

赋能小微商户 各店履行社会责任显担当

梅文

近日,国家发展改革委等13部门发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》。值得注意的是,《意见》积极鼓励探索线上服务新模式,激活消费新市场;鼓励发展新个体经济,开辟消费和就业新空间,具体而言,就是要积极培育新个体,支持自主就业。进一步降低个体经营者线上创业就业成本,提供多样化的就业机会。支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业。

个体经济作为国民经济收入的重要来源和解决就业的重要支撑,是推进实体经济发展的关键抓手之一。数据显示,目前全国有2000多万小微企业、7000多万个个体户,但是由于小微商户、小微个体缺资金、缺品牌、缺团队的痛点,他们的发展却非常艰难,步履维艰。如何借助新一代互联网技术助力千万小微和个体任重道远,当前,以各店为代表的新型电商平台通过联合个体创业,借助创新模式、创新技术,正在为缓解这一难题提供可借鉴思路。



各店创始人李煜

创业初心不变 纾困小微个体

小店经济是就业岗位的重要来源,是人间的烟火、中国的生机。然而在线新经济蓬勃发展势头迅猛的当下,个体经济挑战与机遇并存,在传统电商模式中,大品牌垄断之下,小品牌企业步履维艰。一叶知秋,从每年“618”或“双11”的交易数据来看,基本每个品类的销售量前十名的品牌就占了交易量的90%以上,而同品类的小微企业基本上没什么销路。

各店创始人李煜表示:“我们希望创新一种电商模式,赋能这些个体店主们,为他们插上互联网的翅膀。让千千万万的个体店主联合起来,通过线上线下融合发展,借助人工智能、5G、互联网、大数据等智能交互技术,通过各店的APP和小程序、线下万销社群,让个人和企业都可以开设自己的网店。”

激活私域流量 联合创业共享商品

李煜是一位拥有20年互联网技术经验的连续创业者,也是以美团、今日头条、微医三大独角兽为核心的互联网“龙岩军团”的一员。他是较早一批应用HTML5技术的研发人员,也是国内领先一批将云计算应用在教育领域的人。他率先将国际先进的响应式技术应用于自助建站,所以他有敏锐的眼光和互联网基因,对互联网领域的发展趋势也有着独到的见解。

被巨头们垄断的公共流量已经成为一片很难分到蛋糕的红海,“近几年,随着社交电商的发展,我们觉得私域流量是拯救中小品牌的路径,它的分散性不太容易被超级品牌或公司占领。”李煜分析。

所以,各店激活线上+线下的私域流量,每个加入这个生态圈中的个体都能为彼此的生意赋能和助力。与普通的电商平台不同的是,各店上的商家和分销者可以“共享商品”,各店提供的是去中心化服务,商户不用投入巨额广告费拉流量,而是店与店之间联合,互为供销关系。每位店主既是供货

正如马云所言的让天下没有难做的生意,各店秉承着让小生意更好做的愿景,只为小企业、小品牌、小个体发声,为他们谋利,为他们赋能,开各店,创各业,赢在联合。这正是2019年李煜创办各店的初心。

这样的初心、定位和模式也源于李煜过去多年的创业历程。李煜曾创办云教育,将云计算应用在教育领域,应用于3000所学校。2013年他创办“突唯阿”,将响应式技术应用于自助建站,服务了七万多家企业。在这个过程中他见证了许许多多的小企业倒闭,深感小微企业经营的不易,也亲眼看到那些小微企业、个体店主们的生存之难。

“我们希望商者有其店,我们的方针是利国利民、合法合规、顺势顺势、齐心协力,我们肩负帮助1000万人年收入20万的使命。”李煜表示。

商,又是分销商,同时也可以为消费者,即供货方有货想要分销时,便可以一键上传到各店的“供销站”中,店主可以在其中选择想要销售的产品到自己的店铺,然后通过朋友圈或社群分销出去。

