

19

2019年

总第216期

SHANDONG E-COMMERCE

山东电商

(鲁)0010149号 | 用互联网思维上下求索, 给电商人智慧与力量

商务部：  
一季度全国网上零售额达2.24万亿元



# 目录

## CONTENTS CONTENTS CONTENT



### 封面特写

商务部：一季度全国网上零售额达 2.24 万亿元



### 资讯前沿

2018 年邮政业业务总量完成 12345.2 亿元

2018 年我国信息消费规模约 5 万亿元 是 GDP 增速 2 倍

国家网信办专项整治教育类 APP 涉黄低俗乱象



### 区域动态

山东移动完成全球首次全程移动状态下马拉松 5G 直播

中国移动首家 5G 示范园区落户威海 第一个 5G 电话拨通

泰安市多举措推进智慧物流产业做大做强

菏泽今年将打造 60 个电商镇、400 个电商村



### 电商简讯

山东品牌发布会暨品牌高端论坛在济南召开

青岛就业智慧大厅启用 开启“互联网+就业服务”新模式

临沂：沂水县举办残疾人电子商务培训班



### 行业动态

拼多多推“万人团”活动 目标实现一亿笔品牌订单

赋能 B 端不止步 支付宝拟推“发呗”

京东成立“京东健康”业务 融资超 10 亿美元

“新国货”前景可期 借力电商加速转型



### 有聊才有料

顺丰入局社交电商有戏吗？

## 一、封面特写

### ✚ 商务部：一季度全国网上零售额达 2.24 万亿元

5月9日，在商务部举行的例行新闻发布会上，商务部新闻发言人高峰通报了今年一季度全国网络零售市场情况。据他介绍，今年一季度，全国网络零售开局良好，继续保持快速增长态势。全国网上零售额达到 2.24 万亿元，同比增长 15.3%。其中，实物商品网上零售额 1.78 万亿元，同比增长 21%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到 41.2%。

高峰称，一季度，全国网络零售市场呈现以下特点。农村电商发展潜力不断释放。根据商务大数据监测，全国农村网络零售额达到 3570 亿元，同比增长 19.5%，高于全国增速 4.2 个百分点。其中，西藏、新疆、海南等地增速较快，均



超过 25%。全国农产品网络零售额达到 932 亿元，同比增长 19.8%。其中，奶类、粮油、茶叶类销售增速较快，均超过 28%。

**跨境电商较快增长。**商务大数据对重点电商零售进口平台监测显示，跨境电商零售进口额同比增长超过 40%。从来源地看，自日本、美国、韩国进口额排名前三，占比分别为 18%、13.3%和 11.6%。从品类看，化妆品、粮油食品和日用品进口额排名前三，占比分别为 36.2%、24.3%和 10.0%。

**中部地区增长相对较快。**根据商务大数据监测，一季度东、中、西和东北地区网络零售额增速分别为 16.4%、32.4%、15.3%和 17.4%；销售额占全国的比重分别为 82.9%、9.7%、6.0%和 1.4%。

**品质消费备受青睐。**消费者更加注重“性价比”，亲民品牌、物美价廉商品销售增速较快。其中，个护彩妆、宠物用品等增长迅速，同比增速均超过 50%；国产手机数码产品、老字号医疗保健品等也保持着较快的增速。

高峰表示，预计今年网络零售市场仍将保持快速增长态势，在推动消费升级、助力脱贫攻坚、提高开放水平、服务绿色发展等方面将发挥更大作用、作出更大贡献。（中国国际电子商务网）

## 二、资讯前沿

### 2018 年邮政业业务总量完成 12345.2 亿元

5 月 10 日，国家邮政局发布 2018 年邮政业发展统计公报显示，全行业业务总量首次突破万亿元大关，业务收入达 7904.7 亿元，快递业务量突破 500 亿件。

数据显示，2018 年全年邮政行业业务总量完成 12345.2 亿元，同比增长 26.4%。全年邮政行业业务收入（不包括邮政储蓄银行直接营业收入）完成 7904.7 亿元，同比增长 19.4%。

