

行业管窥

国潮产品“潮”在哪？

■ 本报记者 刘国民

工业和信息化部今年4月发布的《消费品工业数字“三品”行动方案(2022—2025年)(征求意见稿)》中,提到国潮品牌创新发展,挖掘中国文化和中国记忆、中华老字号等传统基因,加强新生消费群体消费取向研究,创新消费场景,健全供应链管理,推进国潮品牌建设。

说到“国潮产品”,业界一般认为2018年“李宁”品牌在纽约时装周成功完成以“悟道”为主题、融入中国印元素的时尚走秀,是国潮产品走热的一个信号。近几年来,汉服和其他带中华传统文化元素的服装(如十三余系列服饰)趋热,回力鞋等老牌国货也焕发出新生命力,还有泡泡玛特、名创优品、太力、德尔玛等成为国内外受欢迎的国货品牌。火热的国潮产品“潮”在哪?经历了哪些变与不变?《中国贸易报》记者日前实际体验了一番。

产品风格:年轻+萌态

回力球鞋曾是中国很常见的“大众球鞋”,当年曾留下很传统、很平民的印

象,近年来回力鞋在风格、设计等方面多有创新,再次成为很受欢迎的国潮产品。在北京一家回力鞋专卖店,记者看到店内顾客很多,面积较大的店铺里面设置了“回力1927 经典国货复古回潮”展示专区,给足灯光和背景,将多款典型回力鞋“隆重”展出。店铺工作人员告诉记者,当年回力球鞋的风格到现在仍保留了一部分,同时在设计、样式、选材上融入了现代风格和科技元素,比如鞋垫是用进口材料特制的,整体颜色呈纯白色,具有除臭功能。顾客看到现在的回力鞋之后,不觉得回力球鞋“土”,反而觉得很时尚、很潮、很亲切,还能勾起小时候的回忆。如今回力鞋不仅在国内被追捧,在海外市场也受到欢迎。

至于价格方面,该工作人员介绍说,“时代发展后鞋子的材料、工艺都比当年进步了,制造成本也更高了,所以售价比当年的平价球鞋贵一些,但一两百元的价位和其他品牌球鞋相比还是比较便宜的。”

在众多国潮品牌中,名创优品占有一席之地。据了解,名创优品在全球范围内拥有超过5000家门店,遍布纽约、洛

杉矶、巴黎、伦敦、迪拜、悉尼、伊斯坦布尔等全球知名城市核心商圈。记者在北京的一家名创优品店看到,无论是收纳类的商品还是杯子等生活用品,都透露出年轻、萌态、潮气。虽然大城市的商超被认为寸土寸金,名创优品店内仍设有四人座的桌椅,桌上摆放着一些书籍,顾客仿佛置身于咖啡馆,总体的购物体验让顾客感觉不仅仅是过来买东西,还带有生活、休闲之感。

产品运营:科技+时尚

不只是年轻、萌态,不少国潮产品早早和互联网、跨境电商紧密结合,搭上了“IT快车”。以潮玩泡泡玛特为例,小程序、门店、机器人商店、京东店铺、淘宝店铺、速卖通店铺和亚马逊店铺齐备。在北京,记者走近一台位于某商场一楼的泡泡玛特自动售货机,与正在玩耍的一位戴眼镜的小男孩做了一番交流。原来顾客下单后既可以选择当场从出货口取走货物,也可以选择“在线挑娃直送回家”。

跨境电商热销品牌德尔玛,产品涉及加湿器、吸尘器、干衣机、拖把、果汁

机、养生壶、破壁机等多种生活小家电。该公司海外业务相关人士告诉记者,在电商领域德尔玛涉足国内电商和跨境电商,除此之外还借助代理商的力量开拓海外市场,例如公司在东南亚有独家代理商,东南亚区域内的其他分销商想拿货必须通过这家独家代理商才行。

跨境电商热销品牌、收纳类产品企业太力集团海外业务工作人员告诉记者,公司海外业务采用自营和代理经销两种形式,入驻了亚马逊平台,还入驻了一些海外线下商超,公司产品在欧美国家受到欢迎,也进入了东南亚市场。

记者还注意到,名创优品开发了小程序,另一家重视融入中华传统文化元素的国潮知名品牌也有自己的官方网上商城,还在各大电商平台开设网店,同时也开发出微信小程序。

一番体验下来,记者感受到,火热的国潮产品并不是简单地把过往的老牌国货搬上台面,而是将传统文化元素和现代消费潮流创造性结合,互联网和电商则为其在国内外快速走红提供了支撑条件。

紧跟CDN发展趋势 赋能数字经济

■ 本报记者 张伟伦

在当前信息化时代,激活数据要素潜能,推进网络强国建设,加快建设数字经济、数字社会、数字政府,以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革,已日益成为重要的发展选择。不过根据记者在调研中的观察,大量信息数据要想实现快速、及时处理,离不开信息与通信技术(ICT)基础设施的支撑。这其中,CDN(又称内容分发网络)是重要组织部分,成为了当下新基建浪潮中很多企业发力的重要方向,也将不断赋能数字经济的发展。

