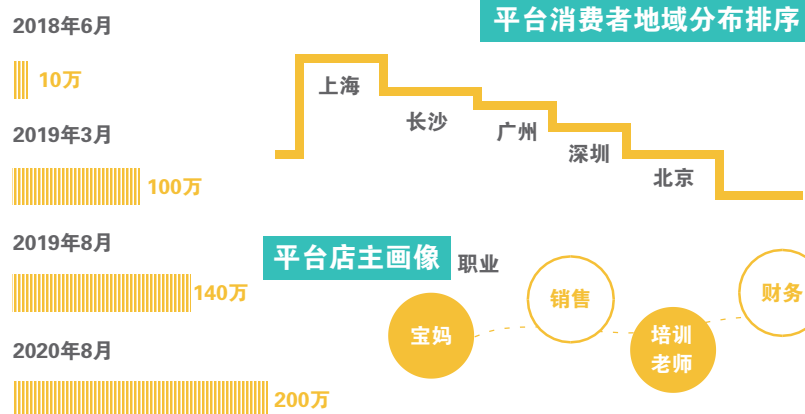


爱库存的流量算盘

爱库存正在拓宽自己的边界。8月6日，爱库存品牌升级发布会上宣布，将升级为梦饷集团。升级后，旗下将涵盖饷店小程序、爱库存等业务。实际上，爱库存上线饷店小程序并以任务制代替了会员付费制，一时间引起了不少店主的关注。除此之外，社交电商网店也随之取消开店门槛。在业内人士看来，社交电商在分销裂变到一定规模后，便会面临扩张的瓶颈。而平台以无门槛方式吸引新用户并积累公域流量，实则也是为平衡私域与公域流量的权重而进行的考量。

爱库存用户增长 (单位:人)



供应链+交易场

在会上，爱库存首次公布了平台的相关数据，店主数和销量在近几年迅速扩容。数据显示，2019年3-8月，店主数量由100万增长至140万。而到了2020年8月，则攀升至200万。平台已累计销售商品超2.5亿件，并逐步实现全品类覆盖。其中，时尚女装、母婴童装、品质男装和家居家纺商品共超过了总销量的半数。

公开资料显示，爱库存主营业务是一款为代购提供SaaS店铺软件工具、私域流量经

营管理工具以及商品与服务的App。据了解，爱库存目前已经吸引了超150万店主入驻。

在用户画像上，消费者主要来自一线城市，三四五线城市也有所触达。而店主人群主要集中在广东、江苏等。宝妈、销售、培训师、个体户构成了爱库存的店主群体，九成成为女性，而近八成的店主年龄在25-45岁之间。

事实上，也就在一个月前，这些店主们刚经历了一次平台的重大调整。6月底，北京商报记者发现，爱库存上线了饷店小程序，首次将封闭于私域渠道的平台向公域开放。不仅如此，记者还发现，当前爱库存App已经关闭了398元的付费会员入口，而是贴出了饷店小

程序的二维码，为公域平台进行引流。

那么，在升级为集团后，爱库存App将承担什么样的角色继续发展呢？爱库存CEO冷静向北京商报记者解释到，爱库存更多集中在供应链方面，是店主们的工具场，而饷店小程序则是面对消费者的交易场，两者的定位是不一样的。

更加“严苛”的规则

回顾过去，2017年创立的爱库存经历了四次升级，每一次的升级都是为方便店主服务顾客。一位店主曾告诉北京商报记者，饷店

H5店铺实现了顾客自主下单，不需要店主亲自填单，极大提升了销售效率。

而爱库存第四次升级，即上线饷店小程序后，却让部分店主产生了犹豫。据了解，在变更为任务制后，用户从店长到升级为店主，需要满足不同阶段的销售任务。而为店主们卖货的店长，若是取得了较好的业绩，并完成了平台的考核规则，便能成为店主。然而，这就意味着原店主所拥有的客户，将随着新店主而产生而流失。

对于店主们的顾虑，爱库存官方微信公众账号中解释到，在沟通多方后，关于种子用户的归属，平台认为新店主的顾客因为是自己长期维护起来的“资产”，所以是允许其带走的，从而成为新店的启动“资金”。而对于是否“放手”新店主，选择权仍在原店主手里。此外，新店主还需证明顾客与自己确实有着社交关系，即曾在自己的店铺支付过订单。

那么，顺利独立的新店主带走顾客后，原店主产生的用户缺口该怎么办呢？爱库存相关负责人表示，对于“放行”的这部分顾客，平台将以公域流量的新用户来为店主们进行引流和分配。

一位主要经营服装的店主告诉北京商报记者，目前自己只有一部分顾客已经在使用小程序下单，这主要还是看人们的使用习惯。其次，自己还在适应平台的新规则：“我的店长大多是朋友和同事，平台鼓励店长成长为店主，我是能理解的，但说完全不担心是否影响自己的生意，也不太可能，目前只能说是一个观望的情况。”