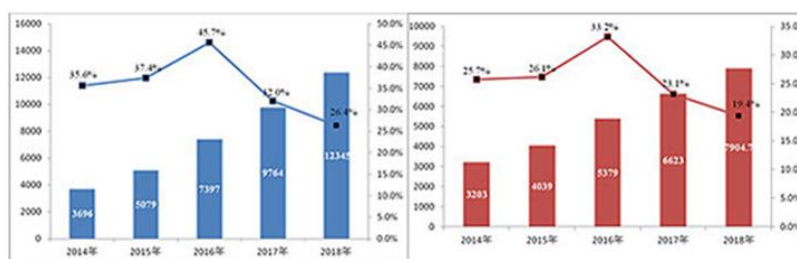
其中，快递业务快速增长。全年快递服务企业业务量完

成 507.1 亿件，同比增长 26.6%；快递业务收入完成 6038.4 亿元，同比增长 21.8%。快递业务收入占行业总收入的比重为 76.4%，比上年提高 1.5 个百分点。

同城快递业务稳定增长，全年同城快递业务量完成 114.1 亿件，同比增长 23.1%；实现业务收入 904.7 亿元，同比增长 23.6%。异地快递业务持续增长，全年异地快递业务量完成 381.9 亿件，同比增长 27.5%；实现业务收入 3101.9

亿元，同比增长 23.4%。

国际 / 港



澳台快递业务快速增长，全年国际/港澳台快递业务量完成 11.1 亿件，同比增长 34%；实现业务收入 585.7 亿元，同比增长 10.7%。异地业务占比提升，同城、异地、国际/港澳台快递业务量占全部比例分别为 22.5%、75.3%和 2.2%，业务收入占全部比例分别为 15%、51.4%和 9.7%。

此外，国有、民营、外资企业业务量占全部快递与包裹市场比重分别为 12.3%、86.2%、1.5%，国有、民营、外资企业业务收入占全部快递与包裹市场比重分别为 11%、83.6%、5.4%。快递与包裹服务品牌集中度指数 CR8 为 81.2。（电商报）

**2018 我国信息消费规模约 5 万亿元 是 GDP 增速 2 倍**

13日，记者在宁夏银川市召开的全国信息化和软件服务业工作座谈会上获悉：2018年我国信息消费规模和质量同步提升，初步测算，2018年我国信息消费规模约5万亿元，同比增长超过11%，约为GDP增速的2倍，在最终消费中占比超过10%。

据工信部信息化和软件服务业司负责人介绍，我国信息消费领域创新活跃，新业态、新模式快速涌现，线上线下融合日益深入，在稳增长、促就业、惠民生等方面发挥了重要作用。我国企业上云步伐明显加快，去年新增上云企业超过40万家。



当前，我国信息消费发展呈现以下新特征：信息消费需求强劲释放、创新生态日益成熟、新兴信息消费群体加速崛起、支撑能力大幅提升、共享付费理念更加深入人心。

会上透露，2018年，面向生活类、公共服务类、行业类信息消费服务以及新型信息消费产品等重点领域，工信部遴选了100个新型信息消费示范项目，培育智能零售、数字创意、短视频等创新应用，引导企业持续创新，有效满足了多层次个性化需求。据统计，去年信息服务消费在信息消费中占比提升至46.8%，短视频等新应用在网民中的渗透率超过

70%。（人民日报）

## ✚ 国家网信办专项整治教育类 APP 涉黄低俗乱象

据国家网信办官网微信消息，2019年1月至4月，国家网信办会同教育部、全国扫黄打非办等有关部门开展教育类移动应用程序专项整治。根据网民举报线索，对国内教育类移动应用程序信息服务组织巡查，查实“作业狗”“口袋老师”“初中知识点大全”等20余款程序传播淫秽色情等违法违规信息，存在过度商业营销和娱乐化等不良行为。国家网信办已清理下架上述程序，关停违法违规情况严重的应用服务，约谈部分程序运营方，督促删除内容低俗及与学习无关的文章5.5万余篇，关停420余个专栏以及320多个违规账号，全面整改，规范运营，落实企业主体责任。同时，国家网信办还清理下架以青少年为主要用户的二次元和社交类违法违规程序1.21万款。