郭杰是一名CDN运维工程师,他的日常工作就是通过CDN系统的配置和管理,来确保CDN业务正常运转,以此来保障网站或应用访问体验顺畅。郭杰每天打交道的CDN不仅是通信技术的重要组成部分,也关乎到广大互联网用户的现实体验。

“在海量的互联网信息中,很大一部分内容都是通过CDN来完成交付的。如果没有CDN,没有它复制和存储来自源站服务器的内容,用户访问网络并处理相关信息时,运行速度可能会慢如蜗牛。但很多网民并不知道CDN扮演着如此重要的角色。”郭杰说。

记者从CDN服务企业网宿科技了解到,在靠近用户的地方,CDN搭建内容分发节点,让用户在点击网站链接后,可以更快地获取网页上的视频、图片等内容。直播软件、视频网站等都是CDN企业传统的大客户。

尤其是近年来,随着5G的加速普及,新一代通讯技术带来更大带宽、更低时延等技术的进步,CDN业务量和使用场景日益激增。此外,随着人工智能、自动驾驶等技术大量应用,以CDN为核心基础应用的边缘计算,逐渐成为行业应用新方向。

不过记者也发现,随着数据量化和企业需求、场景多样化,CDN服务也面临挑战。如影视类网站头疼的盗链、爬虫等问题,需要通过技术手段进行封禁拦截或限制速度,防止爬虫爬取资源。用于加速内容交付的传统CDN并不提供这些功能。

那么,在当下新基建浪潮中,作为ICT基础平台的重要组成部分,CDN该如何赋能数字经济?

网宿科技海外技术团队相关负责人向《中国贸易报》记者介绍,在5G、边缘计算时代,能用更低延迟交付内容、为开发者提供更个性化服务,提供更好体验的开发环境,才能为行业带来生产力的提升。在这样的背景下,国外一些头部企业相继退出新的产品业务,如Fastly的Edge Cloud Network和AWS的CloudFront等。在国内,网宿科技也在持续深耕,于近日推出了CDN Pro产品,这在一定程度上展示了网宿对可编程CDN、边缘计算趋势的理解,以及对快速内容交付和安全的关注,更回应了当下国内发力新基建的诉求。

据了解,通过CDN Pro,用户可以快速构建个性化业务体系,将更多业务下沉至边缘侧,提高产品性能,降低开发交付周期,并实现CDN与软件业务开发生命周期的高效无缝衔接。

不仅如此,CDN Pro也回应了当下网络数据安全的现实关切,即最大限度实现安全和灵活。比如,一方面CDN Pro提供了4层和7层联动的DDoS防御机制,抵御最频繁发生的网络和传输层DDoS攻击;另一方面,为了抵御更复杂的攻击,开发者还可以将CDN Pro和应用程序防火墙(WAF)集成在一起,从而添加一个灵活、分层的安全边界。比如基于防火墙规则,通过实时分析数据,拒绝可疑数据包并将安全数据包转发回源站。与此同时,CDN Pro的推出,也促进了边缘计算的落地。

奢侈品行业迎来“线上为王”时代

本报讯(记者 江南)要客研究院近日发布的《2021中国奢侈品数字化报告》显示,2021年,中国奢侈品行业线上销售额达247亿美元,超过1500亿元人民币,增速高达75%,占奢侈品中国市场销售额的比例达到26%。线上销售已经成为几乎所有奢侈品牌的重要销售渠道之一。

2020年以来,奢侈品牌集中入驻国内电商平台,卡地亚、古驰、普拉达、巴黎世家、阿玛尼等200多个奢侈品牌陆续开设天猫旗舰店。与此同时,天猫也是国内唯一汇集了悦·轩尼诗·路易·威登集团、开云集团、香奈儿、爱马仕以及历峰集团

这全球五大奢侈品巨头的电商平台。

随着疫情影响的持续,奢侈品牌和整个奢侈品零售行业不得不加快全面拥抱数字化,更多奢侈品牌将营销重心转到线上,大举布局社交媒体,开展数字化营销,开放和各种平台合作,尽可能发展线上销售成就了奢侈品牌数字化发展最快的一年。

互联网正在改变整个奢侈品行业,基于内容运营争夺私域流量以及基于线上为客户提供生活方式一站式服务,甚至进行多元化流量变现,将奢侈品牌的竞争焦点真正从线下向线上快速转移,并让奢侈品牌进入数字化2.0时代。门店服务互

联网,线上线下一体化联动,为消费者提供一体式的、无缝衔接的全场景购物体验,成为所有奢侈品牌核心战略。目前,全球奢侈品门店各种层级和层次的互联网化程度已达到80%以上,涉及超过95%的奢侈品牌。要客研究院预测,未来2年内奢侈品牌门店数字化改造将涉及所有奢侈品牌和有奢侈品牌门店。

