

风口上这半年：电商直播行业变局初显端倪

◎罗茂林 ○编辑 邱江

1个月时间,空荡荡的工厂被分隔成数个大小各异的格子间。这是一家MCN机构的直播工厂,空气中弥散着装修材料的味道,夜里9点,依旧一片繁忙。

卜晓俊是机构负责人,刚结束的“618”购物节,他为此忙得整整6天没怎么合眼。“想合作的厂商太多了,现在我只挑一线品牌。”卜晓俊一边查看直播间的情况,一边回复合作方的信息,间隙回答采访提问。

今年的“618”购物节,直播成为当之无愧的主角,各大巨头你方唱罢我登场。截至6月18日24时,天猫和京东期间累计下单金额均创下纪录,分别为6982亿元和2692亿元。电商直播站上风口已有半年,俨然成发展数字经济的新抓手。

电商直播引来全民参与

今年最大的风口,非电商直播莫属。疫情发生后,线下经济加速向线上转移。官员、企业家、明星纷纷下场带货。市场放大效应下,网红概念股一飞冲天。数据显示,今年春节复工后1个月内,直播行业招聘职位数同比增长83.95%,招聘人数增长132.55%。

热潮催生出不少“直播村”。浙江义乌的江北下朱村号称“直播网红第一村”,在这个离城区不远的村子里,活跃着2000多名网红主播,短视频、直播相关从业者达5000余人。

山东临沂则凭借小商品集散地和物流的优势,成为新的直播产业聚集地,吸引大量小商户前去淘金。

影视城横店也在加速转型。近期,“横店群演第一村”发出《关于打造淘宝直播横店第一村的通知》;在抖音等平台上,地理位置标注为“横店”的群演超1万人,据官方统计,已有70%的群演转战直播。

直播的销售金额迅速攀升。4月1日,抖音重金推出罗永浩的首场直播,累计观看人数接近5000万,销售额突破1.7亿元,标志着行业进入“全员破亿”时代;董明珠在快手直播当日,累计销售额达65.4亿元;快手头部主播辛有志最近的单场直播,取得了销售额12.5亿元的骄人战绩。

数据显示,今年一季度,快手电商的单日GMV(网站成交金额)超5亿元,抖音电商的单日GMV也逼近2亿元。作为行业霸主的阿里巴巴,淘宝直播带动的GMV增速连续3年超150%。

行业形成三足鼎立格局

有业内人士估算,整个电商直播市场全年或逼近万亿级体量。

如此大的市场注定不缺故事。近期,抖音、快手、淘宝三者分分合合的传闻不绝于耳。这背后,是亦敌亦友的微妙关系。“体量上看,抖音和快手的直播业务肯定没法跟淘宝比,但前两者的流量令淘宝无法忽视。”有业内人士分析,两大短视频平台都没有自己的电商平台,流量变现的纯度也远不及淘宝,目前想做电商直播离不开淘宝。“但抖音、快手都在极力避免被管道化,成为淘宝引流的工具。”

3月底,市场传言快手与阿里的相关协议到期,续约成谜。快手发布品牌保护机制,要求品牌入驻,非入驻品牌将一律下架。5月,快手高调宣布与京东达成深度合作,电商的短板算是得到弥补。“更重要的是,京东实际上更像是一个科技型的物流公司,与快手的合作是互补,而非零和博弈。”前述业内人士补充道。

字节亦加快脚步。市场关于抖音和淘宝合作协议到期的传闻同样不绝于耳,字节跳动方面虽未正式回应,但也动作频频。3月底,抖音进一步加大抖音小店推广优惠力度,例如,付费认证企业用户直接免除购物车开通需要1000粉丝的要求,相应的服务费用也明显降低。6月18日,字节跳动完成针对电商业务的组织架构调整,正式成立电商业务部门。

尽管眼下抖音与快手在直播电商销售额上仍无法与淘宝匹敌,但毫无疑问,前两者打造属于自己的电商直播闭环,只是时间问题。对淘宝而言,在流量见顶的时代,快手与抖音已成为无法绕开的“流量森林”。选与不选,选择何方——更多是战略平衡上的考量。