近期，社会普遍反映部分教育类移动应用程序传播色情低俗信息，大量推送商业广告、游戏等与学习无关内容，存在诱导消费等不良行为，分散青少年学习注意力，误导未成年人偏离正确价值观，严重危害青少年身心健康。社会各界尤其是家长群体反应强烈，必须严肃处理。

国家网信办将继续会同有关部门加大教育类移动应用程序管理力度，对不良教育类移动应用程序保持高压态势，督促程序运营方加强内容管理，规范市场运营，积极接受社会监督，及时受理投诉举报，切实落实主体责任，并呼吁社会各界共同努力，为青少年营造积极健康的网络学习环境。

（人民网）

### 三、区域动态

#### 布局 5G+4K 山东广播电视台与华为签署战略合作协议

5月14日，山东广播电视台与华为技术有限公司战略合作协议签署仪式在济南举行。4K超高清视频产业的科技精英、业内同仁、专家学者齐聚泉城，共同交流、探讨产业发展。



签署仪式上，山东广播电视台党委书记、台长吕芃，华为中国区高级副总裁叶长林先后上台致辞，描述了山东广播电视台与华为美好的合作愿景。

山东广播电视台在超高清内容采集、制作、传播方面有很强的内容制作优势，华为技术有限公司在通信设备和信息化解决方案方面均有着业界领先的水平。

为实现优势互补、互惠互利、共同发展，双方将以山东广播电视台超高清制播体系建设为契机，围绕IT基础设施、



IP 化网络、云、AI、超高清调度及交换技术和基于 5G 的超高清内容传输技术开展技术研究和攻关，联合推动山东超高清视频产业发展。

山东广播电视台与华为技术有限公司正式签署战略合作协议，预示着双方在 4K 超高清视频产业的合作将迎来新的机遇、新的突破、新的发展，将联合推动山东超高清视频产业发展，走在国内前列。（齐鲁网）

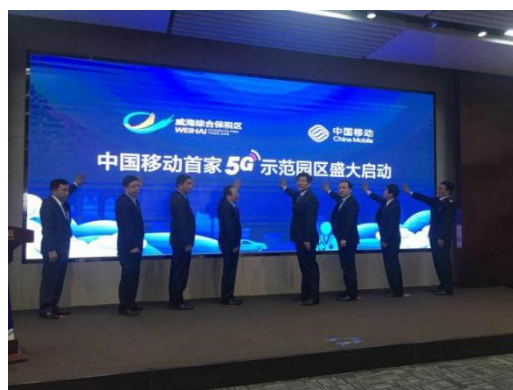
## 中国移动首家 5G 示范园区落户威海 第一个 5G 电话拨通

5 月 11 日上午，中国移动首家 5G 示范园区启动仪式在威海综合保税区举行。山东移动副总经理熊文连，威海市政协副主席、威海综合保税区管委主任、工委书记徐东明等相关领导参加启动仪式。

活动现场，由威海综合保税区新兴发展公司、中国移动威海分公司、日海智能科技股份有限公司三方举行签约仪式，共同开启中国移动首家 5G 示范园区。随后，威海综合保税区与中国移动威海分公司负责人现场揭牌。揭牌仪式后，与会嘉宾见证了威海第一个 5G 电话的拨通，视频连线不卡顿、不掉线，高清晰的通话质量得到了现场来宾的一致好评。在中国移动 5G 园区的应用展示区，嘉宾详细了解了 5G 超高速率，观摩体验了 5G 云 VR 全景直播、5G 无人机直播、5G AI

机器人、5G 远程维修、5G 机械臂等应用演示。

据了解，威海综合保税区是目前国内开放层次最高，优惠政策最多，功能最齐全，手续最简化的海关特殊监管区。中国移动作为通信行业的主导运营商，一直以来都致力于打造能力互补、资源共享、价值共创的产业生态，获得了广大产业链合作伙伴的鼎力支持。2月28日，山东移动开通了威海市第一个5G基站，拉开了威海5G元年的序幕；4月，综保区（含南区、北区）5G基站成功



