

发现热点、灵活应变、快速生产——

接流量，商机这样变成生意

本报记者 李婕

一部影视剧带火一本书，一集综艺带火一身穿搭，一首热门歌曲带火一款果酱……从热搜到热销，从激情下单到连续接单，流量正转化为实实在在的交易。但热点来去飞快，商家是如何敏锐洞察，“瞬时”接住流量，将商机变成生意的？记者采访了几户商家，听听他们的故事。

发现商机：“这一款可能会火”

很多观众记得，2023年年初，电视剧《狂飙》热播。当大家热情谈论剧中的人物、情节、故事走向时，杭州本本电子商务有限公司副总经理辛向东和同事们把目光聚焦到了那本剧中经常出现的蓝皮书《孙子兵法》上。时刻紧跟热点的敏感性让他们觉察到“这本书可能会火”。

果不其然。“当时全国很多商家都在卖，但怎么卖也跟不上消费者下单的速度。”辛向东说，原本《孙子兵法》就是国学板块比较稳定的热销款，常年备货不少，但电视剧热播期间供不应求，工厂加急印刷，还在那时候开启预售模式。“从全国市场来看，销量是指数级别的增长。”

这并不是个例。电影《流浪地球2》热映期间，同款机器人众筹火爆；电影《满江红》让许多电商店铺相关字画库存见底；国产动画片《中国奇谭》热映，首批动画周边产品上架即售罄。

如果说这些只是热点带火了商品，有些商品则是顺应热点从无到有创造出来。

乌梅子酱您听说过吗？没有就对了。很多人听说这个名词，是从一首2023年热门的同名歌曲开始的。可乌梅子酱究竟是什么东西？好吃吗？一些消费者选择去电商平台搜搜看，没想到，真有商家做出来了。

福事多是其中之一。“记得那会儿是二三月份，歌曲很火，我们刚好每月有产品上新需求，大家觉得可以试试看。”福事多天猫运营主管程麒需说，乌梅子酱原本不是商业化的产品，但他们通过调配原料做出来，味道竟然还不错。上市后单品销售额达到两三百万元，哪怕在成熟的商品里，这也是相当不错的成绩。

乌梅子酱、“卡皮巴拉”，每当网络流行梗出现，一些消费者习惯第一时间上电商平台搜索衍生商品，这让平台和商家洞察到商机。

“很多年前，我们就已经通过搜索趋势变化关注站内消费热点的变化。”淘宝热搜负责人吴桑怡介绍，2023年初淘宝决定上线“淘宝热搜”，同期开始系统性捕捉并呈现消费热点，上线趋势洞察系统。

“社会热点与消费现象在淘宝等电商平台上的交融日益显著，反映出消费者购买行为受到社交媒体、流行文化和时事话题的深刻影响。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为，这一现象凸显出即时性、个性化、情感化消费以及社交驱动购物等新趋势。

组织生产：“能有多快就多快”

从影视剧热播到歌曲走红，网络热点来去匆匆。敏锐洞察之后，商家是如何在热度持续之时完成生产、上架、销售、配送等一连串动作的？

用网友的话讲，“这‘泼天’的流量可不是谁都能接得住的”。追上热点，需要敏捷的好身手。

一般情况，福事多推出一款新品需要两三个月，但乌梅子酱这款产品从无到有，从构想到上架，仅仅用了一个月时间。

“基本是公司一个会议就敲定了要做这款产品，进度则往快了赶，能有多快就多快。”程麒需记得，当天会议后，公司商品部赶紧开始研发调制，3天左右就拿出了样品，然后经过口感调试、检测、包装、上线等流程，凭借自有工厂力量，4月份，这款新产品就出现在了福



▲春节前夕，正是湖北省宜昌市秭归县脐橙销售的高峰时期，果农和工人们抢抓时机，将脐橙通过电商等渠道销往全国各地。图为1月21日，工人在该县一电商产业园里包装脐橙。
郑家裕摄（人民视觉）

►近日，在江苏省淮安市洪泽区双沟镇青云社区，工作人员正为一电商企业赶制宠物服饰。
刘彬摄（人民视觉）



事多的天猫货架上。

但有的时候，组织生产并非易事。

“随着订单增加，最先要解决的是面料问题。”一集热门综艺，让淘宝服装店铺FUSSED被不少网友发现，店里出售的一款节目中同款连衣裙尤其火热，但也给生产带来了挑战。FUSSED店铺主理人庄世谦说，这款产品使用的是特殊花纹的定制面料，面料没有现货，需要与面料商一起协调跟进才能保证生产。

