

电商“价格力”大战影响商家抉择

本报记者 李立 上海报道

外界还在解读阿里巴巴24年来最重要的组织变革,核心业务电商端的改变已然启动。

作为阿里巴巴旗下核心电商平台,淘宝打算按照自己的方式来。日前,淘宝开始内测“同款比价”功能,一系列针对“极致性价比”战略的改变将会陆续上线。有商家向《中国经营报》记者证实,一款名为“五星价格力”的新营销工具也开始在商家后台测试,这意味着商家可能“以低价换流量”,有机会获取淘宝首页推荐。

这样的变化让商家感到既兴奋又心慌。淘宝最为宝贵的首页流量一旦可以用“低价”换取,多少意味着电商多年建立的传统游戏规则开始松动。

这也让京东发起的对拼多多的“百亿补贴”大战变得扑朔迷离。一位接近拼多多的消息人士对记者表示,这可能引发拼多多的警觉,并重新审视战局。此前针对京东的主动进攻,拼多多更多表现出了一种“漫不经心”的态度。

平台之间的竞争直接影响到商家,多位接受采访的商家表示明显感受到压力。一方面密切关注平台动作,转战多平台将成为必须的选择。“平台流量分配机制只是其一,更大的压力来自极致性价比下的‘既要还要’。”一位淘宝卖家表达了这种担忧。

“价格”换流量?

“一旦将价格力作为工具,天猫需要理顺大卖家和中小卖家的关系。”

对外官宣的组织架构巨变背后,真正业务端的变化更能反映阿里的真实想法。作为阿里最核心的DNA,外界评价淘宝、天猫业务过去一年的动作“过于温和”。

“同款比价”测试目前还在低调进行。记者在淘首页键入“有好价”,就可以进入“全网同款比价”频道,涉及个人洗护、护肤彩妆、手机数码、生活电器、酒水饮料等多个类目,同款比价以单个产品的形式展现,单品上会出现“淘宝同款低价”“旗舰店90天最低价”等标签。

以一款日系保湿果冻面膜为例,比价功能会给出3到4个选择,差价在0到10元之间。不过,记者注意到,比价暂时还限定在淘宝、天猫上的商品,暂未涉及拼多多、京东。

阿里内部人士告诉记者,“‘同款比价’可以理解为‘有好价’的体验版,如商品是淘宝内、外部的同款低价商品,即‘全网低价’,淘宝搜索会提供定向流量推荐。”

与此同时,商品的“五星价格力评分”的测试也开始启动,一旦“五星价格力”推行,有机会在淘首页获得推荐。商家提供的截图显示:一款小米70英寸电视为全网最低价商品,则其在淘宝搜索推荐的排位将在小米官方旗舰店之上。

拼多多“怎么想”?

沿着“消费者需要什么就补贴什么”的思路,拼多多的百亿补贴也不断在搞创新。

伴随阿里系的曲线参战,拼多多怎么想变得愈发重要。此前拼多多CEO陈磊在财报电话会上主动回应了京东发起的“补贴战”。“相信良性的竞争对于消费者以及整个行业而言都是有利的。但有时随着竞争的逐步激烈,也会出现不同程度的异化。拼多多将始终保持本分、立足自身发展,勇敢地面对这样的竞争,包括在某些时候(竞争)的异化。”

此前面对京东主动发起的“百

商家在“补贴大战”中随风摇摆

在商家流量见顶的情形下,争夺商家的大战才真正开始。

一个显而易见的问题是,如果各家都在争取“极致性价比”,商家怎么做选择?

一位拼多多平台的商家表示,在流量红利的顶峰时代,在拼多多上是赚钱的,2019年毛利率可以达到20%以上,随后逐年递减,今年大家都需要仔细斟酌。

“以前拼多多是当之无愧的流量王,现在分散到更多商家,曾经充沛的流量就不那么够用了”,上述商家表示,而且拼多多是无条件的“站消费者的”,商家一旦和消费者发生交易纠纷,商家获胜的几率很小。最让商家感到痛苦的是,拼多

