



小黄鸭发卡卖爆了

杨倩勇夺冠军1小时,同款小黄鸭发卡
在淘宝爆发;“中国队YYDS”“我想吃
油焖大虾”等冠军金句登上了设计款中华
面碗;“我的时代来了”T恤3天上线……

在这场奥运盛宴面前,活跃在淘宝产
业带上的中小商家们正在用热搜反应力、
产品创新力、科技研发力这些全新的方式
诠释奥运经济。

杨倩夺冠1小时后小黄鸭发卡上架,冠军金句面碗、T恤三天上线

淘宝店主与时间抢销量

背后考验的是义乌商家和淘宝工厂的热搜反应力、产品创新力、科技研发力

本报记者 祝瑶

A 小黄鸭发卡平均每秒卖6件 产业带工厂随“热搜”而动

在全国人民关注杨倩为中国拿下奥运首金时,zozo品质发饰淘宝店主陈耿平,把目光放在了冠军头上的小黄鸭发卡上。

陈耿平说,夺冠1小时后,杨倩同款小黄鸭发卡在店铺上架:10分钟,店铺两位客服就收到了四五百个消费者的咨询信息;1小时后,销量已过万件。

“看到奥运健儿们在前线拼搏,我想用自己最擅长的方式记录下这些场景。”新品牌好巢创始人蔡泳训是广东潮州一陶瓷家族的“厂二代”,奥运健儿们的名言金句、破世界纪录的时间等等,成了像蔡泳训这样中小商家的灵感源泉,并快速拓展出充满创新力的“国潮”新品。

借着奥运东风,90后蔡泳训花3天时间迅速上线一款奥运金句面碗。“中国队YYDS(原意‘永远的神’)”、“我想吃油焖大虾”、“我外号小钢炮”……他把奥运爆火的冠军流行语集中呈现在了一只面碗上,并于8月3日上天猫预售。

在电商平台上,像蔡泳训一样创新“国潮”的淘宝

产业带商家还有很多。“我的时代来了”T恤、“他赢不了我”帆布包、“只要祖国需要我”抱枕、“稳了”手机壳……拒绝千篇一律的消费者,越来越愿意为个性买单,而淘宝工厂正通过优质的设计和完善的供应链,快速实现定制、生产全链路。

在浙江的产业带,这样“与时间抢销量”的爆款故事已经成为淘宝店主和工厂们的常态。热点事件一小时内,快速上架抢占第一波关注度,24小时内完成热销饰品的再生产,借热销势头线上线下批发零售同时推进。

在一个接一个的热搜后,义乌商家和工厂的“热搜反应力”在磨合中逐渐形成机制,也引发了义乌产业带的生产力变革。数据显示,目前在义乌淘宝商家背后,至少有2000多家优质工厂商家,15万饰品从业人员随“热搜”而动。

近几日,从义乌发出的小黄鸭发夹高峰期日均至少50万件,平均每秒6件。义乌商家的淘宝速度让奥运经济“更快”,也为奥运增添了新的消费理念。

3D运动员追逐技术 科技防中暑、云转播 奥运会上 这些黑科技 杭州造

本报讯 奥运会正如火如荼地进行,步入数字时代,各项黑科技也为疫情中举办的奥运会增添了不一样的色彩。3D运动员跟踪技术、奥林匹克转播云技术等纷纷亮相奥运赛场。你不知道的是,这些黑科技都是“杭州造”。

由英特尔和阿里巴巴共同开发的3D运动员追踪技术(3DAT),利用人工智能和机器视觉,让观众在田径短跑项目中增强观看体验。3DAT使用四部安装在云台上的高速摄像机,捕捉运动员的形态及动作,系统会将数据转换为叠加可视化信息,供全球观众在短跑赛事回放中随时查看。通过3DAT,观众能够了解到每个短跑运动员在何时达到峰值速度,并通过全套的比赛统计数据详细分析比赛的不同阶段。

奥运会上,运动员和工作人员还面临着酷热的威胁。组织者从阿里巴巴引进云计算系统,通过智能穿戴设备,可以实时测量工作人员的体温和心率,云端系统基于体温、心率和环境参数等,实时评估每位工作人员的中暑风险等级。面临高中暑风险的工作人员会收到系统发出的警报和防范中暑的建议。

另外,14个奥运比赛场馆也设置了暑热压力指数测量仪,用于监测温度、湿度和阳光直射或强光照射等环境热度参数。

阿里云与奥林匹克广播服务公司(OBS)合作打造的云转播平台OB-SCloud在东京奥运会上首次投入使用,为全球转播机构提供云上转播支持,这是奥运会历史上首次采用云计算支撑全球转播。据介绍,OBSCloud的出现让东京奥运会的国际转播中心面积缩小了25%,现场工作人员减少27%。

本报记者 张云山

B 互联网的“快”+中国工厂的“能” 让创意能快速落地

东京奥运会开幕式上,一辆动感单车让潘岩君有些激动。

这辆被全球人瞩目的单车,外形与自家品牌车辆太像了。这位浙江金华运动器械亿健的创始人,兴奋地发了一个朋友圈。

潘岩君说,国内消费者的需求变化快,淘宝天猫提供的专业数据反馈、用户分析,让他坚定必须要在产品创新上下功夫。2017年,它与天猫精灵联手打造智能跑步机亿健精灵ELF,全网销量已经超过81万台。

近两年火爆的智能运动“魔镜”,也是亿健科技创新的产品之一,从自主研发到投产历时一年半,风口上的“魔镜”也让很多投资人闻讯而来。

在潘岩君眼里,“魔镜”代表了中国健身产业智能化、数字化的结晶,“中国在物联技术上已经领先世界,加上软硬件的配合,未来会有更多可能。”奥运引发的运动热也让金华产业带迎来新的销量高峰,用科技力诠释了更强的奥运经济。

淘宝数据显示,过去一年,崇尚个性表达的消费者定制产业已达百亿市场规模。中小商家活力背后是持续不断的用户创新力,也唯有此才能走得更高更远。

数字经济智库首席研究员胡麒牧表示,中小企业活力与健康程度是国民经济发展的晴雨表,他们在奥



动感单车

运经济中的表现同样展现了国家产业发展的活力与创新力。

“中国工厂原本就有着完整的生产能力,它和淘宝这个消费趋势的风向标产生化学反应后,充分彰显出互联网的‘快’和中国工厂的‘能’,最终让一切热点和创意都获得快速落地的实现能力,也让人们的消费热情得到充分释放。”胡麒牧说。在这个奥运舞台上,中国工厂练就的数字化能力诠释了全新的体育经济。