

无锡年轻人，网上“务正业”

电子商务创业大军中他们比例占到七成

“泡”在网上的时间越来越多,常会受到“不务正业”的指摘。如今,从网红博主到电商直播,从数字化转型到互联网金融,大批年轻人正在网上“务正业”。

身处国家电子商务示范城市,无锡年轻人的电商创业发展如何呢?



大数据

数字经济重构就业模式

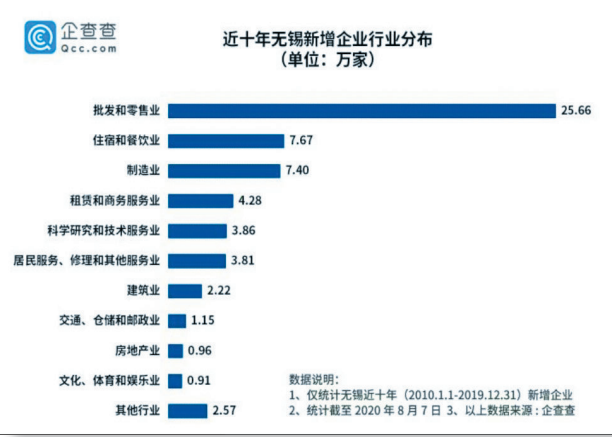
无锡网络零售额突破800亿元

在电商产业发展的道路上,无锡把创业“气质”拿捏得无比精准。据了解,2014年,无锡被评为国家电子商务示范城市,2018年,成功获评国家跨境电子商务综合试验区。2019年,我市网络零售额就突破800亿元,同比增幅15%,总量位于全省第三。去年,全市跨境电商进出口交易额21.46亿美元,其中B2B出口17.04亿美元,同比增长22.6%、32.8%。

目前,宜兴、江阴市成功获批国家级电子商务进农村示范县,山水城电子商务产业园获评国家电子商务示范基地,6个省级电商示范镇、19家省级电商示范村和30家企业获批省级电商示范基地、企业、众创空间等。这座创新创业之城还深入推动农村电商转型,开拓农产品电商销售,不仅打造出全省品牌农产品网上销售示范区,还进一步扩大了本地水蜜桃、草莓、茶叶、肉菜等农副产品的网上销售规模。

此外,一批以电子商务为载体的智能生鲜配送连锁店联动发展,为市民提供便捷、新鲜的农副产品。市商务局相关负责人表示,电子商务创业大军中,年轻人比例占到7成以上,不少人“毕业即创业”。已连续举办四届的跨境电商创新创业大赛,累计孵化近150家跨境电商中小企业,各类电商培训人数超万人。

新开企业四成以上做批发零售



企查查数据显示,2010-2019这十年间,无锡新增83万家企业,截至今年8月7日,有61万家企业为“在业、存续”状态。根据数据分析,无锡新增企业主要分布于批发零售业,占据了企业总量的42%;住宿餐饮业和制造业分列其后,分别新增企业7.67万家和7.40万家。

与近十年发展不同,近两年新增企业中,分布于居民服务业和建筑业的企业比重增大,分别由第六位和第七位晋升为第四位和第六位,租赁商务服务业和科学研究技术服务业排名稍有下降。

从注册资本上看,近十年无锡新增企业中注册资本在100万以内的占据了73%,注册资本在5000万以上的企业中,科技型企业占据了22%。同时,个体户在企业整体中所占比重愈来愈大,占据了新增企业52%的份额。近两年无锡新增科技型企业中,梁溪区数量最多,其次为新吴区和江阴市。企查查相关负责人认为,数据信息从侧面反映出无锡城市浓厚的创业氛围,其中年轻人创业热情格外火热。

从淘宝阿里系获悉,今年以来,20万大学生涌入淘宝开店创业,其中不乏来自无锡的创业者们。淘宝行业负责人张凯夫表示,疫情以来,每天有4万人涌入淘宝创业,这些店主平均年龄在25岁。

生意经

探寻初创者的“成功基因”

A 超前布局运营和货源

无锡金意德电子商务公司是一家提供产品销售和跨境电商服务的综合性电商公司,零售经营品类主要为纺织品,通过亚马逊、eBay和速卖通等平台销往俄罗斯和巴西等国家。“好的单品一个月销量大概在4万美金,客单价大概在10-15万美金,”1994年出生的陈邦是金意德的创始人,向记者介绍创业成绩时充满自豪。

