

网上中国

精准供需匹配,畅通产销对接

## 线上个性化定制消费“随心选”

海外网 李雪钦

在电商平台搜索“定制”可以发现,小到蛋糕、雨伞、背包、衣服、鞋子、手机壳,大到窗帘、地毯、灶具、电器、汽车,更有体检、健身、旅游、装修等个性化服务,可谓“万物皆可定制”。专家认为,让消费者随心选择的线上定制消费日益走俏,反映人们消费需求的个性化、多样化、品质化,也折射出生产与流通企业加快数字化转型,创新商业模式,让供需匹配更精准。

## 用户深度参与

“杯子图案是我喜欢的绘画作品,底部还刻有我的笔名。太惊喜了!”近日,杭州姑娘毕霞收到了朋友送来的20岁生日礼物——一款定制水杯。

只需给商家提供一张图片,即可定制独一无二的个性化产品。“就连手机数据线定制图案这样的小众需求,都有卖家能够满足。参与设计让人有成就感。”淘宝平台相关负责人说。

想要定制一台洗衣机,消费者只需打开电器厂家APP,提出个性化定制需求,设计人员就能在系统平台上给出“独家”解决方案。厂家会协同设计、制造、供应链等资源,立即排期生产。

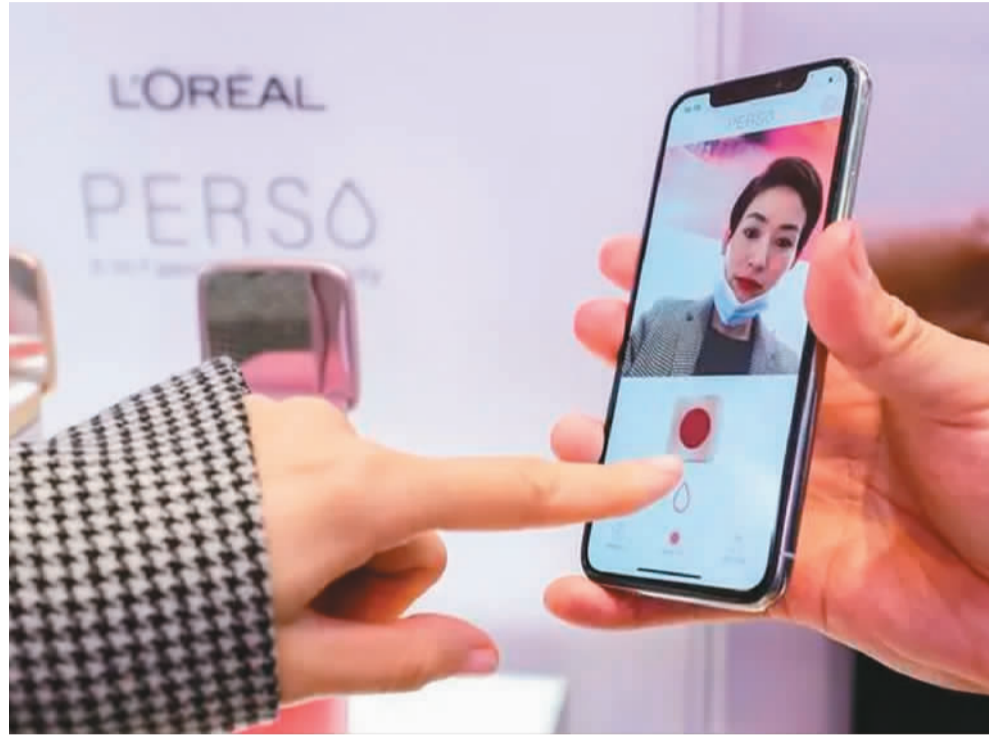
除了各类个性化商品,定制服务也受到年轻人的青睐。比如,在旅游定制平台上,只需提供出发地、目的地、出行日期、人数等信息便可一键下单,平台会按照游客预算,根据吃、住、行、玩等方面的具体需求来迅速设计出方案。“游客下了订单后,我们会建立包括游客、司机、导游等人在内的

在线沟通群,随时跟进行程。”一家在线旅游平台负责人说。

据了解,不少新人会选择“小而美”的婚礼,追求更时尚、更个性化的风格。线上一站式婚礼解决方案可以按照新人的喜好专门进行设计,从婚庆策划到婚宴全程负责,还可以承办婚房装修装饰、家具家电购买等服务。

“线上定制是一种以消费者需求为导向的定制化服务模式,可以为消费者提供更加个性化、精准化的产品和服务。”华东师范大学经济与管理学部教授许鑫接受本报采访时说,每个人的需求和喜好都不同,因此,传统大批量生产很难完全满足消费者的个人需求,而在线定制消费能够按照顾客的需要,为顾客提供具有个性化的商品和服务。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长史宇鹏接受本报采访时说,线上定制能够满足供需匹配的精准度,满足了消费者日益旺盛的多元化需求,也有助于充分挖掘潜在消费需求,推动消费升级。对于企业来说,线上定制能够提高消费者黏性,降低库存、营销等中间环节成本,提升企业盈利能力。



