

新势力爆发

线上服务让生活有了新活力

民生调查

上海互联网企业 抓住新机遇快速应对驶上发展“快车道”



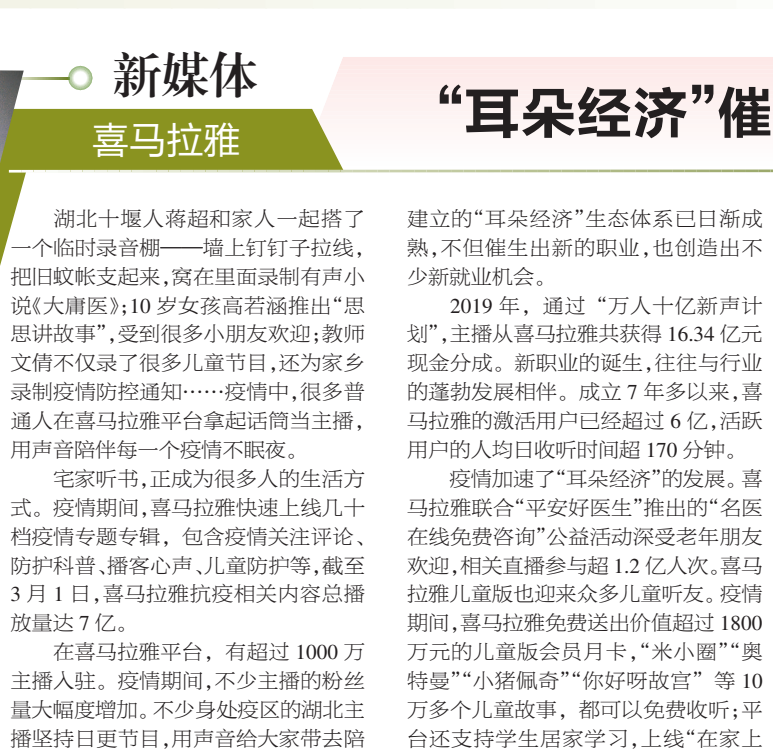
饿了么骑手送外卖前测温



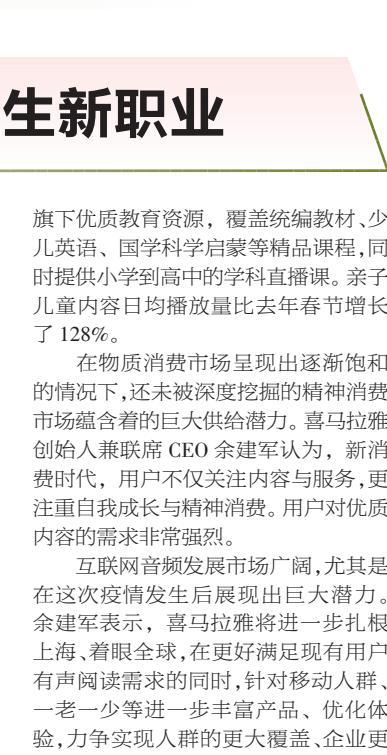
DailySandy 在B站上传的“疫情下在韩国的宅家日常”视频



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事

新消费

拼多多、饿了么

“我能满足你的真实需求”才是王道

这次疫情，让老百姓进一步依赖网购和外卖生活。上海互联网企业中佼佼者——拼多多和饿了么，正好“专攻”以上两个领域，在满足用户真实需求的同时，企业本身也抓住新机遇，有望迎来新一轮增长。而这背后，是上海互联网企业的务实、创新“基因”，没有一种成功会是“巧合”，靠的都是厚积薄发、快速应对。

“市长直播”引爆农产品上行热

3月4日晚，江西寻乌县县长杨永飞出现在当地“新农人”黄洪林的拼多多直播间后，在线观看人数超过了130万，直接带来百香果、赣南脐橙的火爆销售。此前，他们辛苦劳作的收获，因疫情而滞销。

