商的责任担当。

聚焦 山区县高质量发展

聚力 共同富裕示范区建设



这是丽水缙云一片希望的田野,顺联动力就从这里起步,走向远方。 张小建 摄

## 以品牌建设 创造大众创业

桃李不言,下自成蹊。近年来,顺联动力相继获得“2018年度国家级服务业标准化试点项目”“2019年浙江省重点培育电商平台企业”“2021年度最具发展潜力电商平台”“2022浙商乡村振兴创新实践案例”等荣誉。顺联动力基于口碑分享的社交销售模式,使平台千万创客店主突破了创业瓶颈,主打“零门槛开店”,让更多的人找到平台创业就业的突破口,帮助众多入驻厂商完成了互联网+转型升级。2015年10月,顺联动力商城上线运营。自平台创建以来,主打“零门槛开店”,推行“用户=创客=小店店主”的创新服务模式,帮助店主用户解决了货源、资金、库存、发货、售后等一系列问题,让中小创业者在大众创业万众创新的时代浪潮中能够拥有自己的一席之地。与此同时,消费者一边购物,一边可以帮助商家推广商品,获得可观的推广收益。截至目前,顺联动力平台汇集2000个知名品牌、5000多家合作厂商、1220万SKU,并拥有1200万创客(店主)和9000多万用户。

今年8月6日,由浙报光荣浙商智库指导、顺联动力主办的“联动创未来”共同富裕交流会在杭州举办,主题聚焦“以共同富裕为目标推动互联网均衡发展”。郭洪安在会上表示,顺联动力的愿景是“让更多人轻松创业”。据悉,顺联动力将实施内部股权激励方案,股权激励对象是为平台发展做出贡献的近万个第一线合作伙伴。这意味着方案实施后,不少顺联动力“铁杆粉丝”将一跃成为公司的持股股东,成为共同富裕路上的参与者、推动者、受益者。“顺联动力将继续发挥企业的平台优势,做强企业的品牌优势,以品牌建设促进共同富裕,以高质量发展打造共同富裕新样板,为国家新经济发展及大众创业提供助力,促进创业带动就业,为社会创造更多价值。”郭洪安说。



“疆图”参展2022年全国糖酒商品交易会。



“朵杞”和“向鲜”品牌产品

## 以品牌建设助力乡村振兴

乡村振兴是实现共同富裕的重要抓手。顺联动力利用新电商全景呈现、引流带货、实时互动等特点,培养农特产品新消费品牌,培育乡村农优特产业带。2019年,顺联动力启动“优农计划”,通过打造千款农产品新品、设立千个线上特色馆,培育千名新农人,举办千场推荐会,在资源、渠道、技术、知识四大方面齐头并进,为乡村产业振兴赋能,帮助丽水椪柑、天目山小香薯、海南蜜瓜、舟山海蟹等农渔产品走向千家万户。截至目前,顺联动力线上特色馆达29家,带动上万款优质农产品上行。近些年,在消费升级的大背景下,消费者越来越关注具有地域特色的美食、农产品。但是,由于农产品“有特色无品牌”的现象较为普遍,尤其欠缺真正具有影响力的全国性品牌,同质化竞争明显。为此,顺联动力推出了“寻乡货”项目,用互联网的思维打造农特产品的新消费品牌。“寻乡货”为农产品上行提供了在产品溯源、品牌保护及营销风控等方面的核心技术和能力,在农产品溯源、农特产品品牌建设方面取得了很好的实践价值。据介绍,“寻乡货”是一个以农产品研发、加工、生产、贸易、仓储、物流为主体,集互联网商务经营模式、新零售为一体的地域特色食品品牌。该品牌从源头出发,深挖来自全国各地的农特产品,对不同农产品品类制定、完善“好农货”标准;在确保食品品质和口味的基础上,打造深受消费者喜爱的农特产品。为了打造好“寻乡货”品牌,项目团队无数次踏访田间地头,在全国精挑细选优质的地域特色美食农货,以品牌为载体,通过“直播上线”、专区推荐等方式,向平台用户介绍“好农货”特色和标准,满足消费者对品质农货的需求,促成“寻乡货”品牌快速成长,助力乡村振兴实现新的突破。“我们计划在三年内助力一百个优秀地标农产品品牌建立数字化服务,为实体种养生产加工型企业等注入新动能,成长为家喻户晓的优秀品牌。”温暖者、顺联动力优农计划负责人孙文臣介绍说,凭借庞大的线上营销网络,为全国各地优质农特产品提供更多的展示与销售机会。



顺联动力优农计划——“寻乡货”荣获“2022浙商乡村振兴创新实践案例”。

## 以品牌建设赋能实体经济

《国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见》中指出,品牌是高质量发展的重要象征,加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。品牌将有力推动产业提升、区域经济发展和一流企业创建。建立在社交场景下的顺联动力,凭借其在电商领域的智慧和积累,及与传统制造企业的深入合作,共同创造优质又符合市场需求的国货新消费品牌。通过平台和品牌赋能,推动供给侧结构性改革,提升品牌消费,帮助优质国货走进千家万户,积极助力“双循环”。“如今的环境,早已不是‘酒香不怕巷子深’的时代,有好产品的同时,品牌影响力必不可少,只有形成多渠道的营销模式,产品才能在市场经济的洪流中崭露头角。”郭洪安认为,私域正在引爆电商新一轮革命,电商去中心化趋势愈加明显,私域的重要性与日俱增。帮助新品牌

更好地触达消费者,并持续维护好私域流量,解决这些问题正是所有私域电商未来的机会所在。新消费背景下,市场瞬息万变,各类品牌产品与营销也在加快推陈出新的频率,以适应新消费环境,抢占用户份额。2019年,顺联动力开始借助平台社群资源优势推行“双百计划”,打造超级爆品,培育意见领袖,并与娃哈哈、葡萄王、贝因美等众多知名企业合作,相继孵化出朵杞、向鲜等健康领域新消费品牌。今年,顺联动力推出了“疆图”酱酒,借助平台私域流量优势,“疆图”正在成为白酒行业崛起的新锐品牌。“吾之疆图,心有宏图。”“疆图”这个品牌名,暗合着顺联动力将企业做大做强,将实体经济做专做精的决心。要打造好一个品牌,尤其需要企业培育和弘扬工匠精神。我们希望通过打造品牌,带动实体经济的蓬勃发展。”郭洪安介绍说。

## 专家点评

近十年来,消费市场历经电商红利、社媒流量红利、供应链红利以及品类裂变红利四个商业红利期,消费人群日趋扩展,细分市场不断涌现,新消费品牌迅速崛起、爆发式增长。电商平台也在与时俱进,促销、直播、品牌推广、供应链拓展,经营管理、营销推广模式不断更新,平台与消费者都在市场的演进中共同成长。这其中,以社交电商为切入口不断转型升级的顺联动力能够在电商赛道上成功突围,核心在于他们做了两点优化:第一点是缩短了从品牌厂商到消费者的路径,控制成本与价差,给消费者最高效的购买方式,给制造商更直接的品牌红利。第二点则是以“精选好货”“打造爆品”等方式,为入驻厂商背书,加速了他们树立自有品牌的进程。在新消费、新趋势、新品类重构消费市场的环境下,顺联不断提升平台的产品品质与服务功能,孵化培育更多新消费品牌,打造完成开放透明、绿色消费的电商生态圈,向电商集团公司的方向发展。

——浙商发展研究院研究员 胡俊翔

(本版图片除署名外由顺联动力提供)