直播供应堵点有待打通

热潮中,行业“野蛮生长”的问题浮出水面,最明显的是产品质量问题。直播团队大都以协议的方式与品牌方展开合作,即使有质检和售后团队,也存在与供应链信息不对称的情况。由于缺乏对出品质量的把控,从鲜花到小龙虾,近期明星带货频频“翻车”。

这些问题的症结,都在销售与供应衔接的节点上。如今,围绕这个节点,一场深刻的行业变革,正悄然发生。

“以前直播是纯粹To C的,如今直播已具备To B的功能。”卜晓俊真切感受到了这种变化,最明显的就是单场直播销售额猛增。早期,卖一卖口红,一场直播几百万元的销售额就算惊人;如今,卖房卖车卖火箭,销售额过亿元也不稀奇。如此巨大的销售额,早已超过日常零售的概念。

董明珠是第一个将此付诸实践的人。6月1日,董明珠代表格力电器在网上直播带货,当日累计销售额高达65.4亿元,相当于格力电器今年一季度营收(203.96亿元)的32%。奥秘在于格力的经销商体系:董明珠的设计,破解了线上带货与线下经销商的利益矛盾。

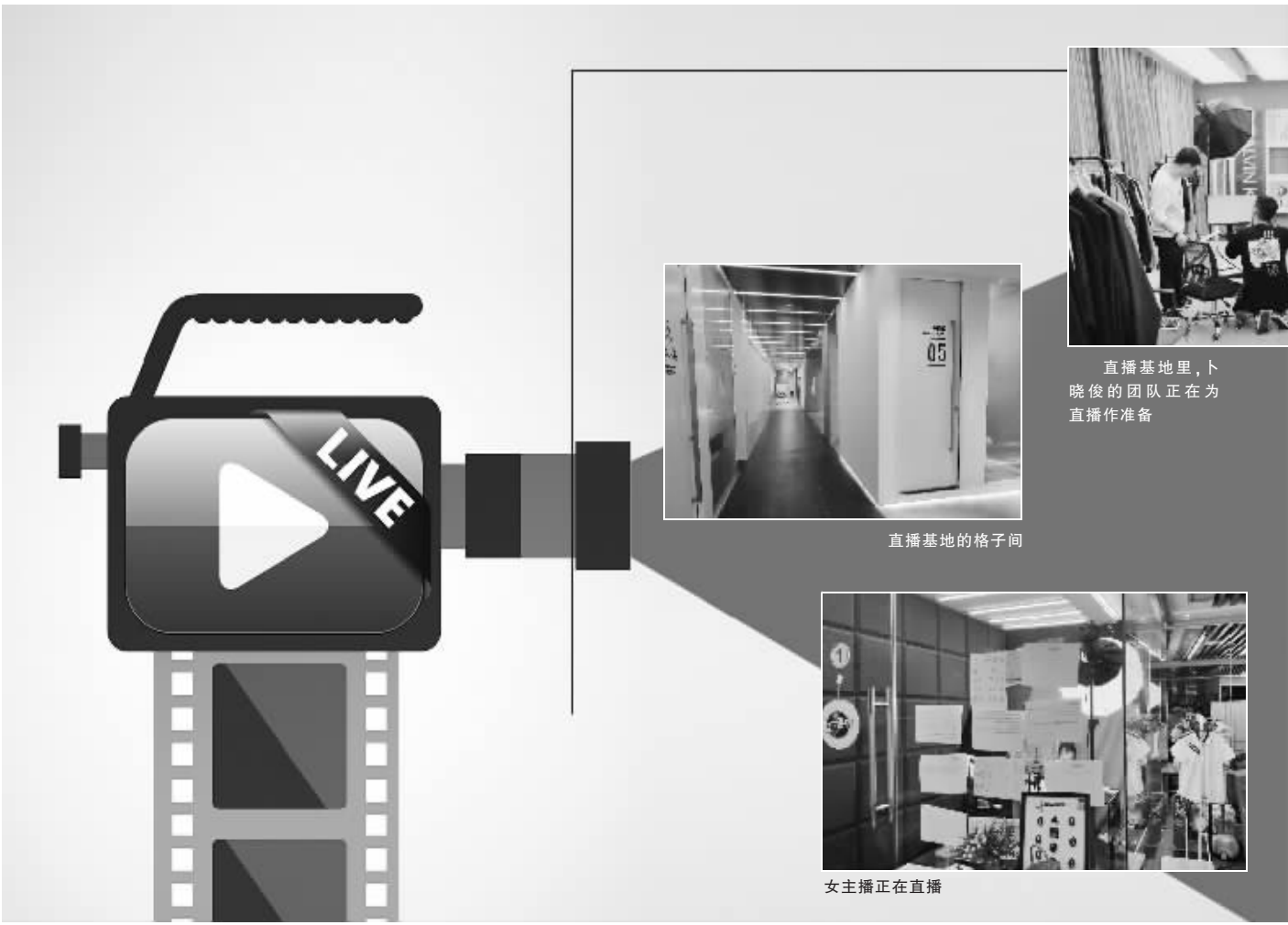
直播带货的价格优势本身就是因为渠道让利,直播行业头部效应显著,不少头部主播为了数据,要求厂商给出最低价格。高额的带货费,加上利润空间的大幅压缩,厂商往往面临“卖一件赔一件”的尴尬局面,这也导致部分商家开始生产所谓“直播定制款”。