这种以“市长直播”为特色的“农货产销对接”活动，在疫情发生后，拼多多已举办过很多场。自2月19日起，浙江衢州椪柑、广东徐闻菠萝、广西荔浦砂糖橘、海南保亭百香果、安徽砀山梨等多种地方特色农产品首批上线，当地领导都参与了助农直播。

拼多多新农业农村研究院副院长狄拉克表示，过去，中国绝大多数的农产品都是通过批发商进行的。中国农村和农产品已经形成了一条由农户/合作社，经由中小批发商、大批发商、集贸市场/批发市场、菜市场/商超，再到消费者的超长上行通道。这样的超长链条中只要有一个环节停滞，就会造成农货销售全部暂停。

移动互联网的出现正改变这一切。拼多多采用创新的“农货智能处理系统”和“山村直连小区”模式，成功为中国分散的农产品整合出一条直达5.85亿用户的快速通道。经由这条农货上行“超短链”，吐鲁番哈密瓜48小时就能从田间直达上海消费者手中，价格比批发市场还便宜；一度滞销的河南中牟大蒜打包卖到了北京，价格只有超市的四分之一。借助人工智能、移动互联网等技术，拼多多将全国贫困县的农田，和城市的写字楼、小区连在一起，成功建立起了一套可持续扶贫助农机制。

极致“性价比”激发出“新消费”爆发力

不仅是农产品上行，工业品下行也能走通这条道路。

之前，动辄上千元甚至数千元的扫地机器人让普通消费者只能“敬而远之”。而拼多多上出现的一款中国自主设计生产的扫地机器人，价格仅为299元。这款名为“家卫士”的扫地机器人，其母公司正是霍尼韦尔、惠而浦、飞利浦等品牌的代工厂，一年产量超过100万台。

家卫士是拼多多“新品牌计划”的合作工厂之一。“新品牌计划”是拼多多聚焦中国中小微制造企业成长的系统性平台，计划一年扶持1000家中国工厂。借助拼多多平台的流量支持和数据支持，家卫士成功改造了产品线，转而为中国最广大消费者提供最符合消费能力和习惯的产品。

拼多多联合创始人达达表示，当扫地机器人价格是千元时，目标受众只有1000万人，如果价格降到300元左右，目标受众可能增至1亿人。中国企业有能力制造这样平价高质的商品，但传统零售体系没有提供生产和需求的匹配通道。

像家卫士一样，借助移动互联网企业的技术和模式创新而不断打开新局面，渗透到更加广袤的地区，服务更多新人群，这是上海互联网经济正在发生的新故事。疫情没有阻挡这些故事的延伸，相反，疫情阻滞带来的消费空缺，需要更多这样的故事来予以填补。与此同时，拼多多还计划在2020年进一步加大直接投资用户的力度，让消费者“每天都过618，每晚都是双11”。

疫情期间 众多商家“线上复工”

疫情期间，线上买菜、外卖跑腿服务、“云打卡”网红店、无接触配送等成为消费者刚需，而更多本地生活商家开启了线上服务，实现数字化蜕变第一步。

仅在2月，全聚德、鹅夫人等知名餐饮，家家悦、胖东来等区域商超龙头，香格里拉、西安威斯汀等高端酒店先后上线饿了么口碑，实现“线上复工”；包括8万家街边便利小店在内的20万家商家“外卖急速上线”，渡过难关。这其中，德克士就通过接入饿了么口碑“数智中台”，在整个疫情期间新增会员30万。肯德基则通过到店、到家、电商的多场景触达，疫情期间也实现了会员数量的迅速增加。

