

品质电商未来重点发力线下拓展

“

4月,小米旗下米家商城独立App上线,更名为“米家有品”;4月好多巴多内测,5月20日上线,线下实体店生活馆也同步营业;5月26日淘宝心选上线,阿里踏足自营模式,通过平台打造品牌试水品质电商……

在消费升级的背景下,多个电商平台对外宣布,着力培育小而美的“品质电商”,推动中国制造向“中国质造”转变。

“生活品质化的产品定位决定线下渠道在品质电商的品牌建设、营销推广、服务提升等方面拥有独特优势,线下拓展将成为品质电商未来发力的重点方向。”中央财经大学互联网研究院副院长、电子商务十三五规划起草者欧阳日辉表示。

■记者 杨刚

品质电商的时代来了

居民可支配收入持续增长为品质升级奠定物质基础。国家统计局公布数据显示,2016年全国人均GDP达53817元,同比增长7.1%。经济增长带动居民收入提高,2016年全国居民人均可支配收入达23821元,占人均GDP的44.3%,同比增长6.3%。

从消费结构来看,居民消费中生存型消费占比逐渐降低,享受型消费占比逐步增高。特别是农村地区的消费结构变化则更为典型。CSMAR数据库统计,农村享受型消费占比从26.33%提高至34.37%,物质型消费则从52.46%降低到42.08%。

在政策上,国家逐步给品质电商发展创造了条件,并出台了支持政策。2016年3月,李克强总理在2016年《政府工作报告》中首提“工匠精神”,随后5月份国务院常务会议中首次出现“品质革命”。

2017年4月,国务院发布《关于同意设立“中国品牌日”的批复》,同意将每年5月10日设立为“中国品牌日”。

欧阳日辉表示,电子商务需要注重内涵式发展以“创新和开放”引领发展,全方位提升电子商务市场主体竞争层次,加快电子商务商业模式、科技水平及市场组织方式创新,推动电子商务进入新一轮高速发展阶段。



多个电商平台发力品质电商

到底什么是品质电商?越过复杂产品流通环节直连上游制造方,将消费者购物品质诉求深度强化到产品上游供应链决策中一类线上渠道商。

在政策、资本、市场的三轮驱动下,自营式、平台式的品质电商正迎来春天。无论是电商巨头还是小众、垂直电商,都在加速“品质电商”的布局和建设,推动电商与实体经济的融合。

电商平台纷纷跟进品质化步伐,小米推出“米家有品”、阿里推出自营旗舰店“淘宝心选”、大农股份推出了好多巴多、京东成立“品质溯源防伪联盟”、蜜芽上线自有品牌“兔头妈妈甄选”等。

阿里踏足自营模式,以品牌商角色入驻天猫,依托天猫的用户资源,打造淘宝心选;好多巴多,采用全球直采严格认证,用O2O的模式,给消费者提供线上线下双重服务;网易严选的

线下成为品质电商发展重点方向

“生活品质化的产品定位决定线下渠道在品质电商的品牌建设、营销推广、服务提升等方面拥有独特优势,线下拓展将成为品质电商未来发力的重点方向。”中央财经大学互联网研究院副院长、电子商务十三五规划起草者欧阳日辉表示,好多巴多平台线上线下同步发展,这代表了未来品质电商发展趋势。

品质电商的线下实体店,能够提升消费者对平台的品牌认知度,提供平台的服务水平,构建完整的生态链条闭环。

品质电商的线下渠道通过店铺装潢、物品摆设、特色服务等多种形式增强消费者对品质生活的现实体验感,

商品全部选自ODM制造企业,为代工制造企业搭建一个品质商品供销的平台;京东方面则一直致力以自营的方式推动品质电商建设。

一位业内人士说,这些电商的共同点在于,对商品的选择极为挑剔,甚至采用了买手制,不盲目追求低价促销,固守目标消费群,满足了当下消费升级的需求。

“事实上,中国并不缺好的产品,而是缺好的流通渠道。”好多巴多创始人刘健表示,以农产品为例,优质农产品生存艰难,是因为中间环节太多,导致“劣币驱逐良币”。为此,我们依托平台的大数据优势,帮助生产者深度了解消费者和市场,并以此反馈到生产端指引生产方向。并通过布局在全国的社区服务站给消费者体验“什么才是优质农产品”,消费者对网购的信任难问题。

更有效地输出品质理念。消费者对线下品牌更容易形成高认知,线下渠道的拓展有助于提升消费者对平台的品牌认知度。

相比线上,线下渠道在服务环节与消费者的交互性更强,品质电商可将线下渠道作为服务环节的补充。品质电商将商品嵌入消费者的体验场景,更容易引发消费者对商品的价值认同,达到营销目的,促进商品销售,降低营销成本。

随着“生活品质化”涉及的范畴越来越广,线下渠道的业态选择也将越来越多,品质厂商通过创新线下渠道,逐步渗透消费者的日常生活,形成线上线下联动,构建链条闭环。

链接

品质电商四大独特优势

品质把控力强

品质电商通过参与到产业链上游,对生产制造商进行甄选和对生产环节进行把控,从源头控制商品品质。

价格优势大

品质电商越过传统产业链中繁杂的中间环节,缩短流通链路,消除了渠道加价问题,在商品定价上具有很强的竞争力。

反应速度快

传统货到人的单流模式难以适应瞬息万变的市场需求,品质电商直连生产商和终端消费者,通过数据共享帮助生产商跟踪市场,使其高效调整生产计划和库存、缩短产品周期等,实现人货互动的双流模式。

品牌培育

品质电商直连生产商的模式使得众多优质的大品牌代工工厂如ODM制造商的曝光度提高,为这些工厂铺设国内销售渠道,促进中国制造业的品牌培育。