同时,互联网让奢侈品牌消费者越来越聪明和理性。根据要客调研数据,95%的奢侈品牌消费者表示,便利性是他们在线上服务的核心价值诉求,如果可以线上逛店,将很乐意通过线上获得奢侈品牌提供

的各种服务。另有75%的奢侈品消费者表示,在网上购买高单价产品并不存在障碍,特别是对品牌和线上平台存在基本认知和信任的基础上。此外,千万以上净值的核心消费者线上奢侈品消费不敏感单价为3万元,即对于3万元以下单价的奢侈品,核心消费者不需要过多思考即可进行决策,而大众消费者奢侈品消费的不敏感单价是2000元。据介绍,这也是以大众消费者为主流客户的大型电商平台上奢侈品销售不温不火的核心原因。

要客研究院预测,2022年奢侈品牌线上销售额将突破2200亿元人民币,销售渠道占比将超过30%,贡献超过一半的市场增量,从而改变奢侈品牌零售以线下为主

金融业要探索以丰补歉的跨期风险管理方法

■ 本报记者 周东洋

在近日举行的2022清华五道口全球金融论坛上,与会人士普遍认为,中国始终是全球经济稳定性、建设性的力量,中国已经深度融入全球经济金融体系。当前,面对新冠肺炎疫情、俄乌冲突等多种因素导致的国际金融市场波动加剧等情况,如何更好地防范金融风险成为我们必须思考和关注的问题。

国家外汇管理局副局长陆磊介绍,目前,我国金融行业总体稳健运行,风险总体收敛。从银行业主要监管指标来看,我国商业银行经营总体稳健。证券行业方面,证券公司总资产和净资产继续以较快速度增长,根据证监会2021年对全体证券公司的评级结果,BB级(含)以上风险管理能力较强、在市场变化中能较好地控制业务扩张风险的证券公司达全行业80%以上。

“如今的内外部形势变化对金融工作提出新要求,需关注多方面的风险挑战。”陆磊表示,去年以来,全球通胀超预期上升,通胀已经超预期成为全球普遍现象,根据国际清算银行的统计,2021年全球主要经济体实际通胀率大幅超出年初和年中的预期值,当前近60%发达经济体的通胀率超过5%,刚公布的美国3月CPI同比涨幅达到8.5%,创1981年末以来最高值;超半数新兴经济体通胀率高于7%。

在清华大学五道口金融学院院长张晓慧看来,俄乌冲突可谓今年最大的黑天鹅事件。冲突爆发以来,国际金融市场波动显著加大,避险情绪高涨,全球经济也因此受到剧烈冲击,也增添了新的不确定性,尤其是地缘政治冲突期间经济金融制裁的滥用很可能会进一步加

剧逆全球化。我们不仅要做好应对输入性通胀的准备,也要时刻警惕美国对我国经济金融机构实施次级制裁和长臂管辖的风险。

国内方面,张晓慧表示,3月以来,疫情波及多个省市,其中上海、吉林等地疫情散发持续处于高位已有月余。疫情影响之下,居于供应链下游和接触性消费行业的小微企业、个体工商户困难加剧,需求收缩压力也随之加大。

“面对复杂多变的新形势和新挑战,要进一步发挥金融体系的基础性资源配置和风险管理功能,增强服务实体经济的能力。”陆磊表示,金融机构要更好地进行跨期资源配置和风险管理。一是金融机构需要积极主动引导金融资源流向科技创新、绿色低碳、先进制造业等领域,更多开发符合科技、小企业、朝阳产

业需要的产品和服务,推动金融结构优化升级,促进经济高质量发展。二是金融机构要进一步做好跨期风险管理工作,积极用好金融机构在价格发现中的天然优势,克服顺周期思维,有效管理和调节自身的顺周期行为,探索以丰补歉的跨期风险管理方法,在防范金融风险特别是重大金融风险中发挥更大作用。

此外,陆磊表示,我国金融市场要提高竞争力和吸收风险的能力。一方面,要提升金融市场竞争能力,进一步扩大金融市场对外开放,通过改革开放增强金融市场优化升级的内生动力,坚持市场化、法治化、国际化的原则,继续积极引导国际金融业的标准和准则,提高金融从业人员的职业素质和综合能力,增强金融机构法人治理现代化。另一方面,要增强金融市场的风险吸收能力,有效发挥金融在宏观经济中的风险“做市商”作用,发挥金融市场的蓄水池作用,有效对冲、吸收和转化经济运行中积累的风险矛盾,为“六稳”“六保”创造有利的金融环境。

obor



我们的信念在路上 OUR BELIEF ON THE ROAD

有一种越野,叫本能
有一种旅途,叫探险

有一种征服,叫全域
有一种挑战,叫无限

有一种殊荣,叫超越
有一种信念,在路上



http://www.obor-tires.com

CITY-STREET ROAD-SPORT MTB-ALL MOUNTAIN CITY COMMUTER