开通；今天，中国移动首个5G示范园区即将启用，威海5G由概念到应用再次升华。目前，威海综合保税区南北园区“5G宏站”“市内分布”等基础网络架设工作已经完成，5G网络已完成覆盖，各类5G设施已经可经综合保税区5G主干网络实现各种功能。下一步，中国移动将基于5G网络高速度、低时延、高可靠、广连接四大特性，融合人工智能、大数据、物联网、云计算等新型技术，在园区试点智能机器人巡检，部署智能感知系统，实现进出卡口、人流密集区域的车辆、人员智能监控与识别跟踪、远距离目标自动发现等功能，广泛应用于园区的公共安全与治理，有效提升园区的综合治理与环境监控信息化水平，助力威海综合保税区打造服务全市、辐射胶东、面向全国的国际商品展示交易中心。

此外，中国移动将积极践行“5G 改变社会，5G 连接未来”的理念，通过 5G+VR 的智能安防、5G+AI 的智能仓储、5G+物联网的智慧照明、5G+飞联网的无人巡检，实施 5G+计划，大力推进“5G+AICDE（人工智能、物联网、云计算、大数据、边缘计算）”发展；强化“5G+Ecology”生态打造。5G 不仅仅是运营商的事，也不仅仅是设备厂商的事，而是整个社会的事，通过丰富多彩的垂直行业应用，一起构建 5G 生态系统。为“精致城市 幸福威海”建设贡献力量。（齐鲁壹点）

## ✚ 泰安市多措并举推进智慧物流产业做大做强

建设电商物流园区，实施区域产业集聚，推动区域电商、物流产业发展，促进三产融合，泰安市通过多措并举推进智慧



物流产业发展。

**高点定位加强顶层设计。**

研究制定《千亿级现代物流产业集群发展规划》，重点打造

以峰松物流为龙头的电商物流产业园，加强与北京交通大学产学研交流，引进物流高端人才。目前，产业园建成办公区 3.6 万平米，美国普洛斯、北京汇通等物流企业入驻，产业集聚效应初显。

**创新共享式支付平台。**依托峰松物流“全国物流信息

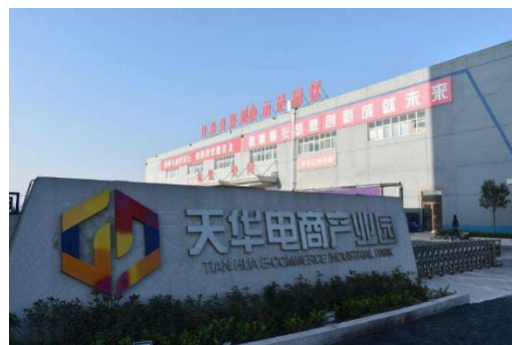
网”，打造泰安市物流信息交易平台，实现全市国有控股企业和钢铁、煤炭、石膏、盐化工等大宗货物物流信息实时发布、投标，统一支付、结算。目前，平台已覆盖全国157个城市，会员8万家，累计完成交易额33.53亿元。

**构建金融服务新模式。**依托平台大数据积累，争取金融业务支持，推广泰安银行、威海银行“物流循环贷”金融产品服务模式，协调金融机构给予更多扶持。（山东省商务厅）

### **■ 菏泽今年将打造60个电商镇、400个电商村**

5月14日，记者从菏泽市商务局获悉，在今年的电子商务工作中，菏泽将重点围绕“打造鲁苏豫皖交界地区具有区域竞争力、在全国具有影响力的电子商务中心城市”的目标，加快推进农村电商提档升级、电商与传统产业深度融合和国际化进程。其中，在农业电商方面，力争2019年，全市形成60个电商镇、400个电商村；300个淘宝村、40个淘宝镇。

推动农业电商迭代升级，持续推动以淘宝村镇为主的电



商村镇建设，结合菏泽实际，促进现有的淘宝村镇提档升级，力争2019年，全市形成60个电商镇、400个电商村；300个淘宝村、40个淘宝镇。

拓展菏泽市乡村基层服务网络，在全市范围内实现农村

淘宝服务站点、京东服务站点等村级服务站的全覆盖，加大扶贫力度和措施，力争2019年增加一个“国家电子商务进农村示范县”。利用好腾讯“为村”平台，建立县、镇、村农村电子商务综合服务体系，注重与农村党建、文明创建、乡村治理等工作结合起来，增强农村发展活力。

