



“千人千面”藏机遇

王震明显感觉到市场变了。单凭过往的线下批发已经难掩销售颓势，他决定与懂电商的周杰合伙做线上渠道。

在供给侧，王震牵头的鹏凯果业集结了200多户当地种植户保证货源，而周杰则专注于拼多多网店运营。2019年5月，鹏凯果业成为运城当地第一批尝试转型升级的电商商家。依靠平台的“农地云拼”活动，王震店铺的膜袋苹果和纸加膜苹果都能精准匹配到喜欢它们的消费者。

基于用户海量消费需求数据的多年沉淀，电商一方面利用数字技术，按性别、地域、年龄等维度让每一个用户能在大量商品中找到心仪的产品，增强用户黏性，另一方面，“千人千面”的销售模式也让商家们更高效、敏锐地感受到市场的细微变化，了解用户的真实需求，甚至为一些商家在探寻新市场、新业态上给予了更多指引和底气。

成立于2014年的深圳恒信佳佳电子科技有限公司（以下简称“恒信”）主要做电池、充电宝生产批发生意，为了能让工厂打出品牌，2020年，其接入淘特布局零售业务，从B端转向C端：“除了直营店的流量红利，小二会根据数据向我们反馈消费者喜欢的产品规格、价格区间以及颜值，这些指标都有了清晰的指向性。”恒信资深运营陈思月表示，目前工厂已经出了三款大容量充电宝的爆品，销量同比增加了2-2.5倍，零售价比传统的经销商批发价提高了将近20%。

技术变革供应链

从C2C、B2C、F2C到C2M，从中心化的公域运营到以社交裂变为驱动的私域转化，数年来电商在商业模式上反复推演打磨，或是将不同模式排列组合选取最优解，其核心均指向供需两端的高效匹配，而一切动因的基底离不开数字技术的支撑。

让更多优质产品走出深山，跨越信息孤岛，除了为商家提供数据分析等运营工具，电商还在不断向供应链深入，将技术能力注入物流端。今年9月，京东在陕西省武功县落地当地首家产地智能供应链中心。在现代化的自动分选设备上，每颗果子都会经过清洗、烘干，红外摄像，以秒级速度自动区分重量、大小、糖度、外观瑕疵和内伤，随后被带到相应标准的输出框内。完成一次从农产品到商品的华丽转身，整个过程不到半个小时。

据京东物流西北区副总经理、陕西智能供应链中心项目负责人李大爽介绍，园区占地面积3.6万平方米，除了有传统的分拣、打包等功能之外，自动分选设备具备10吨/小时分选能力以及清洗、烘干等功能，能支持猕猴桃的多种质量指标监测。

为销售猕猴桃而发愁已经成为过去时。现在，佑长江家的猕猴桃次日就可以送抵北京、上海等全国百余个城市。“结合珠三角及粤东、粤西产业带的分布，菜鸟已经形成了品类专项仓，商家专项仓、活动品仓等。”淘特产地仓菜鸟M2C华南大区运营负责人青洲表示，以深圳为例，目前有20多个产地仓，日常规模超100万单，大促单量则在3-5倍左右。通过投入中小型提效设备面单机、封箱机等，能让整体人效提升至少30%以上。

据国家统计局数据显示，2020年全国网上零售额达11.76万亿元，同比增长10.9%。值得一提的是，全国农村网络零售额达1.79万亿元，同比增长8.9%。电商正在加速推动农业产业化、数字化发展。

如今，利用数字技术和大数据分析，电商不仅深刻改变着用户的购物习惯和决策方式，以直播带货、社区团购等新兴模式丰富着大众的日常生活，更是潜移默化地倒逼生产端以更高的效率适应大众需求变化，增强市场抗风险能力。

中国社科院财经战略研究院互联网经济研究室主任李勇坚认为，较之过去单纯将商品放在网上售卖，电商还需注意未来如何能发挥链接供需两端的作用。在用户端，以直播等新模式丰富营销方式，缩短决策链路，提供更好的消费体验，同时，通过加强供应链管理，与生产端联系更为紧密，这些都是电商未来创新的重要环节。“电商将成为用户消费生活的中枢型机构。”他表示。