多的“退款无需退货”功能,用户如果在平台信誉良好,很容易申请到退款且不退货。对商家来说,可能意味着颗粒无收甚至还要倒贴。

在拼多多疯狂生长的过去几年,以对商家的“严苛”出名。比如商家必须保证向平台及合作方提供的文件真实、准确、合法、有效,一旦违约平台会立即终止协议,要求商家支付10万元的违约金,并且这样的操作真的在平台端执行。

在商家流量见顶的情形下,争夺商家的大战才真正开始。平台的抽成和费率一度是商家最关注的部分。据记者了解,关于营销提

成、技术服务费等,各个平台分类目看商家规模都有所不同。费率也会因为商家的交易规模、流量投放力度有所区别。

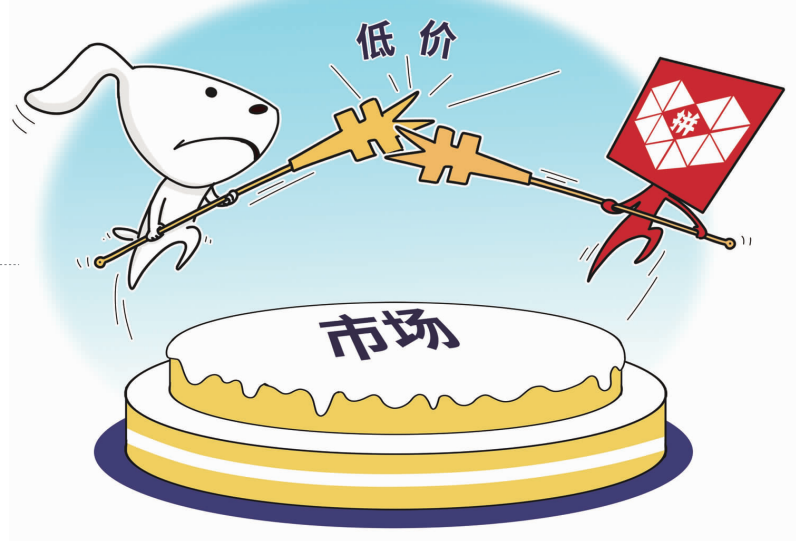
“抖音目前的服务费约为5%”,一位家居园艺类的商家告诉记者。不过,费率只是一方面,“抖音现在的优势是淘宝开创的东西可以直接搬过来,该蹭的雷淘宝蹭了,抖音只要做好服务,就容易在淘宝把商家拉走”。

“各个平台之间的大战势必引发商家的大洗牌”,互联网资深分析师郝智伟认为,虽然过去三年一大批商家已经倒下,但是接下来商

家的进一步消息显示,五星对应淘宝内和淘宝外低价商品,四星对应淘宝内或淘宝外低价商品,均会有确定性的搜索流量推荐,会在淘宝搜索端出现“全网低价”或“同款低价”标签以明确告知消费者。

一淘宝商家向记者透露,目前第一阶段的五星价格力工具主要覆盖消费电子、食品、家居家装的部分品类,如冰箱、空调、洗衣机、电视、饮用水、牛奶等,之后更多行业和品类的商家也将陆续上线。

如果“同款比价”的覆盖持续扩大,会让一些天猫大卖家感到担忧。不过,在日前一场面对品牌的



新一轮的电商平台“补贴战”打响。

视觉中国/图

闭门沟通会上,面对商家关心的“电商价格战”问题,阿里巴巴国内数字商业板块总裁戴珊回应:一味通过高投入去实现低质量的增长并不是最优解。她表示,“好货好价、内容化、用户价值增长将是天猫和品牌的三大增长机会,也会是天猫重点投入的方向。”

“一旦将价格力作为工具,天猫需要理顺大卖家和中小卖家的关系”,业内人士认为,相比大卖家,价格灵活、容易控制成本是小卖家的优势,但在服务和品牌影响力上不如前者。曾经是淘宝核心的中小卖家,如何留住他们的心,还是拱手让人,是天猫、淘宝需要面对的真正问题。

亿补贴基础上再进行官方补贴),让用户一边社交,一边享受超级优惠。

不同于用户已经熟悉的下单直接参与拼团,记者体验发现,多人团更强调由拼单者发起,需要至少3到5人参加才能享受官方补贴的超级价格。如果带货不成功,就会直接显示不成功。多人团的优势仍是价格。一位上海用户告诉记者,排名第一的日式预调鸡尾酒在多人团中,官方补贴18元,差价成为分享带货的直接动力。

