

## 上线半托管新模式,助力商家打响品牌

# 多多跨境赋能台州制造“卖全球”



林盛的工厂正在作业

本报记者 鲁佳

“店铺起名要尽量迎合海外用户的思维方式”“欧美消费者更喜欢大胆明亮的设计”……近日, Temu 全国产业带对接大会台州站活动现场,关于 Temu 平台模式、商家扶持计划、选品方向乃至品牌培育的“小窍门”,让与会的数百家当地企业及工厂代表表现出浓厚的兴趣。

2022年9月,拼多多启动多多出海扶持计划,推出多多跨境及旗下电商平台 Temu,助力中国制造出海,至今已深入全国百余个制造业产业带。今年,多多跨境又持续在长三角、珠三角、京津冀以及胶东地区开展了数十场产业带对接活动。

台州作为“塑料制品的王国”以及“中国模具之乡”,是多多跨境倾斜资源、重点扶持的产业带之一。“我们期待 Temu 与台州更多产业深入对接,让台州传统产业通过这一先锋型跨境电商平台焕发生机,创造更好的扬帆出海前景。”台州市商务局副局长董杰表示。

### 跨境电商赋能台州制造

2023年,浙江外贸刷新多项纪录。根据杭州海关数据,2023年全年出口3.57万亿元,占全国份额升至第二,跨境电商是出口的增量之源;2023年浙江通过海关跨境电商平台出口1798.3亿元,增长47.8%。数据背后,是跨境电商对于传统外贸代加工、抢订单模式的变革,台州的模塑产业便是代表之一。

林盛(化名)的父辈经营家具收纳,拥有自家工厂。然而,由于技术门槛不高,订单越来越难抢了。

### 半托管模式是利好和机遇

在产业对接大会上,多多跨境相关负责人分别介绍了各品类的海外消费热点和趋势,“以运动户外品类为例,非常契合台州的模塑产业优势,春夏时期为欧美地区该品类的销售旺季。”

同时,多多跨境在今年3月上线半托管模式,对台州模塑产业擅长制造的大收纳箱、行李箱、冲浪板等体积大、重量沉的商品亦是利好与机遇。

半托管模式下,商家拥有自主决定权,可根据自身能力,灵活寻找仓库物流服务商,在海外仓实

林盛曾计划通过跨境电商获取海外订单,然而他在海外求学,既要经营网店,还要从大洋彼岸遥控发货、报关、仓储、履约等,这一想法最终未能实践。

Temu 上线后,林盛成为多多跨境首批入驻的商家,“全托管模式让我可以专注于网店运营,后续的报关、履约、售后等环节均由平台负责。”三个月内,林盛运营店铺订单量便增长了400%。毕业后,他回到台州,全身心投入自家工厂的跨境电商运营。

现本土发货,缩短了商品履约时间,消费者一般在2-7个工作日内便可收到下单商品。“像充气泳池等商品,货值不高但体积大,如果商家海外仓可直接发货,便能进一步凸显‘台州制造’好物优价的产业优势。”多多跨境相关负责人介绍道。

林盛再度成为半托管首批入驻商家,“这种模式极大缩短了物流时间,家居收纳领域有很多大件商品原来无法销售,现在产品品类和样式得到了极大丰富。”

### 助力商家打响自己的品牌

除了常规培训, Temu 相关工作人员表示,平台目前推出了多重举措扶持商家实现从“0”到“1”,包括新品上线秒杀、日常大促活动、广告引流等。针对优质商家,平台还推出蓝标/绿标店铺,为商家规划品牌发展路径,优质商家还可获得更多流量、资源扶持。“入驻平台只是第一步,我们希望引导商家提供高质量服务、供应高质量产品,以品牌打造的匠心经营店铺。”

“我们希望带着更多中国制造做大做强。20年前,我们的外贸模式是为海外品牌代工;现在

中国制造可以以自己的品牌出海,只要商品保持优质、保持销量,在全球消费者心中,这就是知名品牌。”活动现场,多多跨境相关负责人分享了一个平台上的渔具商家经营案例:该店铺入驻 Temu 的时间并不长,由于长期坚持丰富品类,提供优质产品和充足库存,在平台的扶持下,目前已成为蓝标店铺,拥有近万名粉丝、数万复购消费者、超过10万的销售量。“我们一定要珍视自己的品牌,用心打磨产品,不断积累粉丝,这样方能走得长远。”