此外，鼓励“互联网+品牌”创建，借助阿里巴巴、京东、苏宁、拼多多等知名电商平台，为菏泽重点企业量身定制专属品牌升级方案。2019年重点培育30个菏泽市“互联网+”优势品牌。结合山东省重要产品追溯体系示范市创建工作，建立健全产品质量追溯体系，加快电子商务与追溯体系、与冷链物流的三网融合，助力全市农产品上行。（齐鲁壹点）

## 四、电商简讯

### 山东品牌发布会暨品牌高端论坛在济南召开

5月10日上午，2019年“中国品牌日”——山东品牌发布会暨品牌高端论坛在济南召开。此项活动由山东省委宣传部、山东省发展和改革委员会、山东省市场监督管理局、山东省工商业联合会、山东省工业和信息化厅、山东省住房和城乡建设厅、山东省农业农村厅、山东省商务厅、山东省文化和旅游厅和济南市人民政府主办。省商务厅总会计师孙敢敏出席有关活动。（山东省商务厅）

## 青岛就业智慧大厅启用 开启“互联网+就业服务”新模式

5月9日,青岛就业智慧大厅启用,打造“线上线下”融合一体的综合性公共就业服务体系,开启青岛“互联网+就业服务”的新模式。档案服务采用“快递模式”,只需在青岛就业网上提前预约好需要提取的档案,手机接收提取码,按时来大厅自助提取档案即可,无需去窗口排队办理。

除了档案智慧提取,青岛就业智慧大厅还开启了办理方式“自助模式”,新引进6台立体触摸服务一体机,用人单位和办事群众通过身份认证,就可以查询就业、解聘、失业、享受政策等相关信息,可自助办理失业登记、求职登记等8项业务;开启了办理过程“即办模式”,实行预约服务、自助办理等方式,实现即来即办,零等待;开启公共就业服务“精准模式”,通过共享、整合业务经办、招聘现场、就业网、手机APP、微信、自助服务一体机等渠道的招聘和求职信息资源。(大众日报·新锐大众)

## 临沂:沂水县举办残疾人电子商务培训班

5月13日上午,山东省沂水县残疾人电子商务培训班在县残联远程培训中心开班了。此次培训共有54名残疾人参加,其中现场培训18名,远程培训36名。

此次培训为期 10 天，专门聘请山东省商务厅电商扶贫培训讲师梁凯授课，培训内容以理论和实际操作相结合的方式进行，前期介绍电商发展新形式，如何运用电子商务、农产品如何走出去等内容，后期主要讲授基础电商平台操作、新媒体电商应用以及实操培训工具使用等。此次培训是第 29 次“全国助残日”的一项内容，旨在通过电商培训，拓宽残疾人就业创业渠道，加快残疾人奔康致富步伐，进一步提升残疾人获得感和幸福感。（山东省残联）

## 五、行业动态

### 拼多多推“万人团”活动 目标实现一亿笔品牌订单

5 月 13 日消息，日前，拼多多对外宣布推出“美好生活万人团”活动。



据悉，在活动期间，拼多多将联合品牌方投入百亿补贴，推出 10000 款击穿行业价格底线的标品，打造一万个“万人团”，实现一亿人“开拼”、一亿笔品牌订单的活动目标。

拼多多相关负责人介绍：5 月 1 日至 31 日期间，平台每天将推出 3 款“万人拼团”的定制化产品，以及 330 款限时限量的特价爆款，基本覆盖全品类商品。

据统计,截至5月12日午间,拼多多已推出3996款“万人团”产品,其中2477款产品达成“限时万人拼团”目标(未统计12日数据),达成率为61.98%。

对于推出此次活动的原因,拼多多相关负责人表示,“我们希望通过此类活动,确保平台机制能对海量的用户需求做出实时响应。另一方面,活动截至目前的结果显示,既有品牌的‘万人团’达成率远高于新品牌和产业带品牌,相关数据和信息,将为包括‘新品牌计划’在内的平台级战略提供宝贵依据。”(电商报)