但是,拥有3万家专卖店的格力却有足够的空间,将压缩的利润通过规模效应内化。具体而言,格力电器官方建立了自营平台“董明珠店”,将各地渠道经销商接入,经销商在直播前都会收到1个专属二维码,在直播间成交后,通过追溯二维码,总部可计算出每个经销商带来的流量,将相应的销售额分配下去。也就是说,董明珠的直播带货,由经销商在线下获得流量,再由董明珠在线上直播间统一完成转化。

这一模式下,经销商虽然单台赚取的差价少了,但由于流量巨大,薄利多销,对经销商而言依然划算。

格力的路径是网红无法复制的。传统制造业的基础,令其拥有完整的供应链条。不过,网红早已开始向供应链延伸,探索化解供应与销售矛盾的方法。如上市公司梦洁股份宣布牵手薇娅,一度令公司股价大涨,双方合作中“轻C2M”模式的表述引人注目。业内人士分析:“目前试水下来,通过持股的方式参与相关供应链,对于网红而言最为有利。”

格局洗牌,行业升级。如今,电商直播迎来中场,全民直播的时代在不久之后会走向终结,行业头部将加速整合。



第四届世界智能大会开幕 大咖“云端”共话产业新机遇

◎记者 温婷 ○编辑 邱江

立于“云端”,第四届世界智能大会昨日在天津开幕。本届大会采用“云上”办会的全新模式,聚焦智能科技产业。

疫情发生后,远程教育、智慧城市管理等需求爆发,以科大讯飞为代表的人工智能企业觅得先机。面对潜力巨大的智能经济,如何共建开放创新的产业生态、用人工智能满足社会刚需、在产业升级中把握机会补短板,成为与会者最关心的议题。

开放创新成为共识

在主题峰会环节,中国工程院院士、鹏城实验室主任高文以名为“开源开放是人工智能发展的基石”的主题演讲,首先呼应了本次大会“智能新时代:创新、赋能、生态”的主题。

我国人工智能产业自上而下传导着“开放创新”的理念。2017年以来,科技部公布了多批国家新一代人工智能开放创新平台,降低人工智能开发和应用的门槛,形成人工智能开发和应用的生态,带动中小企业发展和行业智能化提升,BAT、科大讯飞、旷视、华为、京东、小米等企业入围,涉及基础软硬件、智能医疗、智能供应链、智能城市的治理等方面,开源开放的理念渐成业界共识。

高文表示,人工智能开源开放的环境既需要基础设施,也需要开放的生态、软件和产业。由鹏城实验室与华为共同打造的鹏城云脑II正在建设中,预计2020年底完成超算系统的建设。作为业界领先的AI研究平台,其应用使命就是开放为智慧城市、智慧医疗和智慧金融等领域赋能的AI应用。

面向开放创新,中科曙光也在行动。公司牵头组建的国家先进计算产业创新中心正在建设中,致力于构建中国新一代信息技术产业的核心和基石。中科曙光总裁历军呼吁,产业链上下游从硬件和软件的维度共同补短板、促创新,希望用5至10年的时间,通过体制机制创新凝聚一批企业,将天津打造成面向未来的先进计算和产业高地。