## “酸奶碗”成新晋流量王

### 青年女性是消费主体,专家称对减肥不会有明显效果

本报讯 “是谁还没吃过酸奶碗?”“减脂人超爱!”“2024最火单品,宝藏酸奶碗。”……

《热辣滚烫》带来的减脂健身热,大风也刮到了食品界。今年,酸奶碗成了新晋网红减脂产品,席卷各大社交平台,私房自制的精美酸奶碗,成为健身达人的标配,但酸奶碗真的有辅助减脂的功效么?

### 酸奶碗成新晋流量王 青年女性是营销主要群体

打开各大社交平台,酸奶碗凭借其超高颜值和健康,还有超高的可搭配性,已悄然成为新晋流量王。截至4月18日,在小红书平台关于酸奶碗的话题浏览量已达6亿次,抖音甚至已经达到20.6亿次,



网红酸奶碗

自制酸奶碗相关话题播放量也超1000万。

鲜艳的颜色、轻奢的装饰、精致的摆盘,浏览了大量酸奶碗后记者发现,这样精美的外观造型,似乎远远超出了一般食物的范畴。

有人健身后来一碗,加点蛋白粉一拌,就成了“科技酸奶碗”;还有商家推出了“新中式酸奶碗”,比如云南滇红茶冷萃酸奶,一把茶叶拌入酸奶碗,还有加入黑芝麻、红枣甚至鸭屎香的酸奶碗。

不难发现,酸奶碗有一个特定的营销群体——青年女性。据抖查查数据显示,近30天来在抖音平台搜索酸奶碗的女性居多,占81%,其中18~23岁的女性为主要群体,占比近35%。

### 当酸奶界开“卷” 年轻人更爱吃“颜值饭”

在杭州,也冒出了一批酸奶创业者。

博主“酸奶脑袋”是杭州一位酸奶创业者,起初她是为了实现希腊酸奶自由,也想让大家尝尝美味的酸奶,售价30~50元不等,消费的年轻人居多。她在研发新产品的过程中,会在口感、色系、造型上进行协调,来制作外型较好的产品。

“太漂亮了,舍不得吃!”客户这样评价,除了卖得火的常规酸奶碗外,酷似油画的酸奶碗,吸引了一大拨颜值党。通过色彩搭配和磨砂笔触,酸奶碗为消费者带来了视觉上的享受,但与此同时,价格也开始蹭蹭变高,有的卖七八十元,甚至上百元的。

爱吃酸奶的赵女士告诉记者:“如果价格在百元

之内,我愿意购买这类高颜值酸奶碗,但只为图个新鲜尝试一次。”

高昂的价格促使年轻人开始自制酸奶碗。淘宝一款售价29.8元的酸奶过滤器销量已超4万份,通过自制低脂产品营造健康、自律的人设。

### “饱腹”又“低热量” 酸奶碗真能减肥吗

搜索酸奶碗测评相关话题后记者发现,酸奶碗也并非都是好评。有不少网友表示,吃酸奶碗后有上瘾、体重上浮的趋势。

“太浓稠了,吃了一周,胖了2斤。”网友山竹说。还有人说,酸奶碗脂肪含量不低,而且搭配了坚果、水果,添加了一堆东西,热量蹭蹭上来了。

行业从业者“酸奶脑袋”也不认为靠酸奶碗可以减肥,减脂还是少吃有效果。

天津商业大学生物技术与食品科学学院教授刘爱国告诉记者:“如果这些酸奶碗是用无糖酸奶做的,从营养成分表看,能量值并不高,蛋白质含量较高,再加上酸奶本身含有益生菌,基本上还是比较健康的。但如果脂肪含量过高,对于减肥也不会有明显效果。”

中国食品产业分析师朱丹蓬也提醒广大消费者,肥胖其实更多是由于碳水的过多摄入,以及运动的缺失,适度食用酸奶可补充身体所需优质蛋白。但酸奶类产品目前属于食字号,并未拿到健字号资质,过度宣传酸奶可以减脂或涉嫌违法违规。

本报记者 杨婧 何冷瑶