## 赋能B端不止步 支付宝拟推“发呗”

5月11日消息,那句“银行不改变,我们就改变银行”,言犹在耳,在尝到余额宝的厉害之后,银行自然对“发呗”产生了警觉。

据了解,近日,支付宝悄然上线了面向B端商户的“发呗”,作为一款免费发钱工具,商户经营者可以通过“发呗”向员工、灵活用工人员发放报酬、福利、佣金、报销款等。

应该说,与此前发布刷脸支付机具“蜻蜓”类似,支付宝这次推出的“发呗”,依旧属于对B端的深耕布局,赋能B端商户,保持自身在移动支付市场的影响力。

不过,这次“发呗”的推出明显多了一些争议,“0费用给员工发钱”的表述传播力十足,以至于有声音认为支付



宝这是抢了银行代发工资的业务，继余额宝之后，再一次动了原本属于银行的奶酪。

随后，有支付机构人士称“发呗已下架”，而目前，在支付宝页面搜索“发呗”，也已经找不到这项功能。对此，支付宝方面在回复《21 世纪经济报道》时表示，“发呗”只是原先“向多人转账”功能的升级。目前发呗正在测试邀请阶段，还没有具体的上线时间表。

至于发呗的推出究竟会给银行造成多大的影响，有银行业工作人员表示不必过于担忧。原因在于，这项功能面向的客户群体存在明显的区别，当日最高可发的金额与银行不属于一个量级，这无法满足大型正规企业发放工资的需求。

据了解，在此前披露的发呗服务协议显示，用户当日最高可发放的金额被限制在 20 万元以内，针对单个收款人每笔最高发 5 万元，这意味着该功能本质上还是属于转账功能，只能适用于小型商户，例如家庭个体户、小餐馆等。

一定程度上，这项功能也很好解决了小型商家在经营过程中存在的痛点。这种支付工资的方式属于线上支付，商户



经营者通过手机就可以简单完成，不用再去银行进行一系列复杂繁琐的操作，有效避免银行节假日不上班，银行转账慢等问题。

需要指出的是，尽管支付宝发呗服务的对象只是这部分不显眼的小微商户群体，但这部分群体却有着十分庞大的数量级。据支付宝·天下码商此前发布《码商：2018 中国小微商家发展报告》显示，目前全国小微商户数量 6200 万户，它们贡献了全国就业比重的 80%，占 GDP 的比重超过了 60%。

当然，“发工资”会涉及到缴税的问题，商户若使用发呗存在逃税漏税的可能性。从发呗此前的宣传上看，还并未扣除任何的费用。有业内人士指出，在正式公开上线之前，发呗还需要对规则作进一步完善。

另外，《电商报》还注意到，“发呗”这一名称已被其他公司注册，在此情况下，支付宝若继续使用发呗对这项新功能进行命名，则存在侵犯商标权的法律风险。

正所谓“好饭不怕晚”，这项功能具有普惠性但却存在一定风险，因此支付宝在正式推出之前，或许要对其进行一番精雕细琢。（电商报）

## 京东成立“京东健康”业务 融资超 10 亿美元

5 月 10 日，京东集团宣布将整合旗下医药零售等业务板块，正式成立子集团“京东健康”。

日前，京东集团与 CPEChina Fund、中金资本和霸菱亚洲等投资者针对京东健康的 A 轮优先股融资达成最终协议，融资总额预计超 10 亿美元。融资完成后，京东集团仍是京东健康控股股东。

作为公司旗下唯一经营大健康相关业务的子集团，根据京东集团规划，未来京东健康将基于现有医药零售、医药批发、互联网医疗、健康城市业务板块，持续巩固并扩大在医药电商、互联网医疗等领域的地位，并通过数据和技术驱动的智慧医疗解决方案，进一步拓展深化在“互联网+医疗健康”产业的布局。



资料显示，目前京东集团医药零售、医药批发等业务分别通过京东大药房、药京采等开展。其中，京东大药房、药京采分别为国内较大的药品零售连锁平台及药店采购一站式平台；京东互联网医院包含挂号、体检以及远程医疗等多个板块；智慧医疗利用京东大数据等能力赋能政府和医疗机构。