用户在某化妆品线上平台定制选择自己喜欢的唇彩。

新华社记者 张玉薇摄

## 商家瞄准新机遇

消费端有需求,供给端就发力。在福建省莆田市双驰实业公司智能化制鞋工厂店,一台个性化定制设备可识别消费者的足部特征及数据,消费者选好自己喜爱的款式、颜色、图案等,一键下单后,数据马上传到工厂智能系统,一双“最懂脚的鞋”就诞生了。

家住浙江省平湖市的王女士在电商平台开了一家女装定制店铺,近两年生意越来越

红火。“年轻顾客比较有想法,喜欢自己选料选款,对服装制作也蛮感兴趣,我们根据顾客意愿量身定做,让顾客称心如意,回头客越来越多,我们也没有库存压力。除传统西装、时装外,个性工作服以及中式婚礼服饰等也很受欢迎。为了达到更好的定制工艺,店铺引进了更多设计师和制造设备。”王女士说。

据悉,尚品宅配线上平台推出“随心选”全屋定制新模式,借助数字化技术搭建“设计工厂”,涵盖柜类、软装、电器、智能家居等品类,

能够根据客户需求和设想迅速给出定制方案。“让消费者‘随心选’,需要数字化技术和强大的供应链管理。数字化不是一种单一手段,而是通过整合企业用户、数据和资源等要素,实现从点到面的转型。”尚品宅配相关负责人说。

“在线上消费定制方面,需要提升产品质量和交货速度,构建出一个良好的服务和沟通渠道,让消费者的信任感和满意度得到增强。”许鑫认为,通过大数据、人工智能等技术来对消费者的行为、需求、偏好等进行分析,提供更精确的个性化服务,有助于公司对产品设计与生产进行更好的管理。此外,企业还要对在线消费定制的产业链进行更深层次整合,与供应商、物流、支付等各方建立起协作关系,从而达到高效、可靠的定制服务过程,提升整个产业链的效率,降低生产成本。

## 按“需”定制日渐流行

将消费者同生产线连在一起,互联网平台是不可缺少的媒介。国务院办公厅去年发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》提出,畅通制造业与互联网平台、商贸流通企业产销对接,鼓励发展反向定制(C2M)和个性化设计、柔性化生产。

按“需”反向定制逐渐流行,国内众多生产企业设立了“反向定制”智能工厂等,各大电商平台也加快布局“反向定制”模式:消费者可以通过电商平台下单,厂家接收消费者的个性化需求订单,然后根据需求设计、采购、生产、发货。

在定制模式迅速发展时,还有一些问题亟待解决。有消费者反映,购买定制产品,担心售后服务。中国消费者协会相关负责人表示,定制消费中的各项服务规则有待进一步完善。比如,在售后维修保养等环节,定制商品退换货比较难,若出现质量问题需要维修,可能面临因成本较高而供需双方难以达成一致意见的情况。再如,有些定制商品或服务的计费规则不透明,消费者没有足够的知情权。

史宇鹏说,定制化生产的基础是消费者个性化的数据。因此,发展定制消费市场,要特别注意加强对消费者隐私的保护,防止信息泄露,让消费者放心大胆地进行定制化消费。此外,相关部门也要加强对定制商品的质量监督,确保商家在定制内容上下大力气的同时,不在产品质量上偷工减料。

截至去年12月,中国短视频用户规模达10.12亿——

## 今天你“刷”短视频了吗?

本报记者 杨俊峰

在通勤的地铁上、等车的马路旁、忙碌间隙、睡觉之前……随手刷一下轻松有趣的短视频,已经成为许多人的生活日常。中国互联网络信息中心日前发布的第51次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至去年12月,中国网民规模达10.67亿,短视频用户规模达10.12亿,用户使用率高达94.8%。专家认为,短视频与直播、电商、教育、旅游等行业叠加,逐步渗透至网民的生活全场景,成为全民的生活应用。

## 人人都有展示机会

皮肤黝黑、讲闽南方言的阿俊,从一位阿婆那里买回几块豆腐,经切块油炸后,塞满肉末,调好底汁,再放入砂锅焖煮。没过多久,香喷喷的豆腐煲就出锅了。配上米饭,阿俊和母亲的晚饭简单又可口——这条短视频在抖音平台点赞量超过200万,并入选2022年抖音年度高光时刻。“太治愈了”“口音好温柔,想家了”“这才是人间烟火气”……网友纷纷在该视频下留言。

“闲不住的阿俊”是短视频平台上创作者的一个缩影。这些创作者中,有记录乡村生活的农民、科普医学小知识的医生、说走就走的旅行者……在短视频平台,人人都有展示自我的机会。