聚焦高科技 深圳企业论道创新发展动能

◎张问之 ○编辑 邱江

昨日,由深商会、深商十大产业联盟、青岛市社会组织总会及青岛国际职教城联合主办的2020深圳高科技高成长论坛在深圳举行。大族激光、建科院、云天励飞、三诺集团、优必选等深圳企业的董事长齐聚一堂,聚焦高新技术、前沿科技,论道后疫情时代产业和企业发展方向。

“危”中孕育新机遇

“企业需要考虑的不只是恢复,更多的是快速转型和寻找机遇。”深商投融资产业联盟主席、三诺集团董事长兼CEO刘志雄说。

疫情发生后,三诺集团迅速行动,转产口罩,从决心投产口罩生产到第一只口罩下线,仅用时10天。三诺集团已建设10万级无尘无菌生产车间,在深圳、北海、凭祥三大口罩生产基地先后投产上百条全自动口罩生产线和7条高速机口罩生产线,日产医用口罩1000万只,月产约3亿只。

在深商生命健康产业联盟执行主席、北科生物科技董事长胡隽源看来,未来健康产业将会出现前所未有的挑战及令人振奋的发展机遇。对企业而言,如何应对疫情,答案是“充满信心,突破再重构”。

新基建成为新引擎

“新基建”也是此次论坛的高频词。

“未来5年,包括5G、AI、新能源在内的新基建领域投资额将达10万亿元。”深商AI智能机器人产业联盟执行主席、云天励飞董事长兼CEO陈宁看来,用ABC(AI、大数据、云计算)模式构建新型数字城市,构建1+1+N的基于人工智能的城市综合治理体系,实现智慧城市的发展目标,将成为未来城市治理的新模式。

“城市发展的下一个风口即智慧城市

科大讯飞的语音识别和人工智能技术。他在演讲中透露,2020年1至5月,科大讯飞中标合同额同比增长125%,5至6月的增幅更是达到157%。今年“618”购物节期间,公司智能硬件销售额增长超40%,翻译机外的其他硬件销售额增长超140%。以疫情发生后科大讯飞的招投标经验为例,刘庆峰认为,如果人工智能企业做的是可有可无的噱头,一旦遭遇疫情冲击,业务肯定没有了;但如果做的是刚需,业务会加速发展。

联想集团董事长杨元庆则以联想公司的“智能化”经验为例,阐述了制造业智能化转型的必要性。他坦言,大力发展新基建,一边是巨大的投资需求,一边是企业升级的迫切需要。在新基建的推动下,将涌现越来越多的商业模式。

截至目前,率先提出城市数据湖理念的易华录,在全国范围内已达数十个城市数据湖合作协议,并积极拓展至“一带一路”沿线国家,国内外数百家软硬件、行业解决方案、大数据、人工智能厂商也已积极加入数据湖产业生态圈。公司今年参与数据湖生态与数据智能论坛,就数据湖相关技术在数据智能、商业智能、政府企业决策支持等领域的应用进行深入探讨。

据悉,在6月24日的主题峰会上,紫光集团、华为、浪潮集团等企业的高层将参会演讲。此外,与大会同期举行的世界智能驾驶挑战赛、智能安全大赛、智能体育大会等也将全部在“云上”举办。

市。”深商低碳智慧产业联盟主席、建科院董事长叶青表示,智慧城市未来有着无限可能。

硬实力引领新发展

疫情带给深圳企业诸多思考,“软实力与硬实力”就是其中之一。

疫情发生后,深圳企业运用人工智能、大数据、可穿戴设备等高新技术,在病毒溯源、对症药物、疾病预防、疫苗研制、重症救治等方面发挥重要作用,充分展现了深圳科技防疫的“硬核”力量。

后疫情时代,如何以创新驱动为企业打造突围与再出发的新动能?深商高端制造产业联盟主席、大族激光智能装备集团总经理陈焱认为,集成研究、协同攻关,加强重要制造业领域、重点生产环节和关键材料、关键零部件、关键生产工艺的技术研发,提升企业自主创新实力和综合竞争力,是中国制造企业的突围之路。