随着健康中国战略的深入实施，大健康产业也成为众多企业青睐的风口。2015 年，马云提出“Double H”战略—Health & Happiness，即阿里未来的战略核心围绕“健康和“快乐”，医疗健康业务在在阿里战略中处于重要地位；2019 年 1 月，万达集团董事长王健林提出万达正式全面进军

大健康产业。

根据国家相关规划，到2020年，“健康中国”带来的大健康产业市场规模有望达到10万亿元；2030年将超过16万亿元，是目前市场规模的三倍。（北京商报）

## ✚ “新国货”前景可期 借力电商加速转型

5月15日消息，随着中国品牌商品的转型升级，“国货”开始重获年轻消费者的青睐。近日，京东发布《2019“新国货”消费趋势报告》（以下简称《报告》）显示，2018年中国品牌在电商销售业绩上取得高速增长，下单金额同比增幅、下单商品销量同比增幅双双高出国际品牌。

《报告》数据显示，2018年，中国品牌商品在线上销售业绩取得高速增长。其中，在下单金额方面，中国品牌商品同比增幅高出国际品牌14%，而这一数字在2017年仅为3%；同样，在下单商品销量方面，2018年中国品牌商品销量同比增幅高出国际品牌8%。

据了解，中国品牌激增的线上销量主要得益于年轻消费者对国货品牌认知及购买品类越发广泛。《报告》显示，不论是“小镇青年”或是“都市青年”，均是国货消费新增长点的主力人群。具体来看，2018年“小镇青年”对中国品牌的下单金额同比增幅达到79%，



下单量同比增幅达到 67%；都市青年对中国品牌的下单金额同比增幅达到 63%，下单量同比增幅达到 54%。

从两者对中国品牌各品类下单量占比的差异来看，小镇青年更偏爱购买母婴、农资绿植、玩具乐器类商品，都市青年则偏爱购买生鲜、宠物生活、电脑办公等品类商品。

此外，来自阿里巴巴的数据也显示，2018 年阿里巴巴平台上国货品牌的线上占比高达 71%。其中，在商务部认定的 1128 家中华老字号企业中，已有超过 7 成老字号在淘宝、天猫开店，且已有 46 家中华老字号 2018 年在阿里巴巴平台上实现销售额破亿；在 2018 年天猫“双 11”当天，在 237 个成交额破亿品牌中，国货品牌便占据了过半份额，小米、华



为、美的、海尔等国产品牌当日销售更是突破 10 亿元。

由此可见，“新国货”的崛起离不开电商平台的助力。

近日，阿里还发布了新国货计划，将协助全国 1000 个产业集群全面数字化升级，覆盖全国众多省份；5 月 7 日，在上海市政府、市商务委、老字号协会的共同推动下，拼多多也联合光明乳业、冠生园集团、回力鞋业、美加净等多家品牌，携手推出“上海老字号新电商计划”，希望通过探索“新电商+老字号”的发展模式，促进更多的国货老字号品牌“凤凰涅槃”。

事实上，电商平台最直接的作用，就是连接供需两端，实现信息精准撮合，加速国货品牌数字化转型。一方面，国货品牌借力电商平台，能更有效地打破信息不对称，既以更短的切入路径抵达消费者，更快地打开销路，也能依据精确用户定位，进行因不同客群而异的品类调整、新品开发和对点营销，实现自身商业模式与时俱进的“更新”；另一方面，手握消费数据的电商企业改造着国货品牌的供应链以及营销方式，如消费者的搜索、评价、购买数据都能成为品牌厂家的参考。

不过，尽管电商平台的助力消除了部分品牌走向全国的渠道障碍，但渠道只是带其加入全国市场竞争的“入场券”，如何适应不同区域的市场环境，如何捕捉千变万化的消费喜好，以及如何利用技术提升竞争力等问题依旧是国货品牌们的困扰。（电商报）

## 六、有聊才有料

### 顺丰入局社交电商有戏吗？

风口正劲的社交电商从来不缺参与者。从未对电商停止过热情的顺丰也摩拳擦掌，加入了这场竞争激烈的抢夺战。

顺丰在2018年就低调地推出了自己的会员制电商平台——顺丰小当家。根据公开信息，顺丰小当家是由深圳市顺丰大当家科技有限公司自建并运营的公开分享平台，而顺丰

大当家是顺丰旗下的生鲜电商平台，专注生鲜水果、肉蛋食材、零食饮品等产品销售，其成立于 2016 年 5 月，并于 2018 年 10 月披露了 A 轮融资（来自天眼查的信息）。