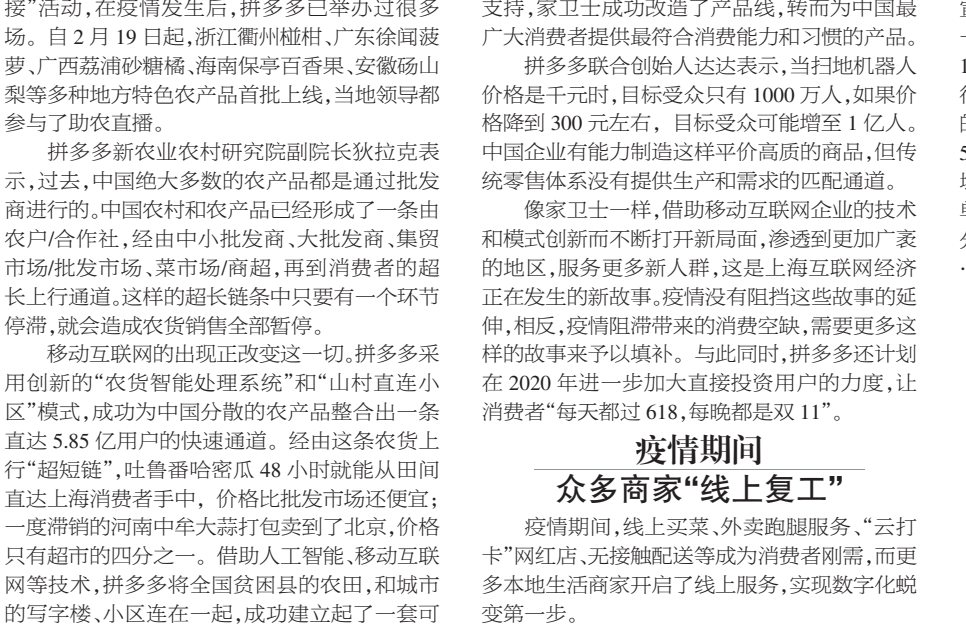
在此期间，饿了么口碑先后推出“五个决定”“开工十件套”，用数字化升级的方式推动行业复苏。但对于线下商家来说，“顶过疫情期间”只是第一步，更重要的是如何在疫情之后快速复苏。

对此，阿里巴巴集团合伙人、阿里本地生活服务公司（饿了么口碑合并后的新公司）总裁王磊表示，“3月16日的2020年商家大会上，我们宣布了面向商家的‘7大赋能计划’，包括：未来一年，我们将为饿了么口碑的商家带来每天超过1亿的访问用户，我们会继续将佣金保持在低于行业3%-5%的水平，扶持商家抗疫的优惠贷款利率比其他平台低50%；未来，为商家提供的私域小程序获得的订单我们不收一分钱佣金……”

未来一年内，阿里本地生活将为100万商家升级“数智中台”，助力其实现经营全链路数字化升级，除了更多流量的开放，尤其将助力商家提升运营能力，包括小程序建设能力、千人千面的店铺运营能力、数字会员运营能力。

另外，阿里本地生活还将帮助超过5000家商家开通天猫店，实现零售电商与本地生活的无缝连接。

本报记者 金志刚



在拼多多“新品牌计划”的催化作用下，家卫士扫地机器人迅速崛起为网红产品



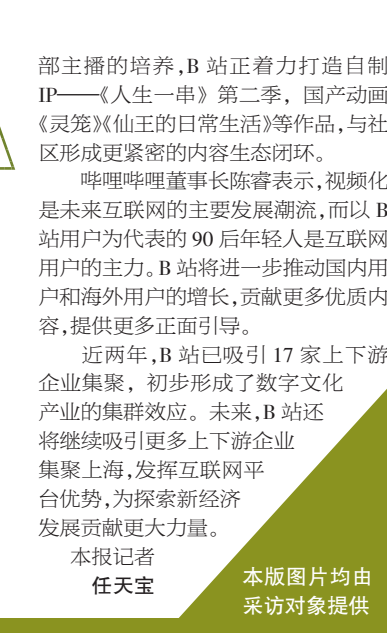
疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事



疫情期间，主播通过喜马拉雅在话筒前分享动人故事