



接单后验货员正在验货。

宁波电商创业者的三大标签—— 专业化 平台型 大数据

专业化

从事检测行业10多年的老兵 要“革新”传统检测模式

曾有机构发布报告称,当前我国新生代创业者出现明显的“三高”趋势:高学历、高技能、高起点。实际上,以“三高”促成的专业化特征,也正在越来越多地出现在宁波的多个电商创业团队中。

测库是宁波地区诞生的全国首家“互联网+检测”的第三方检测服务平台,为贸易商提供取样、监装、验货等一系列相关服务。

测库CEO刘建定在全球最大的第三方检测机构SGS有15年的管理经验,其团队也都是传统检测行业从业多年的老兵。深入碰触到传统检测行业多个痛点的刘建定团队,立志革新传统检测模式,推动第三方检测行业进入“互联网检测”时代。

传统领域有哪些痛点存在?首先是验货周期比较长,如果海外客户希望在中国完成验货订单,光排单通常就需要一周左右的时间;其次传统验货过程处于封闭状态,验货员有没有去验货,有没有认真验货,验货的数量是否满足要求等无法有效把控。

验货成本高企也是痛点之一。除了1500元~2000元的检测费用外,差率成本也需要客户来承担;此外,验货报告不标准、验货员填写不完整、漏填、错填等问题在传统验货报告中也不鲜见。

测库是如何让验货变简单呢?首先排单时间大幅缩短。客户仅需通过测库验货通APP,将验货需求输入系统,自助下单即可。测库随即就近推送订单信息,验货员24小时内就可以自助接单,上门检测。测库还设置了“一键查看”验货现场功能,买家可以查看验货现场全过程,及时沟通验货过程中遇到的问题。

针对验货报告不标准的问题,测库验货通针对2000余个品类都有行业内专业的作业指导书和标准验货报告模板。验货员通过测库验货通APP一边检验产品,一边勾选检验结果,全部完成才能提交,自动生成验货报告。

自2016年12月底运营至今,测库平台上已有实名认证的专业背景验货员超过6000名,接收订单超过300单,其中不乏华为等大型客户。刘建定透露,为了让测库可以在世界范围内站稳脚跟,现在除宁波、深圳外,已经在孟加拉国建立分公司,巴基斯坦分公司也在筹备阶段,接来越南、老挝等国家和地区也是测库计划的拓展方向。

平台型

打造宁波农旅产品的深度体验平台

在农村电商领域已经摸爬滚打了6年的汪勇,一方面越来越觉得在农产品的销售上,单一的营销方式需要突破;另一方面脑子里有一条越来越清晰的思路,“农产品的销售离不开深度体验。通过体验带来的流量是明确、精准的优质用户,我们要做的就是如何利用这样的优质流量,精准销售农产品。”

与此同时,宁波市民在周边大大小小的农家乐、民宿游玩时,也一直存在困惑:“现在下馆子可以上大众点评、口碑等平台,外出旅行住酒店,可以通过飞猪、携程等平台预定。但是周边游玩时,想找家靠谱的农家乐、民宿,却没有一个可以提供汇总型产品的线上平台。”

“美丽四明山”在汪勇团队的一次次打磨下,逐渐成型。其定位是整合四明山区域旅游、农业资源,打造一个“旅游+农业+互联网”的产业平台,为宁波的农产品搭建一个良性的深度体验渠道,让山民不出村就能实现增收,同时也让市民在四明山游玩时的消费透明度更高。

这一农旅网络平台,具备旅游攻略发布、景点门票销售、农产品在线销售、行程预约等功能;并升级了特色旅

游信息服务,使平台集智慧导游、智能停车、在线支付、全景VR体验、交通流量提示等功能于一体。

“美丽四明山”与平台上的商户签订了协议,在食品安全方面进行约束,农家乐、民宿、农产品等明码标价,让整个消费过程透明化,倒逼农户提升品质。同时通过平台产品的集聚和多样化,合理引导消费、有效分流,以免出现游客爆满,因超出接待能力而降低消费者的体验感。

截至目前,平台已覆盖四明山区域的6个旅游重点村,共入驻64家合作商户,建设完成6个线下服务点。同时,平台覆盖了四明山区域的8个乡镇、街道,已入驻104家农家乐、41家酒店民宿、28个景点景区以及一定数量的公共停车场、避灾点、医疗点等公益性设施。

汪勇透露,下步平台将不断完善公共电商平台的搭建,配合对商家现有的软硬件升级改造,加强智慧化服务与运营管理水平,将平台服务范围扩大至余姚全域,计划再建设完成超过30个线下服务点,将余姚的美丽乡村更加全面、立体地推向市场。

大数据

让品牌的传播有效、精准触达消费者

让品牌的传播有趣又精准,有效触达消费者。这是金崇松创立云麻豆APP以来,一以贯之的一个目标。如今,已经将云麻豆APP“打怪升级”至第三阶段的金崇松,阶段性目标是日订单破万。

云麻豆APP,一款帮助中小网商直接找网拍模特的担保寄拍平台。在云麻豆,中小网商可以通过“麻豆”发的动态自主选择适合他们产品的“麻豆”,然后担保寄拍,不受地域局限。

自2015年6月创立至今,经过2年多运营,云麻豆APP平台已经累计拥有15000多个UGC(用户原创内容)的创作红人,全国300家战略合作的摄影、摄像团队。这些有效的累积资源为云麻豆第三阶段提供了很好的支持和服务。

新产品之一的新零售网红营销矩阵,就是对上述资源进行数据化的匹配。目

前,以一款已经推出的标准产品为例,初级矩阵覆盖50万用户,中级矩阵覆盖250万用户。短视频全网达到276万用户,常规的网红210人,形成了210组原创短视频、原创照片。累计达到282万人次的观看,短视频的播放达到376万次。

第二个产品是让95后和00后生产的内容吸引消费者,可以放在淘宝、微博、微信、小红书等等,吸引别的95后、00后的兴趣,以内容驱动销售。

云麻豆自身的发展定义了三个方向,第一阶段是实现标准化产品阶段,这阶段是做内功,月订单100单,第二阶段是规模化复制阶段,月订单在1000单,第三阶段是形成大规模的开放阶段,“我们希望做到日订单10000单以上”。

记者 史妮超 通讯员 蔡朝晖 文/摄

创新创业,人才为先。专业化、平台型、大数据正成为当前宁波市创新型电商企业创业者的几大显著标签。

踏浪前行,永立潮头。继2016年在全国开展电子商务创新型企业评选后,2017年电商武林大会对评选标准进行了进一步优化,更加强调创新性和成长性,扩大了对电子商务创新型、成长型企业的支持范围和支持力度,形成了引导草根创业的政府驱动力。

那么,随着电子商务创新型企业队伍不断壮大,这些各有特色、各有新意的企业背后,体现了宁波电子商务企业创新创业的哪些特点?反映了宁波电商产业发展的哪些变化?