“热点往往时效快，品牌需要有较快的反应速度、快速组织生产，及时交付短期内突然增加的订单。”庄世谦说。更多时候，追上热点需要行业协作，共同出击。

“当时已经春节放假了，但我们马上行动起来，方方面面一点也没耽误。”回忆起《孙子兵法》热售时的情形，辛向东说。判定形势后，他们做了3件事：先是拿货，火速联系库房和出版商出货，市面上零售商多，但供应商就是那些，“谁反应快，谁就能先拿到货”；同步反馈给出版商，加急印刷，把上游供给的阀门打开；然后加大运营力度，让大家打开电商页面就能搜到商品、链接店铺。

不仅如此，杭州本本电子商务有限公司还和更多友商牵手合作，共享库存、共同售卖，尽最大可能接住了消费者的购买热情。电视剧热播这段时间，公司电商店铺这册书籍的销量是过去全年的20倍以上。“这还只是保守估计的我们一家店铺的销量，合作店铺的总销量更不止如此。”辛向东说。

在洪勇看来，要成功捕捉并利用热点，将其转化为商业价值，需要平台和商家具备快速响应能力，既能精准定位、做好创意设计，实现供应链的协同配合，也能整合营销推广及渠道资源，确保产品满足市场需求。

反思流量：“实力与运气相匹配”

有人可能会问：当流量来过、热度过后，商家能留下些什么？

如今再去电商平台上搜索，《孙子兵法》、乌梅子酱和综艺同款服饰仍然摆在商铺货架上。正如一位商家所言：“大家冲着热度来，尝试过后，不喜欢的会离开，但喜欢的会留下来。”从拓展客群的角度看，流量仍然意味着机会。

“流量可以帮助品牌短暂破圈，接触到原本客群以外更多的潜在客户。做好产品与服务才能承接住流量、把潜在客户沉淀为品牌粉丝。”庄世谦说。程麒需也认为，从全年的销售大盘来看，某个火爆单品带来的销售额可能不会占比太大，但它会带来新的客户，有一些从未来过店铺或从不了解品牌的顾客也会进店来逛一逛，即便这次没买，下次也许就会消费。

在辛向东看来，追上流量热度，就好比日积月累的经营中一个小小的亮点。一家店铺，不可能全部靠热点去生存。但契合热点的背后，一定意味着这家店的某些能力特质。“只能说，实力与运气相匹配。”他说。

的确，一家企业、一间商铺真正的实力，需要在漫长的时间里慢慢打造，但能够承接住流量，说明它们一定做对了什么。比如，谈到《孙子兵法》的热销，辛向东会介绍，他们每年精心策划寒暑假、全民阅读等图书活动，店铺书籍超1万多种，每年更新20%的商品目录。这些，是他们捕捉流量热点的实力基础。

“商家对社会热点的快速跟进，既体现了市场反应速度 and 创新能力，也对电商平台的商品和服务供给产生了积极影响，包括丰富商品种类、提升更新速度、提高用户活跃度和实现差异化竞争等。”洪勇说。

未来，这些商家还将如何与流量互动？

他们普遍表示，敏感度肯定是要有的，关注热点越来越成为电商平台店铺运营的日常。“例如在直播与品牌内容制作上，社会热点会让品牌与粉丝产生共鸣、拉近距离，但也要考虑到热点和品牌形象与品牌故事的相关性。”庄世谦说。

“下一次，可能反应更快，同时会用更多办法让新来的客户留下来，让热点更多地沉淀下来。”程麒需说。

在仓库里开书店、在铁轨旁办秀展、在厂房里喝咖啡，过去废弃的老旧厂区摇身一变，成了今天别具特色的文创园。

自成为全国首批城市更新试点城市以来，北京积极推动老旧厂区改造。《北京市城市更新行动计划（2021—2025年）》（以下简称《行动计划》）指出，老旧厂区更新改造要充分挖掘工业遗存的历史文化和时代价值，发展现代服务业等产业业态。

笔者走访发现，这些经过改造的老旧厂区在保留原有特色的同时又焕发了新的活力。

——智慧化运营服务，吸引产业集聚。

从北京地铁10号线知春里站B口出站，左侧是始建于1958年的北京卫星制造厂有限公司中关村厂区旧址，也是中国第一颗人造卫星“东方红一号”的诞生地。改造后的北京卫星制造厂科技园保留了老厂房建筑的红砖外立面，散发着工业气息。

