

观澜

27岁女孩接班成“厂二代”

成功带领服装工厂转型

近日,据相关平台数据,不少“厂二代”已接手家族业务,传统工厂的业务经营模式和理念也随之变化。过去老一辈创业者只需扩大生产、低价竞争即可获利的高速增长期不再,“厂二代”需要在存量市场中寻找机会。接手了家里的羊绒大衣工厂的“98年女老板”黄渝湘就是其中一个。

1998年出生的黄渝湘已经接手家里的羊绒大衣工厂两年,是个地道的“厂二代”。虽然接手时间还不长,但已经主导了工厂的运营。从没有现金流的开局,到现在一个平台就能卖上千万。

开局苦于没有现金流

“开始接手的时候,工厂有些变故,现金流没有,高管离职,只有几百万元库存的衣服。我们厂是非常传统的服装工厂,所以当时就是尽快把衣服卖掉,变库存为现金流。”

黄渝湘称:“我接手后马上就进行了转型,做线上零售,把羊绒大衣和混纺的大衣全部进行直播,用电商消化掉,变成现金。这两年业务从B端慢慢转移到C端,很多平台已经切入得不错,也越做越好。”

黄渝湘表示,这个过程其实对她来说不是太难。学会计专业的黄渝湘,2020年毕业就进入京东做了三年采销经理,然后去Shopee东南亚跨境电商做了一年服装采销经理。

“秉承互联网对我的教育,还有我对外贸市场的感知,所以回来接手的时候,我很快就把电商知识



“厂二代”黄渝湘。吴涛 摄

运用到传统工厂身上。”黄渝湘表示,这也是她跟父亲很大的不同点,从传统的服装工厂,变成现代化转型的互联网+服装工厂。

多平台布局做到千万级销量

“一开始我大概花了三四个

月的时间,把抖音账号做起来,库存卖掉之后,就快速投入到新的试验阶段,马上复制了另外几个账号。第二年开始做视频号和小红书,今年开始做亚马逊和TikTok。”

“尤其是我们入驻1688平台(阿里巴巴集团旗下的电子商务平台)第一年,就做到了千万元销量。这也是我和父亲的不同,父亲没有我现在的客观条件,因为当时没有人手做这件事,也没有人懂电商,所以没有抓住1688。直到前两年我回来时,1688小二客服说服了我:1688的赛道和平台上,没有人卖高客单女装,你做了就是唯一,是没有竞争对手的。”

“所以我果断进入,当你有一个成功的案例之后,快速复制就会很简单,因为方法论核心是稳定的。方法论不断复制,裂变就会成功。”黄渝湘称。

与父辈仍有差距

“在过去,工厂产品的受众是40岁以上的高知女性,现在客户的代言人是欧阳娜娜。可以看到,我们无论是设计还是用户画像都在变年轻。”通过熟练运用小红书等平台,黄渝湘和团队采取小单快返模式,紧抓当下的流行趋势。“尽管父亲很难认同部分衣服的款式,但这些款都卖得很

火。”黄渝湘很清楚,主流消费力已经逐步变成年轻一代,这其中还有价格提升的空间。

虽然现在黄渝湘接手的工厂营收提上来了,但是她仍不满意。黄渝湘承认,她和父辈还是有差距,主要是阅历上的差距。

“举个例子,我们年前接了一个大订单,我父亲的经营理念 and 策略是,这是一个大客户,一年做40万至50万件衣服很正常,他为了抓住这个客户可能报价350元,这样我们的利润点会很低,按照我的报价,我会报400元左右。我们经常会因为这样的事情产生争吵,我觉得我守住了底线。但是我父亲的理念是如果你想要抓住这个客户,你势必要把自己的一些利润让出来,要把客户培养起来,让客户越来越大。”黄渝湘称。

“通过两至三轮报价以后,我确实把客户越做越小了。慢慢意识到自己这个方法是错的,我认可了父亲的方法。我父亲可以把客户做得越来越大,培养得越来越强,这是我跟他明显的差异。现在我的理念也发生了变化,在慢慢学习他的一些方法,还没有他用得炉火纯青,我感觉这是我和他阅历上的差距,不会放长线钓大鱼。”

□吴涛何倩
综合自中国新闻网、(北京商报)
2月13日

经世评谭

超2000万人申请购买“国补”手机 当面签收当场激活“有点难”

近期,自新一轮国补将手机、平板、智能手表(手环)纳入补贴,国补手机成为热门单品,已有超2000万人申请。

冲着补贴优惠,小蔡为自己、帮父母一共两次在线上买国补手机,一方面为加起来享受了上千元的补贴而惊喜,另一方面,“手机签收有点难”也让她留下了深刻的印象。

“签收手机的时候在冷风和快递员整了半个小时,总是卡在最后一步,快递员上传完照片一直显示超时。”尝试了半天,小蔡和快递员才发现问题,没通过的原因是手机四个角和盒子四个角没拍全;过了两天,小蔡又帮父母买国补手机,第二部手机在当面签收时,快递员发现系统怎么也登不上去,于是先把手机带走,等到下午系统恢复了,再重新配送和签收。