深商品牌发展产业联盟主席、波顿集团董事局主席王明凡坦言:“我们一定要把所有的信心放在自己的企业里,把最好的核心团队留下来,相信所有的创业者都会得到更好的回报。”

注册制改革“三箭齐发” 持续提升资本市场法制保障能级

(上接1版)

完善司法保障 促进归位尽责

设立科创板并试点注册制基于市场化、法治化的导向,在发行上市制度、上市公司监管制度、证券交易制度等方面的探索和尝试,对司法保障提出了许多新的需求。

首先,基于科创企业具有大量有别于传统企业的特点,需要司法政策和裁判中对科创企业的差异化特征予以必要考量,并且尊重科创企业构建与科技创新特点相适应的公司治理结构,加强对科创板上市公司知识产权司法保护力度。

其次,新的市场机制可能带来新的纠纷形态。比如,与差异表决权架构相关的公司治理纠纷、中小股东的权益保障纠纷、红筹企业回归境内上市后VIE架构的法律效力纠纷等。对这些新型、复杂纠纷的司法化解,需要集中深入研究、统一司法政策和裁判导向,推动形成各方归位尽责、合法权益得到有效保护的良好市场生态,为投资者放心投资、科创企业大胆创新提供有力司法保障。

伴随科创板试点注册制改革推进,相应的司法保障也在逐步完善。2019年6月以来,最高人民法院、上海市高级人民法院和上海金融法院接连发布了3份重量级的司法保障文件。相关司法政策文件明确提出,依法提高资本市场违法违规成本,严厉打击干扰注册制改革的证券犯罪和金融腐败犯罪,强化违法违规主体的民事赔偿责任,依法界定证券公司投资者适当性管理民事责任,同时,建立健全与注册制改革相适应的证券民事诉讼制度,推动完善符合我国国情的证券民事诉讼体制机制,加强配套程序设计、提高投资者举证能力,全面推动证券期货纠纷多元化解工作、推广证券示范判决机制等。

在法律界专家看来,相关司法政策,有利于促进市场各方主体的归位尽责,切实保护投资者的合法权益,对于发挥好人民法院的审判职能,及时应对试点注册制改革中可能存在的新情况、新问题,增强社会各界特别是投资者对试点注册制改革的信心,起到了重要保障、支撑作用。

探索配套机制 强化主体约束

法制保障亦离不开市场主体的责任配置和行为约束。贯彻落实好注册制的改革理念,必须进一步明确市场参与各方主体的权利义务,建立强有力的法律约束机制,通过配置清晰、要求严格的法律责任规范,逐步形成市场参与各方依法尽责履职和维护自身合法权益的市场化、法治化的良好环境。

在去年12月的科创板试点注册制制度评估研讨会上,上交所副总经理卢文道用“五个清楚”概括了注册制下坚持以信息披露为核心、调整和落实相关各方的主体责任。具体而言,发行人要“讲清楚”,承担第一位主体责任,要对信息披露的真实、准确、完整负责;中介机构要“核清楚”,要对信息披露真实、准确、完整进行核查验证,承担好把关责任;审核机构要“问清楚”,要从投资者需求出发,从信息披露充分、一致、可理解的角度,进行公开化的审核问询,督促发行人和中介机构保证信息披露的合规性,提高信息披露的有效性;投资者要“想清楚”,在发行人充分披露与投资决策相关的信息和风险后,自行判断是否要买卖企业发行的股票,以什么价格购买,购买之后要自担风险;监管机构和司法机关要“查清楚”,对于欺诈发行、信息披露违法违规行为,要求查清事实、严格执法、依法追究法律责任。

有法律界专家进一步建议,应当按照《实施意见》的要求,结合科创板并试点注册制改革中进行的有益探索,将与注册制相适应的市场主体责任配置模式,通过立法完善、司法配套、监管执法强化等多个方面,确立下来。

易会满在“5·15全国投资者保护宣传日”活动上表示,证监会将通过推动构建起自律管理、日常监管、稽查处罚、刑事追责、集体诉讼和民事赔偿有机衔接、权威高效的资本市场执法体系,严肃市场纪律,维护市场秩序,还资本市场一片海晏河清。