“我们将卫星元素、纪念景观融入园区改建设计，最大化保留了航天文化的精神。”北京卫星制造厂科技园城市更新项目工作人员告诉笔者，园区计划在五号厂房建设“两弹一星”博物馆，更多承担教育功能的文化展示区也正进一步规划落实。

在这一改造项目中，园区的智慧化、定制化运营服务，吸引了产业集聚。目前与科技园签约的3家企业分别主营信息科技、健康医疗、高端智能制造。“我们通过平台化的智能管理系统和全方位定制化运营服务，助力企业提质增效。”园区招商中心负责人赵元章表示，在园区聚集高新产业，既符合海淀区的产业定位，又充分利用了卫星厂的地理位置和资源优势，还能让企业体验到精准服务。“这是企业和园区双向选择的结果。”赵元章说。

——融合消费新业态，满足不同需求。

位于朝阳区东坝乡的首创·郎园Station是北京纺织仓库旧址。在改造过程中，园区保留了一条2.23公里横穿南北厂区的专用铁路，将铁轨和部分站台打造成7000平方米的“中央车站文化广场”。以铁路为轴，30座旧仓库被划分出了不同经营区域，涵盖咖啡馆、餐厅、美术馆、综合剧场、书店、图书馆、运动体验馆、亲子乐园、城市复合空间等，致力于打造不同的消费场景，满足多元的消费、文化需求。

据统计，2023年郎园Station共举办了15场大型活动，包括设计师秀展、艺术市集、“慢闪”等，让消费者充分体会到工业遗址与现代艺术、商业消费相结合的魅力。

——发挥平台优势，培育新兴产业。

《行动计划》指出，老旧厂房要利用腾退空间建设产业协同创新平台，推动传统产业转型升级。同时发展新产业、新业态，聚集创新资源、培育新兴产业。

在郎园Station，占地面积超过1万平方米的东坝数字文化产业基地里，有各类摄影棚、机房276个，园区已成为知名的影视文化产业聚集地。

在园区聚集产业资源，有哪些独特优势？“园区具备产业运营和平台优势。”东坝数字文化产业基地相关负责人表示，基地在园区已经形成的新消费品牌和场景基础上，围绕衍生态态链补链。同时，园区为影视企业开展投融资、版权交易、法律财税咨询等增值业务提供服务窗口。郎园Station已被纳入北京市广播电视局20个审批事项“试营”政务服务窗口。

《行动计划》明确，到2025年，有序推进700处老旧厂房更新改造、低效产业园区“腾笼换鸟”。目前，北京多地老厂区已“旧貌换新颜”，成了兼具历史文化底蕴、城市消费活力、现代生活方式的商业新地标，也为城市发展注入了新活力。



近年来，北京市朝阳区通过工业厂房改造利用等方式，转型升级百家特色文化产业园区，让老工厂焕发新生机。图为利用老旧厂区改造的郎园文创园区。

新华社记者 李欣摄

卫星制造厂成科技园、纺织仓库变文创园

老厂区焕发新活力

徐佩玉 唐敏安

中国5G移动电话用户达8.05亿户

本报北京1月22日电（记者李婕）工信部日前发布的数据显示，截至2023年底，中国累计建成5G基站超过337.7万个，5G移动电话用户达8.05亿户，网络底座进一步夯实，网络应用不断丰富。

▲近日，在菜鸟网络山东省东营市广饶县快递集中配送中心，大型全自动环线交叉带分拣机正在对包裹快速分拣。该分拣系统采用5G和物联网技术等，将快递分拣时间由行业平均的每单1秒压缩到0.1秒，每小时分拣量可达4.5万单。
周广宇摄（人民视觉）

中国建成全球最大的光纤和移动宽带网络，全国行政村通5G比例超80%。5G移动电话用户持续增长，5G流量消费快速提升，促进了裸眼3D、云手机等新兴产业蓬勃发展，有效拓展了移动通信市场的发展空间。此外，5G技术产业在技术标准、终端设备等方面创新能力不断增强。根据研究机构测算，预计2023年5G直接带动经济总产出1.86万亿元，比2022年增长29%。

工信部有关负责人表示，下一步将会同产学研用各方，加强跨部门协作，持续推进5G应用规模化发展取得新成效，为推动经济社会高质量发展提供坚强保障。