裂变瓶颈

为何要费尽心力打造饷店小程序？在

北京商报记者 赵述评 何倩

再掀消费热潮 北京“炫·彩生活月”将启动

随着消费季的持续深入，北京即将推出一系列促消费活动，京城消费再度掀起新高潮。8月6日，北京商报记者从北京消费季“炫·彩生活月”媒体通气会上了解到，北京消费季“炫·彩生活月”活动将于8月8日启动。“炫·彩生活月”以“户外畅游、文化饗宴、艺术打卡、运动赋能”四类生活场景为主线，围绕文化、旅游、体育三大服务消费核心要素，通过线上带线下、直播带实体、户外带室内、夜间带空间，更好地满足疫后时期重健康、高品质、补偿性消费需求。

“炫·彩生活月”尝新

随着北京消费季的重启，北京消费季“炫·彩生活月”活动将于8月8日启动。接下来，北京的消费者将迎来一大批丰富多样的活动。值得期待的是，在活动期间，除了京城商业企业为消费者精心准备的促消费活动之外，还有多项活动首次与消费者见面。

据介绍：“炫·彩生活月”启动当晚，国家大剧院“华彩秋韵”线上系列音乐会的首场演出将进行全球首次舞台艺术“5G+8K”直播。这也是北京市在“5G+8K”应用上首次实现面向消费终端领域的大规模8K超高清网络云分发，将“5G+8K”应用从点对点示范应用扩展到面向8K电视和5G手机的消费级应用。本次活动将特别在国家大剧院花厅厅、海淀展示中心会议中心、华熙LIVE·五棵松、中关村步行街、金融街购物中心、北京经济技术开发区大族广场、王府井、三里屯等8个区域布设8K电视、5G手机等显示终端。

8月8日晚启动的还有“首届北京网红打卡地评选活动”启动仪式暨文旅系列活动发布会。启动京城网红打卡地评选，推出炫彩生活新玩法。届时，公众可通过网络参与推荐和投票，为北京点赞，助力自己心目中的京味“网红”。同时，市文旅局将对“漫步北京”10条都市休闲线路和40条郊游线路进行推介，同时发

布“炫·彩生活月”文旅板块活动。

此外，北京将举办首届“8·8北京体育消费季”。目前，“8·8北京体育消费季”线上买、线上订和线上赛等各大板块都已上线。

新消费促进市场回暖

值得注意的是，疫情催生了新的消费场景，培育了消费新模式。直播带货、社区团购、数字营销、无接触配送等新兴消费在疫情期间脱颖而出。不仅在疫情防控中发挥了稳经营、稳消费的重要支撑作用，也为传统消费求新谋变、提质升级创造了条件。

据了解，北京消费季“炫·彩生活月”包含嗨吃龙虾节、体育节、亲子节、家居节、夜京城等多个主题板块。

其中，“炫·彩生活月”主题中的嗨吃龙虾节将于8月8日在簋街以直播探店方式启动。活动以消暑喜食的小龙虾为主推美味，以美团、大众点评为线上平台，以簋街、华熙LIVE·五棵松、万丰餐饮街为三大轴心，拉开我市餐饮业全新提振复苏、助燃城市烟火气的热潮。

在簋街直播探店期间，星厨达人推介和企业掌门人将送出9.9元秒杀100元代金券，还将有剥小龙虾PK、云逛街攻略。

与此同时，北京华联常营购物中心将开启亲子表演、LOVE MORE市集、互动体验等“亲子嘉年华”活动，并在当日10点发放50元团100元通用代金券。翠微百货7家门店、西铁营万达广场、新世界百货崇文门8月亲子活动也将同步升级；为期一个月的家居节将于8月18日启动，联动居然之家、红星美凯龙、集美、宜家等七大家居卖场和曲美、天坛等200余个家居品牌。多家线上平台派发夜间福利，多点便利店小程序开启消费季都市夜归人优惠活动，用户可在夜间消费时专享优惠。

精准对冲疫情影响

今年上半年，受新冠肺炎疫情等因素影响，全市消费市场下行压力巨大。商品零售、餐

饮、旅游、住宿、文化、娱乐、体育、教育等领域普遍受到较大冲击，特别是受到消费场景制约，旅游、文化、娱乐、体育等服务消费降幅仍然延续下滑态势，复苏较为艰难。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为，此次疫情对消费市场冲击非常大。其中包括小店、文旅、餐饮等方面都受到了非常大且时间长的冲击。在这种情况下，仅仅靠企业自我修复有一定的困难。而消费季活动的推出则是政府从保就业、促进经济循环等角度来进行一定的弥补。只有这样才能让经济和就业尽快恢复起来。

