



促外贸转内需 打造政企合作典范

——拼多多助力消费回暖提振市场信心

新冠肺炎疫情发生以来,特别是境外疫情的蔓延,经历着市场寒冬的我国外贸企业纷纷通过“出口转内销”寻求自救和发展。为了发挥消费对扩大内需的基础性作用,助力形成强大国内市场,以拼多多为代表的主流电商平台进一步推动线上线下融合共生,通过全方位深层次合作,用线上流量反哺实体经济,助力企业从外贸转向内需市场,推动消费回暖,提振市场信心,激发经济活力。

与浙江省宁波市联手,力推1.5万家外贸企业转内需

宁波是全国外贸名城之一,中国每出口100美元的一般贸易商品,其中至少有5美元由宁波企业生产。2019年,宁波超越广州,居全国城市出口额第五位。长期以来,宁波的经济发展与拼多多的增长一直保持着融合共进的关系。截至2019年底,已有近万家宁波企业入驻拼多多平台,年销售额接近500亿元。

3月25日,拼多多与宁波市签约,标志着围绕帮扶企业拓订单、稳产能、稳就业,以及推动外向型产能转内需市场等目标,拼多多与宁波市展开了进一步全方位深层次合作。

本次达成全面战略合作协议后,双方将围绕宁波企业的线上营销方面、数字化营销、智能化生产、人才培育,实施一系列创新举措,并重点帮扶一批外向型企业转型内销市场,帮助企业重回发展快车道。线上营销方面,拼多多联合宁波优势企业推出“宁波优品馆”,打造面向全国消费者的大型线上展销会。目前,已有百家企业加入“宁波优品馆”。数字化营销方面,双方将充分利用当前电商直播的优势,打造宁波品牌的专属直播展厅,同时,“多多大学”还将帮助宁波各区(县、市)打造区域电商直播基地。智能化生产方面,拼多多将通过“新品品牌计划”,向宁波企业提供全面开放数据支持、研发建议以及流量资源等帮扶措施,并联合宁波外向型企业探索C2M定制化生产,帮助企业开拓内需市场,以最低成本培育新品牌。

以拼多多帮扶宁波当地企业三禾厨具为例,三禾拥有16年外贸代工经验,年产超过2500万口锅具,产品行销欧美等全球130个国家和地区,在意大利等欧洲市场,三禾市场占有率超过50%。

谈到外贸转内销,三禾董事长说,目前线下市场,一口几十块的厨具锅,加上层层分销成本,可能在沃尔玛卖到几百元;在线上,中高端市场都被国际品牌占据,作为新品品牌再去介入,投入成本会非常高。因此外贸转内销不仅需要建立线下KA渠道,而且需要投入巨额营销费用

宣传品牌。

近年来,拼多多聚焦我国企业成长的“新品品牌计划”,为外贸转内销企业提供技术、数据支持和流量倾斜,拥有顶尖制造工艺的三禾,成了首批加入拼多多的企业之一。拼多多“新品品牌计划”为三禾提供了完全不同于以往的生产、研发和开拓市场的模式。

在传统线下渠道中,一个新产品的开发要经过市场调研、线下反馈等过程,经销商传递信息相对滞后,产品开发周期很长。但在拼多多的C2M模式下,工厂能及时根据线上需求进行研发生产,产品研发周期缩短50%,更新速度能够更好地适应市场发展需要。除了大幅降低企业的经营和营销成本外,拼多多技术团队还为三禾的研发设计提供了足量数据支撑。目前三禾在拼多多平台的月销售额已经稳定在300万元,预计2020年全年销售额将超过4000万元。

及早布局,使得三禾有效规避了疫情所带来的风险。数据显示,2月下旬到现在,三禾在拼多多的旗舰店日销量实现了较大幅度的环比增长,越来越多的来自各个地区的消费者开始通过拼多多购买三禾的厨具。

除三禾外,瑞孚集团等宁波外贸型企业代表、罗蒙等宁波自主品牌企业也与拼多多达成了合作。预计5月31日之前,将有超过1500家宁波重点外贸企业通过拼多多开拓内需市场,全年实现外贸转内需订单销售额将超200亿元。

拼多多将有超过1000位技术工程师和产业专家,帮助宁波各产业提供定制化的数据研发建议和智能化生产方案,将通过增强创新能力、做强产业链条、推进融合发展,打造一批外贸转内需的典型企业。拼多多将和宁波“一起闯、一起拼”,帮区域产业经济尽快复苏,实现更高质量的稳定发展。

打造政企合作典范,促外贸转内需获企业好评

与宁波市深度合作,推动外向型产能转内需市场,只是拼多多打造政企合作典范案例之一。国外疫情蔓延以来,我国外贸企业订单遭遇大幅度消减,此时此刻拼多多选择与多个地方进行全方位深层次合作,旨在探索产业新业态的健康有序发展,为扩大内需市场与区域经济发展增添新动能。

4月9日,拼多多与山东省青岛市共同推出“出海优品·e购青岛”行动,预计6月底前,将有超过1000家重点优质企业入驻该馆,将助力青岛企业在拼多多实现800亿的年销售额。4月23日,拼多多与福建省泉州市共同启动“海丝精品·好货不贵”泉州线上产业直播节,打造“泉



4月26日,广东省东莞市厚街镇打响了“东莞优品·直播嗨购”系列活动的头一枪



3月25日,宁波优品馆正式上线,已有百家企业加入“宁波优品馆”,品类涵盖智能家电、厨具、文具、服装、食品、母婴等



三禾厨具是国内领先锅具制造商,先后与包括双立人、LE CREUSET、膳魔师等在内的国际一线品牌达成合作关系,三禾联合拼多多“新品品牌实验室”推出定制款锅具,以平民价格对标出口品质,为中国最广大消费者制造一款好锅



