

## 数十万店主云开店 梦饷集团助力“她经济”

11月1日，在上海网络购物狂欢季暨“11直播月”活动上，梦饷集团与11家知名电商企业同台按下启动器。据了解，疫情期间，梦饷集团旗下电商平台饷店帮助了50万店主再就业。更为重要的是，其背后去中心化商业逻辑的价值，即精准对接供需两端拉动循环，在这次疫情中得到了坚实验证。



### 新增50万人变身店主

在疫情严重时期，人们足不出户，而线下实体零售难迎客流时，如何能增添一份收入，成为许多从业者焦虑的问题。相较之下，东华大学服装系研究生毕业的Sherry却更加坚定了自己的选择——成为一名饷店的店主。事实上，从去年初开始，Sherry就已经觉察出当时自己所在的公司采购额在逐步萎缩的趋势。于是，她尝试着运用自己八年的童装买手经验，在饷店做起了兼职店主，将商品卖给身边的朋友们。生意逐渐有了起色，这让Sherry在面对裁员时增加了底气。

其实，有着同样想法的不止Sherry。据梦饷集团提供的数据显示，疫情发生以来平台新增50万人。据了解，梦饷集团的前身为爱库存，是一款提供SaaS店铺软件工具、私域流量经营管理工具以及商品与服务一体化供应链解决方案的电商平台。今年8月，爱库存升级为梦饷集团，旗下涵盖去中心化电商平台饷店和供应链平台爱库存。

在梦饷集团的店主画像上，数据统计显示，90%的店主为女性，人群主要集中在广东、江苏、湖南等地。半数以上的店主来自一二线城市。宝妈、销售、培训师、个体户构成了梦饷集团的店主群体，而近八成的店主年龄在25-45岁之间。

### 再就业实现自我

事实上，每一位女性店主的经历各有不同，或是为了照顾家人选择隐退职场；或是为了再寻求事业机遇，增添一份收入；或是为了提升工作能力，充实业余生活……但选择饷店的她们，都有着相同的品质，例如坚韧、耐心、渴望证明自己。

本科德语专业的周桐每天为店内的商品宣传文案奔忙，试图在宝妈生活中再次找到自我动力。人们休息的时间点，便是周桐的工作高峰期。为了及时解答客户的疑问，她多次忙碌到凌晨。

“85后”店主涂小白对此也深有感触。据她介绍，疫情期间线上卖货模式被很多人复制，于是自己及时调整，坚持把关选好品，做好服务，慢慢地，店铺获得了忠实粉丝的支持。现在，她在平台的收入已经超过了主业收入。

而来自教育行业的杨老师是爱库存的一名培训师，每天她会坚持撰写4000字以上的货品文案，虽然店铺只开了短短的20多天，但发展快速。她表示，干劲十足，不仅因为有了了一个稳定的供货平台，还希望自己能帮助到更多女性创业。

### 去库存 促循环 创造社会价值

实际上，伴随着电商十几年的发展起落，国内消费者的网购习惯早已常态化，而疫情的影响再次加速了线上消费的渗透。据商务部数据显示，1-9月全国网络零售额超过8万亿元，同比增长9.7%。

然而，近几年互联网红利触顶、流量获取成本逐年上涨不仅成为电商的难题，还成为许多中小外贸厂商的心病。一面花高价买营销打爆款，一面出低价增强获客却不得不承受商品亏损。简而言之，流量把握在平台手中，不在自己手里。这让不少商家左右为难。

于是，部分例如饷店等平台便是瞄准了痛点，走出了一条社群化、个性化的商业模式。200万的店主既是目标客群的服务者，也是最熟悉用户喜好的亲朋好友。他们影响着身边人群的消费决策，成为品牌方抵达潜在用户的触手。另一方面，积累起来的客群对商家更熟悉，品牌认可度更高。

社群电商以店主端助力企业获取私域流量，除了能解决疫情期间的库存危机，保障员工就业，更为重要的是，传统生产加工企业由于能直链用户需求，生产模式从原来的盲目生产朝着柔性化、精细化、短平快的高效率趋势转型。而生产端的革新，又会进一步加快消费端的需求牵引，从而形成良性的供需循环。

帮助商家去产能、搭建品牌社区、拓宽市场边界……梦饷集团在创造百万灵活就业岗位的同时，还推动着电商市场的正向内循环，提升着企业在国内外双循环中的价值。