事实上,和小蔡有相似经历的人不在少数,在各类平台上,“国补手机签收难”也成为热门话题。

“以前把手机送到用户手里,签收了订单就完成了,现在还要当面拆开包装,上传资料,审核通过,才能完成签收,完成一单。”快递员吕先生告诉记者。

记者看到,在上海市商务委发布的家电家具家装消费品补贴政策中强调,“本次活

动面向个人消费者。开具的发票抬头为个人,开票金额包含补贴金额。”为了让国家补贴实实在在惠及个人,本轮的国补管控也有所升级。

记者了解到,当下除了京东之外,淘宝、苏宁等平台均能线上享受国补,而其中一些平台的送货方为第三方物流公司,也需进行当面签收、当场激活等操作。

国补手机签收有点难,除了快递员未经系统培训,操作不熟练,系统卡顿等问题,有些人的“难”点还在于,买了苹果智能手表,但手头只有安卓手机,无法进行激活操作。

在签收了一次国补手机后,上海市民马婧呼吁:“能不能像国补家电一样,简化国补手机的验证流程。”

□吴琼

(《新闻晨报》2月14日)



图/吴琼 受访者供图

生活小贴士

“三代”税款手续费退付申请3月底截止

根据《国家税务总局 财政部 中国人民银行关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》规定,代扣、代收扣缴义务人和代征人应于每年3月31日前,向税务机关提交上一年度“三代”税款手续费(指代扣代缴、代收代缴和委托代征税款所产生的手续费)申请相关资料,因“三代”单位或个人自身原因,未及时向税务机关申请的,视为自动放弃上一年度

“三代”税款手续费。

根据《中华人民共和国个人所得税法》第十七条规定,对扣缴义务人按照所扣缴的税款,付给百分之二的手续费。自2025年1月1日至3月31日,扣缴单位财务人员可通过自然人电子税务局(扣缴端)“退付手续费核对”模块申请办理2024年度个人所得税扣缴手续费退付。

央视新闻2月12日

聚焦

●员工重复使用原公司代码字节跳动被判赔8266万

2月13日,美摄科技官方微博发布声明称,关于美摄公司起诉字节跳动旗下抖音等8款产品代码抄袭系列案终审胜诉,字节跳动被判赔8266万元。据介绍,美摄科技是一家智能音视频解决方案服务商。据抖音集团副总裁李亮13日微博帖文介绍,一名曾经在美摄工作过的工程师,离职两年后加入了字节跳动。在字节工作期间,写代码时重复使用了一部分他在美摄工作时写过的代码(经司法鉴定,相关重复代码占比很小,不超过美摄软件的4%、抖音的0.8%)。这种行为属于严重违规,抖音公司明令禁止。目前该员工已经离职。

九派新闻2月13日

●“0佣金”打头阵 京东正式入局外卖市场

2月11日,京东外卖正式启动“品质堂食餐饮商家”招募,2025年5月1日前入驻的商家全年免佣金。此次商家招募仅限“品质堂食餐厅”,这是京东首次对外承认已“进军”外卖市场。

□蒋永霞

(《中国商报》2月12日)

数据棱镜

●2月18日上午,最高检举办新闻发布会,最高人民检察院副检察长葛晓燕介绍说,2024年检察机关起诉扰乱市场秩序犯罪4万余人,同比上升21%。

□韩颀

中国青年报客户端2月18日

●近日,湖北明确,今年1月1日至12月31日,报废符合相关条件旧车并购买新能源乘用车的个人消费者,给予2万元补贴。

□胡勇谋

(《楚天都市报》2月16日)

●据新加坡《联合早报》网站2月17日报道,俄罗斯法院裁定谷歌在油管(YouTube)发布教导俄罗斯士兵如何投降的视频内容,因此对谷歌处以380万卢布(约合30万元人民币)罚款。(参考消息)2月18日

理财天地

每盎司突破2900美元 金价飙上历史新高,投资者还能“上车”吗?

近日,黄金价格势如破竹,持续刷新纪录。伦敦金一度站上2940美元/盎司。虽然14日国际金价显著下跌,跌幅超过1.5%,但截至上周,国际金价站稳每盎司2900美元关口,全周累计上涨0.45%。

“不少消费者受‘买涨不买跌’心理影响,购金热情只增不减,黄金首饰和金条的销量均在增长。”某金店销售负责人向记者表示。在沪上各大金店,营业员纷纷预测“金价分分钟要上900元”,消费者则抛出“还能再买吗”的疑问。

记者走访发现,不少年轻人

“淘金”有妙招。消费者周小姐就选择在线上平台下单,年初她打算为自己选购一条黄金手串,逛了多家线下门店综合比价,最后在抖音平台的中国黄金官方旗舰店选购了一条约3.4克的足金碎金手串。这条手串折算下来每克金价不到693元,这些天金价上涨,同款手串价格涨到每克765元,但仍低于线下门店的售价。