2015年跨境电商还没特别火的时候,无锡商业职业技术学院的大学生创业园在当年暑假开设了跨境电商特训班,陈邦就此初试锋芒,在速卖通平台接到了第一笔来自澳洲的订单,开始了创业之路。

陈邦说,超前布局的运营和货源是公司茫茫电商大军中兴起的重要因素。“第一,我们提前布局了平台后期需要的东西,如品牌化运营。跨境电商疯狂发展的初期,铺货、

杂货成了主要的销售方式,而我们那时就开始注重精细化、专业化、品牌化运营。一年后,平台改了规则,要求所有卖家走这样的路线,我们已早早领先。第二,我们设立了海外仓,缩短了物流时间。整个跨境电商行业中,80%-90%的卖家还是从国内直发,正常运输时间在30天左右,我们可以保证海外仓直发,7天以内到达买家手中。”今年的疫情重挫了依赖国际运输的跨境电商行业,而领先的“海外仓”决策则让陈邦在大浪淘沙中“独善其身”。陈邦认为,电商的“红利期”已经过去,未来电商行业将更青睐有完善供应链、整合能力强、精细化专业化的团队,敢于做快人一步的开拓者尤其重要。

陈邦的建议:了解平台需求和自身实力,三分靠运营,七分靠产品。

B 得内容者得天下

2014年,大四开始着手创业的徐铭骏意识到内容版权已经形成了一个正循环,越来越多的人愿意为电影、音乐产品等购买会员,“C端消费者都愿意为内容版权买单,那B端的企业会更重视正版化的创意内容,我希望所创的内容载体能为企业降本增益。”

三年五载过去,徐铭骏的创业萌芽已经枝繁叶茂。如今,他创办的拍信已成为国内优质的数字创意内容平台,拥有超过2亿的数字版权内容,服务全国约30万家中小企业,其中50%为电商客户,30%为新媒体和自媒体场景客户。徐铭骏表示,他也找到了属于拍信的正循环:“数字创意内容边际成本较低,内容可重复出售,助力更多优秀的企业,让产品通过创意内容表达传播得更好,同时反向鼓励创作者更积极地生产内容。”

拍信初战告捷,徐铭骏却心里明白,拍信抓住了机遇,取得了一个阶段性的成功,谈创业成功还为时尚早。他清醒地意识到,在新消费新传播的营销环境下,企业、平台和公众号等对内容的需求是很“蓬勃”的,成功的营销需要好内容的支撑。未来,相关基础设施将对闲散、不标准或盗版的创意内容进行整合处理,为用户和版权内容创作者搭建桥梁,为企业和原创者提供方案解决问题,才是拍信在数字经济时代的真正使命。

徐铭骏的建议:未来的创意内容领域创业者应注重数字经济给灵活用工带来的变革,多关注行业变动,多利用互联网平台信息和现有载体,拥抱大平台与创意生态,而不是自己单打独斗。

C “有品类无品牌”机遇

传统的锅巴是咸味的,你吃过海鲜味、蟹香蛋黄味、肉松味、川味火锅味的锅巴吗?单价约8元一包的水军锅巴,在2019年全年营业额达到约1亿元,线上平台零售已经做到全覆盖,“水军”的足迹也遍布大润发、欧尚、大统华、罗森等主流线下零售和一系列零食小店。继2018年卖出了108382份锅巴后,去年双11活动,水军锅巴更是创下营业额300万元的成绩,打响“国民原创零食”品牌口碑。这一切的背后,站着一个刚刚“三十而已”的年轻小伙张愈龙。他用一片小小的锅巴,使“水军”坐稳了中国零食市场的一席之地。

张愈龙认为,抓住“有品类无品牌”的机遇,开创锅巴全新风味、打造吸睛包装,是他在零食行业创业成功的重要因素。“中国的人口基数就是零食行业的一项红利加持,而零食零

售市场还没有饱和,每年都在扩张,未来的创业空间比较乐观。”张愈龙认为“水军”的未来在于不断地开拓市场和提高知名度。



张愈龙的建议:做好产品、供应链和营销三大块。中国人的饮食文化源远流长,缺少品牌的优秀零食品类拥有潜在的开发市场,优质产品本身就是最大王牌。

(晚报记者 金恬伊 实习生 黄嘉琦)