4月23日,福建省泉州市人民政府联合拼多多启动“泉州好货馆”

州好货馆”等项目,预计未来一年将带动泉州地区轻工业消费品订单金额超过1000亿。4月26日,拼多多与广东省东莞市展开全方位深层次合作,将联合东莞市引入超过10000家优质东莞企业和品牌,上线“东莞优品馆”,商品覆盖东莞实力雄厚的制造业和丰富的产业带资源。

上述4个与拼多多合作的的城市均属于制造业、外贸大市,有很强的产业集群带。与其深度合作,打造政企合作典范、电商创新样板,助力企业从外贸转向内需市场,拼多多是基于自身强大的平台优势。相关统计数据显示,目前拼多多拥有约6亿活跃用户,是国内户规模较大电商平台,也是增长最快的平台。2019年,拼多多实现成交额10066亿元,同比保持着113%的高速增长,成为国内线上内需市场的主要增长之源。

青岛雪达集团自入驻拼多多以来,订单量和销售额实现了直线攀升,集团正联合拼多多通过新品测试和大数据支撑等方式,研发生产专供独家产品,将持续为平台消费者带来安全舒适的出海优品服装。青岛一木集团在拼多多的大力支持下,紧紧抓住直播这个风口契机,成为首批在拼多多开通每日店铺直播的品牌。受益于此,自2月中下旬至今,一木的拼多多销售额实现了超过100%的增长,接下来,集团还将联合拼多多打造更多定制化的产品。

位于泉州市的家世比科技有限公司很早便面向欧美、东南亚市场出口产品,这次疫情导致海外分销短期受到较大影响,目前正抓紧布局通过拼多多等线上渠道加强内需供应,为用户提供更多“好货不贵”的亲民产品。借助拼多多平台,市场销量同比增长超过100%,特别是电脑桌、收纳柜等类型产品增速迅猛,满足了当下的消费需求。

过去几十年,东莞家具企业的主流渠道是在线下开专卖店,或是依赖海外订单。今年家具企业遇到了创业以来最严重的局面:门店基本没有或者很少有客流,工厂面临订单不足。目前,东莞家具企业正借助拼多多,加速从外贸转内需新渠道拓展。

推动消费回暖,提振市场信心

广阔的内需市场为中国制造业培育出一批新兴的本土品牌提供了可能性,以拼多多等新型电商平台为代表的新业态正在成为消费新动能的重要来源。

自今年以来,拼多多已先后协同上海、宁波、青岛、泉州、东莞、佛山、烟台等地方政府推动复工复产,集聚平台585亿消费者及生产端直连消费端的优势,打破供应链壁垒,推出“外贸转内销”产业带纵深计划,以政企联动、线上线下融合模式推

动区域经济促消费、扩内需。

“拼多多帮助中小企业带来了稳定的订单,还有了精准需求数据的支撑。”深圳家卫士营销总监阙建龙表示,拼多多助力家卫士生产的扫地机器人成批地卖到了新疆、西藏以及广大的农村地区。

阙建龙解释道:“拼多多让中小企业的研发效率、贴牌商的需求及消费者的数据都有据可循。基本上是客户有需求之后,工厂根据需求去生产的,所以工厂基本上现在的库存量没有以前那么大了。”

消费作为拉动中国经济增长的第一引擎,是经济稳定运行的“压舱石”。时下为进一步恢复经济活力,各地相继出台多项促进消费、提振经济的办法和措施,一方面鼓励线上线下融合等新消费模式发展;另一方面鼓励有条件的城市和企业建设一批线上线下融合的新消费体验馆,促进消费新业态、新模式、新场景的普及应用。

前不久在上海市举办的“五一购物节”,在当地各大商场内,就有超过1000家品牌店铺搭建起了拼多多直播间。实现拼多多平台约6亿全国消费者可以在直播间内以补贴价直接下单,享受上海式新消费购物体验。数据显示,5月1日0时至5月5日下午4时,拼多多平台已累计发放现金及消费券超过25亿元,超额兑现对于上海市民的承诺。截至5月7日晚间,通过线上、线下使用消费券及已售补贴商品,拼多多已累计带动上海线下实体店销售额以及上海品牌线上销售额总计逾40亿元。上海各大商圈拼多多线上专区累计销售额达3.1亿元,助力上海线下实体店培育全国新增用户1012万名,拼多多平台上海认证品牌整体订单量同比增长超过510%。

消费券等具有一定的乘数效应,能够以较小的金额撬动较大的消费市场。目前举办购物节、发放消费券、让利促销、网络直播等各类活动,可以进一步增强群众的消费信心,达到提振消费市场的目的。

拼多多通过充分发挥在线新经济的技术和规模优势,与其他企业进行联动促销和百亿补贴,还联合20多个产业带推出出厂价再打6折活动,并与上海市合作启动覆盖1000家上海外贸企业的出口转内销大型活动,这种作为国内新电商平台的示范做法,将地方促销与企业促销进行“条块结合”,为未来其他区域的促消费、扩内需模式提供了值得学习的优秀范本。

众所周知,我国消费向来有着强劲的生命力。虽然在前一段时间里被按下“暂停键”,但现在又开始焕发出勃勃生机。“我们相信六月的消费市场热度更胜红五月。”许多常年使用拼多多平台购物的消费者表示,随着城市正在重回人们熟悉的样子,人们相信城市的消费活力和消费信心必将像炎炎夏天一样火热。

(齐家园/文 穆功/供图)