“此次北京推出的‘炫·彩生活月’对消费回补起到很大的促进作用。通过系列促销活动中的实惠激发、促进消费者参与消费的热情。同时，消费季的一系列促销活动能够让企业自身恢复回补。”盘和林说。

在疫情防控常态化情况下，为了进一步释放北京消费潜力，6月10日，北京市发布《北京市促进新消费引领品质新生活行动方案》（以下简称“方案”）提到，北京将多措并举促进消费提档升级，提振消费信心，释放消费潜力，培育新兴消费，升级传统消费，推广健康消费，扩大服务消费，进一步稳定消费市场运行。

“我们在热闹的平台中找到了对口资源，匹配相应的品牌，包括极限运动公园、后备箱市集、真人竞速射击运动、消暑唱晚、夏日星空放映室等多元化的活动都为商场的复市加码助力。”爱琴海购物公园相关负责人对北京商报记者表示，非常感谢政府在后疫情时代可以迅速举办如此大规模的主题活动，带领实体商业的经济复苏，给所有品牌一个恢复的机会。不论是对商家还是对商场，每一步都实实在在地拉动着企业经营的复苏。

北京市商务局副局长刘梅英表示，当前，随着疫情防控形势向好，居民疫情期间受到抑制的户外出行、文化娱乐、健康绿色等品质消费需求将逐步释放，有序恢复服务消费，成为落实“六保”任务、稳定企业经营、增强市场信心、精准对冲疫情影响的重要举措。

北京商报记者 赵述评 赵驰

服贸观止

六大场景打造微缩5G世界

北京商报讯（记者 钱瑜 白杨）4G改变生活，5G改变社会。5G通信服务作为2020年中国国际服务贸易交易会的重要板块之一，以“5G智慧新服务 5G引领新贸易”为主题，将展现“万物智联”的5G应用服务。其中，5G新兴服务贸易发展论坛由工业和信息化部、北京市人民政府联合主办。中国工程院院士邬贺铨担任论坛主席。

本次论坛拟邀请工信部及北京市领导出席论坛开幕式并致辞。会议围绕5G新基建赋能新兴服务产业、5G与新消费服务业、5G与生产性服务业等议题展开交流，涉及“5G引领服务贸易高质量发展”“5G支撑行业新发展”“5G与消费服务新生态”“5G服务贸易推动合作潜能”等相关话题。

在5G通信服务专题展区，设立了5G之家、5G乐园、5G智行、5G新消费、5G新城市和5G新工业六大板块，涵盖智慧城市、家庭生活、健康医疗、金融消费、社交传播、教育娱乐、交通物流、生产制造、城市管理等等5G应用服务场景，使参观者在近2000平方米的“微缩5G世界”里可以体验5G智联时代。

此外，三大运营商也从不同角度将展现全产业链5G应用服务的前景。中国移动侧重5G网络下的新文娱生活，提供5G+8K影院、5G转播、直播、5G云游戏、AR/VR文娱、异地同台演唱会等体验；中国电信将展示智能分类、智能步道、智能通行、城市安防、智慧治水等5G内容在智慧城市管理和公共服务方面的应用能力；中国联通不仅涵盖5Gn live直播、VR试衣等5G时代的数字生活新消费，还提前让观众体验了冬奥的5G应用服务。

交通出行是5G行业落地的重要先发领域，北汽集团将在“5G智行”板块展示5G在智能汽车领域的创新应用，包括5G全自主泊车（AVP）、汽车5G-TBOX、

5G平行驾驶等技术。大唐高鸿也将在“5G智行”板块展示VR仿真模拟C-V2X应用场景。

产业服务也是本次展会的重要展现内容，例如中兴通讯在本次展会中将关注工业制造领域，并基于5G+大数据、物联网、人工智能和XR等技术，打造5G创新应用，推动制造企业降本增效，实现数字化转型。

除了通信龙头企业发力5G应用服务，在本次展会上，显示巨头京东方将展示5G智能家居、5G智慧教育、5G智慧办公等场景。

5G通信服务板块

在5G通信服务专题展区，设立了5G之家、5G乐园、5G智行、5G新消费、5G新城市和5G新工业六大板块。

“5G通信服务专题板块将会成为展现5G数字化新产品、新服务、新业态的重要窗口，成为深入探讨5G推动服务贸易高质量发展的重要平台。”业内人士认为，当前全球性的挑战让我们认识到连接技术与全球协作的力量，以及5G在扩展连接、支持重点行业及关键基础设施数字变革中的关键作用。5G为服务贸易发展提供新的技术手段，降低服务成本，提高生产效率，增强了服务的可贸易性，为服务贸易发展提供重要的支撑，为外贸高质量发展作出重要的贡献，成为拉动经济增长和贸易发展的新动力。