除了在网“淘金”之外,过去属于行业“边角料”的贴金调换业务持续升温。记者在上海豫园商城多家金店观察到,近一半顾客拿着旧金在咨询贴金调换。在潮宏基柜台,一位消费者拿着

42克的手镯在柜台咨询,营业员给出了两种方案:一是先回购,然后按当日优惠价购买新品;二是选择“贴金调换”,贴点钱买克数更重的产品。

此外,“高价回购”和“保本理财”等骗局也值得投资者高度警惕。一些不法分子利用投资者对金价上涨的期待,通过虚假承诺高价回购黄金或提供保本理

财产品来诱骗投资者。这些骗局往往存在诸多风险,如资金链断裂、无法兑现承诺等,最终导致投资者损失惨重。

财产品来诱骗投资者。这些骗局往往存在诸多风险,如资金链断裂、无法兑现承诺等,最终导致投资者损失惨重。

□徐晶卉 郭凡熙 向纾琦 吉雪娇
综合自(文汇报)(金融投资报)、
央视财经2月15日、12日

■ 法务链接

推动金价上涨的关键因素

中国银河证券研究认为,全球央行购金步伐加快,中国央行连续三个月增持黄金,美国部分州承认黄金为法定货币,市场对黄金的长期投资价值进一步增强。全球不确定性性和央行购金需求可能成为推动金价上涨的关键因素。

□张小洁

(《经济参考报》2月11日)

法苑

虚假宣传,触碰法律红线

“老板娘”带货营销乱象亟待“医治”

“杨丽华”频频出镜

2月10日,记者在一家在线阅读平台看到一则视频广告,“广东吴师傅”说自己在网上看到“很火的杨丽华”,称“春蕊医生要是没有把腰突调理舒服,全部由厂家来负责”。随后,一名自称“杨丽华”的女士面对镜头说:“我杨丽华再次强调,如果没有让你的腰椎变舒服,我将退出行业。”

同样的场景、同样的广告词出现在“阿里健康优选”“康联星旗舰店”发布的视频广告中,只不过“广东吴师傅”变成了“天津郭大爷”“四川陈先生”,他们都称在网上看到“很火的杨丽华”,抱着试试的心态去买了相关产品,并推荐给家人。记者发现,上述3家企业不同、产品不同,但老板都是“杨丽华”。

虚假人设扰乱市场

记者调查发现,在“三品一械”(即保健品、药品、化妆品及医疗器械领域)广告领域爆红的,除了“杨丽华”外,还有老板娘“刘丽华”“张春兰”、研究员“扎西拉姆”等。资深互联网从业者沙鹏成告

诉记者,“杨丽华”爆红是一个广告“造神”的现象,是商业利益驱动下的虚假人设的塑造。当“杨丽华”成“老板娘”时,被广告塑造成功的企业家,传递出“专业、慈善、亲民”的形象,容易获得消费者的信任;当“杨丽华”成“女博士”时,被广告塑造成“天才少年”,加上“高学历”背景,进一步强化了专业性。尤其在“三品一械”领域,消费者更倾向于相信“专家”推荐。商家通过塑造“杨丽华”这一形象,降低广告制作成本,并重复使用同一视频和人物形象,形成规模化“刷屏效应”,同时利用她的“权威人设”快速打开市场,最大化提高广

告的投入产出比。

2月10日,知名危机公关专家詹军豪在接受记者采访时表示,上述虚假人设营销乱象之所以产生,也是因为平台审核机制存在漏洞,对广告主资质审查及代言人真实性核验不足,导致虚假内容得以传播;且违法成本低,现行法律对新型短视频虚假广告的界定与惩处力度不足,难以形成震慑。

詹军豪表示,商家的行为已经触碰了法律红线,涉嫌违反广告法、消费者权益保护法的相关规定,涉嫌构成了虚假宣传,既欺骗了消费者,又扰乱了正常的市场秩序。

亟待各方合力“医治”

2月11日,中国法学会消费者权益保护法研究会民法专家告诉记者,通过免费阅读平台宣传商品,是一种新业态。互联网广告必须遵循相关法律法规,广告主应当对药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告内容的真实性与合法性负责。互联网平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、

制止违法广告。另外,不少老年人沉迷网络视频,更容易受到虚假宣传保健食品、药品和医疗器械等功效的网络视频欺骗和误导,导致权益受到损害。

■ 法务链接

未经审查不得发布互联网医药广告

2月10日,福建省广告协会监事长黄曙光接受采访时表示,《互联网广告管理办法》规定,发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告,应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查;未经审查,不得发布。广告法规定,保健食品广告不得含有下列内容:表示功效、安全性的断言或者保证;涉及疾病预防、治疗功能;声称或者暗示广告商品为保障健康所必需;利用广告代言人作推荐、证明。

□张文章

(《中国消费者报》2月17日)