不过,接近拼多多的消息人士表示,今年电商行业的竞争已经从争夺产业带转向商家。各个平台都在大力扫描产业带,商家对拼多多的热情已经不再似当年。拼多多今年的重点也将是大力拓展商家,以老本行农产品为例,此前拼多多最著名的模式是打掉中间环节,让农户和用户直连获得好价格。现在越来越多的大小经销商也参与进来,包括线下的蔬菜交易中心也是拼多多的发展对象。

在郝智伟看来,降本增效面前最优先砍掉的会是人力成本,技术让此举变得可能。“用三秒干完一天的活儿”,越来越多的跨境电商卖家相信ChatGPT会改变行业。跨境无界生态链创始人、资深跨境卖家钱大柱此前接受媒体采访时表示,“原先一组四五个人要干一天的工作,现在一个ChatGPT的输出者,一个小时就能完成。”

除去技术方面的竞争之外,平台的生存压力会加剧。虽然数字化、柔性供应链已经呼唤了很多年,但商家真正下决心的时候就会犹豫。

“京东挑战了拼多多,某种程度上降低了淘宝、天猫的焦虑感,可以集中心智解决自身的问题,如何将电商第一名的位置坐稳”,郝智伟认为,在微笑曲线跌到谷底时刻,各个平台都需要在新一轮大战中找到新的微妙平衡。

存储降价“众生相”:大厂减产自救 消费者受益大内存

本报记者 陈佳岚 广州报道

存储芯片价格下跌,各大存储原厂存储收入均大幅下滑,借用美光科技首席执行官 Mehrotra 的一句话来说,“半导体内存和存储行业正面临过去13年来最严重的低迷,价格环境异常疲软。”不过,随着SK海力士、美光科技等国际厂商宣布于2023年大幅度削减资本开支甚至减产,存储芯片

产品降价 大存储手机普及

“以前1TB的价格得一千多元,现在几百元就能拿下。”数码博主老房果断清空购物车,入手铠侠(KIOXIA)EXCERIA Pro SE10 极至超速PCIe4.0固态硬盘1TB。

与此同时,内存产品降价也未止歇。记者选择一款在京东平台上售卖的金士顿8GB DDR4 2666台式机的内存条,售价只需要279元。在“慢慢买”网站上,记者通过对比该款产品历史价格趋势发现,2022年2月20日,该款产品的最高价格还需要539元,一年多时间,该款产品的价格跌幅近五成。

这主要是制造固态硬盘、内存条所需的NAND(闪存)芯片、DRAM(内存)芯片降价导致的。

而存储芯片降价已经传导至手机端。从今年手机市场新发布的一些旗舰机型可以看到,越来越多的手机以12GB+256GB

价格跌幅有望逐渐收窄。

近日,《中国经营报》记者也注意到,集邦咨询发布报告,预测第二季度内存和闪存市场均价跌幅收敛。在存储厂商减产和ChatGPT热潮等多重因素作用下,未来存储产业和企业的走势成为行业关注的焦点。

更现实的,目前存储价格下跌已直接影响了存储厂商的业绩表现,并已传导至上下游产业

起步,越来越多的手机新品开始搭载1TB存储。一加、OPPO今年的新机均以12GB+256GB起步,realme真我2月份发布的新机将内存推到了16GB+1TB,而3月28日发布的红米Note 12 Turbo 声称“内存自由”直接将16GB+1TB存储的手机做到了2599元,网友直呼“存储迎来了白菜价”。接下来,realme真我还将在4月3日发布16GB+1TB的手机。

可以看到,存储芯片单价下跌在推动大容量存储器的终端渗透率不断提升,也带来了大内存手机的逐渐普及。郭天翔对记者表示,“首先是手机发展还没找到新的创新点,所以只能继续在现有技术上‘内卷’。除了外观改变之外,大存储是最容易让消费者感受到的变化,有一定吸引力。而这与上游存储价格大幅下跌有关,成本下降明显。”