各店着力营造产业发展新生态,开放平台资源,不为平台导客户,保护商家的客户不外流,从而维护自己的人脉圈。各店平台也提供社群、圈子、市场等多种社群社交推广支持。各位店主可以把自己想要分销的产品发到群中进行展示介绍,看中商品的其他店主便可以上架到自己的店铺中售卖。线下,各店创办了社群“万销社”,帮助店主线下交流对接展示商品进行自由对接。

值得一提的是,各店平台上的所有商品由其店主一件代发、自动分账,不用代理商家压货、囤货,免代理费。另外,李煜介绍,各店作为研发与功能转化型平台,还创造了“接龙购”的功能,包含团购、群接龙、秒杀、砍价、分销等功能于一体,即在规定的时间内发起团购,人数越多,商品的单价越低。

全国布局提速 走出“各店”速度

正是基于这样的创新模式,各店快速发展,自2019年11月1日上线以来,注册用户已经超过7000家商户,在售商品超过2万+。而各店创新脚步不会停止,全国布局提速,正在走出“各店”速度。

7月10日,各店作为社交电商平台,秉持着惠及千家万户的社会责任感,本着“共创、共建、共荣、共享”的宗旨,开启全国合伙人招募大会,本次杭州招募大会是各店走出上海的第一步,标志着各店在电商之都开启全国布局。

7月24日,“开各店 创各业”的高铁冠名列车从上海虹桥站启程,开往深圳。沪汉蓉高铁作为我国“八纵八横”铁路网中的重要“一横”,是连接长三角经济圈、武汉城市圈、成渝经济区的大动脉,串联起了上海、南京、合肥、武汉、重庆、成都等中国东、西部经济发达城市,不断刺激着沿线城市的发展与崛起,对推动西部大开发和实施可持续发展战略具有重要意义和作用。

此次各店高铁冠名列车,一路驰骋于

沪汉蓉高铁线上,沿途辐射庞大客流人群,吸引潜在合伙人及消费人群,助力各店迎来品牌发展新突破,进一步提升各店品牌形象的知名度及影响力,让越来越多的人认识各店、了解各店、关注各店。

以上海为中心,辐射长三角,覆盖全国,各店的生态版图正在逐步扩张,“朋友圈”也正在扩容。

“我们计划今年开50万家店,明年开到200万家,通过线上+线下联合卖货,让每个加入的个体做好小生意。”李煜表示。

线下主要通过万销社,为什么叫万销社?李煜进一步解释,因为各店的目标要实现三个万。一是在全国建立一万个分社,可以在同一天同时举办一万个产品供销路演对接会,总参会人数达到100万。二是每年在上海举办一场一万家商户参与的产品供销展览会。总参会人数超过100万。三是每年从万销社中精选100个产品,联合1万家店分销,实现1个产品单日销量突破10万单。

促进就业+精准助农 践行企业社会责任

各店在快速发展的同时不断践行企业社会责任,一方面通过联合创业促进个体就业,另一方面借助平台优势为精准扶持“三农”发展提供助力。

各店以利国利民为宗旨,打造在线新经济的新模式、新样板,带动中小微企业的发展,为就业创造更多机会和空间。而从各店销售的产品种类来看,各店希望借助互联网的优势帮助更多的农户群体就业致富。

前段时间,各店举办的爱心助农线上接龙活动,帮助一位农户在一天时间内接单179份,售卖出1800斤橙子,这比生意上

赚了钱更让李煜开心。

据了解,目前各店销售的产品种类大多以农产品为主,尤其是今年疫情以来,很多地区的农产品滞销,通过社交电商的形式可以帮助更多的农户获得最大的收益。李煜介绍,各店正在计划推出“千县万社”的计划,他们将与1000个县谈合作,上架农产品到各店上分销。

“开各店、创各业、赢在联合”,踏上新征程的各店正在通过不断地创新和探索,赋能在线经济、助力个体小微,践行着肩负的使命和责任。