在顺丰小当家的商务合作通道里发现，平台入驻门槛几乎辐射了所有资质的商家，包括原产地、工厂、品牌方和一二级代理范围内的商家均可以入驻，商品涵盖生鲜、食品饮料、休闲零食、居家生活、海淘等品类。与此同时，顺丰小



当家还开辟了自营商品专区栏目。

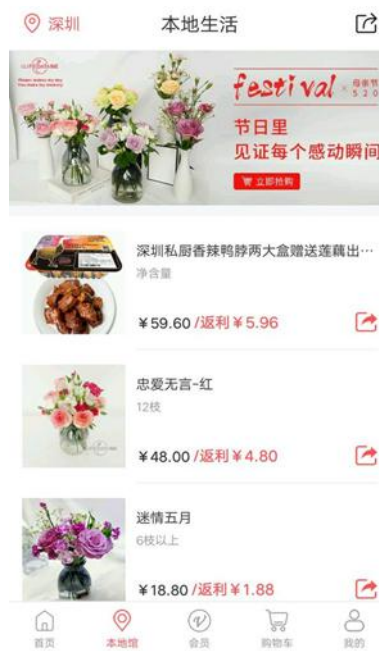
另外，顺丰小当家微信公众号的自我介绍为：“顺丰旗下社交零售平台。全面覆盖全国 60 个地区的本地生活化商品，全部商品品质保障，零门槛顺丰包邮。”

“自购省钱，分享赚钱”是社交电商的标配玩法，顺丰小当家也无例外的选择了这一模式。据了解，在顺丰小当家的商品销售中，用户自买返佣金，分享达成销售也返佣金。销售越多，佣金越多，平台利用会员等级分级机制，鼓励用户促成更多的分享和销售转化。

据了解，顺丰小当家的会员分为当家会员、分享达人、金牌达人三个等级。新人注册后完成新人任务有抽奖、双倍返佣等奖励，完成购买任一产品可升级为当家会员，分享任一产品达成销售可升级为分享达人，月销售满 2000 元每月 8

日会自动升级成金牌达人。不同会员等级对应不同分佣，据顺丰小当家客服反应，收益多少因个人售卖方法不同而差异较大。

除了分为新人 7 大任务（当家会员权益）、分享达人会员权益、金牌达人会员权益三个等级的会员体系之外，顺丰小当家在商品销售嫁接社交玩法的尝试中还有一个小创新。亿邦动力发现，在商品售卖中，顺丰小当家的商品可以一键生成礼物链接分享给好友，好友接受礼物后填写收货地址和收货人等待收货，好友拒绝礼物后购买款项会在 24 小时后退回原账户。



针对不同地域市场，顺丰小当家设置了不同的地区馆来展示商品，选品上也呈现出差异化售卖特色。比如，在成都馆，平台推荐商品是汶川大樱桃；在深圳馆，平台则推荐了当地特色鸭脖。

亿邦动力注意到，顺丰小当家平台还提供手机上门维修特色服务。在顺丰小当家 App 上底部菜单栏“我的”，可以看到该平台接入了顺丰旗下 3C 及智能产品一站式服务平台“丰修”。

此外，在“顺丰小当家”微信公众号上，亿邦动力还发现，除了售卖以生鲜食品为主的商品之外，该平台还接入了



顺丰其他的本地服务。点击其微信公众号底部菜单栏的“购物”可见“出国签证”选项，可为用户提供出国签证代办服务。

群雄角逐的社交电商圈里，顺丰小当家依托自家物流服务的优势汇入了社交电商攻城掠地的时代浪潮。（亿邦动力网）

总编辑：冯希宁

主 编：娄雷震

执行主编：李韶华

责任编辑：郝锦伟

编 辑：王晓彤

新媒体编辑：祝瑶

投稿请联系：

电话：0531-58700232

邮箱：sdds@sdepa.org.cn

QQ：1657640075



微信公众号



新浪微博