专家认为,随着行业的发展,短视频内容不断丰富,带动用户规模增长和黏性加强,成为移动互联网时长和流量增量的主要来源。由于短视频创作具有灵活性、娱乐性、门槛相对低等特点,对时长与拍摄要求不高,因而深受网友喜爱,逐渐呈现出全民参与的趋势。

## 有效助力电商运营

一部手机、一台三脚架,95后蒙古族姑娘乌音嘎将镜头对准家乡——内蒙古自治区锡林郭勒盟,分享牧区生活的点点滴滴,让更多人

了解真实的草原。大学毕业至今,乌音嘎全网粉丝量积累至200万,视频播放总量超过4亿人次,她还帮助家乡牧民销售了总计1000多万件的农特产品。

90后姑娘“@洪湖赵美丽”返乡创业,走进藕塘跟泥巴打交道,让家乡的莲藕、藕粉等特产登上更多城市家庭的餐桌;大学生“@甘肃胖娃娃在助农”毕业后素颜直播带货,只为展现农产品最真的样子;58岁的非遗传承人何青,借助“@何姐聊收藏”账号打开守护花丝镶嵌老技艺的新渠道,受到众多年轻人喜欢;“@清华妈妈马兰花”在直播间分享好书的同时,不断突破自己,为更多家庭发掘有助于亲子关系培养的桌游和玩具。

短视频平台近几年拓展电商业务,“内容+电商”的变现模式已深度影响用户消费习惯。专家认为,庞大的短视频用户群蕴藏着消费市场新蓝海。短视频本身就是一种重要的营销渠道和商业载体,可以作为电商运营的一种有效方式。

## “硬核”知识入千家万户

随着短视频在全民生活中的普及,一批以知识分享为主要内容的短视频账号也如雨后春

笋般涌现,许多“硬核”知识通过互联网进入千家万户。

据悉,抖音推出《十万个为什么》系列短视频,院士教授、科普机构、文化名人及抖音科普创作者等积极参与,通过实验、动画、实景装置等进行视频讲解,为青少年提供权威科普知识和科学启蒙。

“比一下各国的航母,能看出多少不同?”“核动力火箭再掀热潮,《三体》中的构想可行吗?”……这些以前沿科技为背景而又脑洞大开的提问,在短视频平台随处可见。线上科普达人孙斌认为,短视频实现了从媒体的单向输出到与观众双向交流互动的过渡,使得用户的黏性更强,知识科普作品的生命力也就更强。

短视频创作平台为越来越多的专家学者提供了分享观点和见解的舞台。知识短视频编导钟晓雯曾经做过文字编辑,她明显感觉到,由于网友阅读和观看习惯的差异,视频和文字的叙事方式也要作出明显区分。“阅读产业类文章时需要一种专注度,而网民对短视频学习的预期是轻松而不是枯燥。理想的短视频语言应该像脱口秀一样,有观点、有趣味,引人入胜。”钟晓雯说。



河南省洛阳市新安县铁门镇依托辣椒种植的地理优势,以千唐红农文旅融合示范带为统领,规划辣椒种植基地,并运用5G、物联网、大数据等现代信息技术,创建5G数字辣椒示范基地,利用5G无人驾驶辣椒直播机,实现施肥、旋耕、铺管、覆膜、播种一次性作业。图为3月14日,新安县铁门镇千唐红5G数字辣椒种植基地,5辆无人驾驶辣椒直播机正在田中作业。张怡照摄(人民日报)

## 全国法院电子送达文书可在线核验

本报北京电(记者魏哲哲)记者从最高人民法院获悉,经各级法院共同努力,全国3500多家法院的电子送达文书均支持电子送达文书在互联网司法区块链平台或人民法院在线服务小程序进行在线核验。至此,人民法院今后送达的每一份电子文书均将实现区块链存证验证。

如当事人对所接收的电子送达文书真实性存疑,或案件审理完成后,当事人依照电子送达文书执行需第三方机构参与,第三方机构对当事人提交的电子送达文书存疑时,可经互联网司法区块链平台或人民法院在线服务小程序对电子送达文书进行在线核验,确保数字时代每一份电子送达文书的真实性、权威性,从根本上解决电子送

达文书易篡改、难验证等群众急难愁盼的问题,更好地维护当事人诉讼权益和经济社会发展大局。

最高人民法院坚决贯彻落实网络强国战略思想、数字中国建设重要指示精神,高度重视区块链技术在司法领域应用。2022年5月25日,最高人民法院发布《最高人民法院关于加强区块链司法应用的意见》,利用区块链技术实现电子送达文书存证验证从而确保司法文书权威是其重要场景之一。2022年12月29日,最高人民法院电子送达文书支持实现司法链在线核验。

据了解,下一步人民法院将继续大力推进区块链技术在司法领域的应用,促进法治与科技深度融合,推动智慧法院建设迈向更高层次。



游客在重庆市黔江区阿蓬江镇大坪村阿蓬江畔的油菜花田拍短视频。

杨 敏摄(人民视觉)