链,一定程度上推动大内存手机的普及,影响还在持续发酵。IDC中国高级分析师郭天翔对记者表示:“上游存储价格大幅下跌除了可以吸引消费者换机之外,同时也要考虑是否会导致消费者换机周期继续拉长,是否会提前透支未来两年的换机需求。存储除了向更大组合发展,也更多使用LPDDR5X和UFS 4.0组合。”

CFM闪存市场分析师戴晓瑜亦对记者分析,“其实手机容量一直都是在逐渐提升的,比如说今年以来会看到更多512GB的大容量手机上市,对于同质化严重的手机市场,大容量算是一个卖点,存储芯片价格的下跌,可以说一定程度上在推动这种趋势的发展。”

根据CFM闪存市场数据,过去一两年,手机方面中低端手机向128/256GB发展,高端手机向256GB/512GB/1TB发展,手机内存也迈向10+GB,尤其在中高端的安卓手机中越来越多地搭载12GB/16GB的LPDDR。在PC市场上,搭载1TB/2TB的SSD的PC也在逐渐增多。

反映到全球存储容量规模上,2022年全球NAND Flash容量增长6%至6100亿GB,全球DRAM容量将增长2%至1900亿GB。

库存高企 晶圆原厂纷纷减产

在这轮降价过程中,终端消费者从中受益,存储厂商日子却不太好过。

3月28日,美光科技公布的2023财年第二财季(2022年12月2日~2023年3月2日)财报显示,营收为36.9亿美元,环比下降10%,同比下降53%;净亏损23.1亿美元,为公司有史以来最大的季度亏损,原因是库存减记超过14亿美元。

之前,三星提交给韩国金融监督院的申报文件显示,截至2022年第四季度,该公司整体库存资产达到52.2万亿韩元,创下历史新高。SK海力士申报文件披露,其四季度整体

跌幅收敛 ChatGPT热下何时反弹?

存储芯片是半导体市场最主要的细分领域,主要分为闪存和内存,闪存包括NAND Flash和NOR Flash,内存主要为DRAM。其中,DRAM和NAND Flash两者的销售额合计占整个存储市场的97%左右。

集邦咨询方面预测,由于部分供应商如美光、SK海力士已经启动DRAM减产,相较第一季度DRAM均价跌幅近20%,预估第二季度跌幅会收敛至10%~15%。由于2023年下半年需求复苏状况仍不明确,DRAM均价下行周期尚不见终止,在目前原厂库存水位仍高的情况下,除非有更大规模的减产发生,后续合约价才有可能反转。而NAND Flash方面,集邦咨

库存资产攀升至15.7万亿韩元。

国内市场亦面临同样的情况。国产存储器巨头江波龙(301308.SZ)年报显示,2022年整体业绩惨淡,营业收入83.3亿元,同比下降14.55%;净利润7279.7万元,同比下降92.81%;经营活动产生的现金流量净额-3.26亿元。

在市场规模上,2022年存储芯片市场整体承压,规模约为1344.1亿美元,同比下滑12.6%,终结了2020年、2021年形成的上升趋势。

单价方面,依据CFM数据,2022年NAND Flash市场综合价格指数下跌41%,DRAM市场综合

价格指数下跌35%。SK海力士去年便表示将在2023年削减投资50%以上。同时公司将降低低利润产品的产量,通过在一定时期内保持投资和减产的趋势,使市场的供需平衡正常化。美光科技在去年亦表示将DRAM和NAND晶圆产量减少约20%,近期还宣布扩大裁员计划,从之前预计的裁员10%调高到15%。

而从全行业来看,为了应对下跌行情,铠侠、美光科技、西部数据、SK海力士等纷纷通过减产来缓解供给过剩局面,此举或能促使跌幅收窄。

值得关注的是,在ChatGPT热潮下,一种小众存储芯片的人气正随着AI计算需求剧增而外界所知。据《韩国经济日报》报道,受惠于ChatGPT,随着市场对GPU需求剧增,三星、SK海力士的HBM芯片(High Bandwidth Memory,高带宽存储器)赢得了额外的订单,成为目前存储芯片下行市场中意外爆红的芯片类型。

江波龙在年报中预计,随着存储晶圆原厂纷纷削减资本开支,整