

# 淘特回归淘宝 为期一年的漫长“迁徙”

本报记者 李立 上海报道

曾被认为是对标拼多多秘密武器的淘特，如今回归淘宝。

日前，据晚点报道称，淘特将淡出历史舞台，平台上的商家和商品都将迁回淘宝。对此，淘天集团方面回应《中国经营报》记者称，淘

## 曾对标“拼多多”

淘宝特价版背后寄托的更多是淘宝C2M的热望与野心。所谓C2M，即消费者连接工厂，砍断中间流通环节，节约中间成本。

曾经被外界认为是阿里系对标拼多多的秘密武器，2020年，淘宝特价版（淘特前身）高调上线。

当时和淘宝特价版一起推出的，还包括“超级工厂计划”和“百亿产区计划”，三者并称淘宝C2M（顾客对工厂模式）战略三大支柱。

彼时阿里巴巴副总裁、淘宝C2M事业部总经理汪海在接受媒体记者采访，讲到三者关系时表示：“淘宝特价版为消费者展示极致性价比的便宜好货，‘超级工厂’和‘百亿产区’则从供应链上游支撑特价版的供给。”

不过，汪海当时没有正面回应淘宝特价版是否对标拼多多。阿里内部当时有声音认为，淘宝特价版背后寄托的更多是淘宝C2M的热望与野心。所谓C2M，即消费者连接工厂，砍断中间流通环节，节约中间成本。

C2M也被认为是下沉市场阻击拼多多的有效模式。彼时拼多多尽管完成了用户的快速积累和下沉市场的快速爆发，但缺乏长期稳定的货源供给，这仍然是拼多多的软肋。

为了解决货源和品类拓展的烦恼，拼多多一度推出“新品牌计

划”。在阿里内部看来，从源头直接对接工厂，不仅能在价格上占先机，也能将阿里多年来在产业带、工厂源头积累的优势发挥出来。

2021年5月，淘宝特价版宣布更名为“淘特”。仅仅一年后，首次出战“6·18”的淘特俨然是阿里电商板块的新星。

阿里财报显示，2020年12月，淘特月活首次破亿，年度活跃消费者已超过1.5亿人。淘特更名前夜，汪海被曝出晋升为阿里合伙人，背后既是阿里对淘特的重视，也是对汪海此前一年业绩的肯定。

配合更名的大促迅速跟进，淘特首次上线官方补贴频道：买贵必

赔、坏果包赔、退货免邮……官方称：“用户互动玩法则追求简单易懂，既不用拼也不用砍。”对标拼多多的意味进一步加强。

不过，淘特随即要面临的是，在集团的大力投入之外，如何实现用户的持续性增长。

为了淘特进一步扩容，生长逻辑也发生了改变。淘宝特价版最初以C2M厂货切入，强调厂货直供；随后战略升级，以最难啃的生鲜为切入点，宣布打造全品类源头直供体系，持续补贴日用消费品，打造最大性价比的综合电商平台。

同时汪海谈到了流量的线下拓展。据其当时介绍，线下拓展包括

记者证实，2023年3月淘宝决定推动“价格力”，已经基本确定了淘特要回归。

另据了解，目前淘特APP仍旧保留，消费者可以继续在上面买东西，但在手淘上没有为淘特保留独立入口。作为淘特曾经的影子，“淘工厂”仍然作为首页独

立频道出现。

这场漫长的迁徙何以维持了将近一年？一方面说明淘天有意淡化淘特“消失”；另一方面说明过去一年，淘天在如何推进价格力策略时仍有观望摇摆，不够迅猛果断。”一位接近阿里巴巴的观察者人士认为。



淘特寄托着淘宝C2M战略的热望与野心。

视觉中国/图

三个方面：一是通过集团社区团购业务来推进，和团点、菜鸟驿站、零售通小店都会合作，触达下沉市场消费者；二是在供给侧建立几千人的团队，对接产业带和农产品源头商家；三是在供应链上发力，公司将建立仓网体系，把仓建到商家门口，将商流、物流做结合。

据阿里巴巴2023财年（截至2022年3月31日）年报，淘特年度活跃消费者（AAC）超过3亿人，达到一个新里程碑。

成立两年，年度活跃消费者超过3亿人，淘特成为当时国内增速最快的电商类APP，也成为当时阿里电商业务的明星。

# 三星、苹果入局 智能戒指或成可穿戴新风口

本报记者 陈佳岚 广州报道

三星入局，苹果被曝正在加快开发，智能戒指或将成为科技巨头们聚焦发力的又一穿戴品类。

近日，三星电子旗下创新型的可穿戴设备智能戒指 Galaxy Ring 首次亮相2024年世界移动通信大会（MWC）。而同一时间段里，苹果智能戒指项目最新消息不断曝光，不仅有媒体报道苹果正在加快开发一款可以戴在手指上的智能戒指，还有苹果关于智能戒指的相关专利公开。

早些时候，国产智能手表厂商华米在2024年国际消费电子产品展览会（CES）期间发布了名为 Helio Ring 的智能戒指新品，主打运动和健康。

从应用场景看，当下主流智能戒指的卖点包括健康、运动、时尚设计、配合VR进行交互、支付等，其中，健康监测功能为主流。

《中国经营报》记者留意到，在众多的可穿戴智能设备品类中，智能戒指的赛道仍处于早期，整体市场没起来与主流的消费类品牌还未发布新品相关。

一些观点认为，在消费电子龙头纷纷入局之后，智能戒指产业有望迎来快速增长。不过，也有行业人士向记者表示，智能戒指是穿戴设备的形态创新方向之一，但尚未能定性为未来主流布局方向。

## 三星布局 苹果被指有意

三星的 Galaxy Ring 是一款戒指造型的智能穿戴设备，内置心电图传感器和血流量感应器，据介绍，这枚戒指主要在活动、睡眠、营养和压力四个维度为用户提供健康报告。三星高管预计该款智能戒指将于2024年下半年正式上市。

而智能戒指也有可能成为苹果的下一代可穿戴设备。此前，Apple Watch 及 AirPods 已成为苹果在 iPhone 之后的最火爆产品。近日，韩国媒体报道称，苹果正在加快开发一款可以戴在手指上的智能戒指，以跟踪用户的健康数据。亦有外媒报道，苹果成功获得了一

## 健康仍是主要卖点 市场前景几何

近几年，消费电子产品不断升级，以 TWS 耳机、智能手表/手环、智能眼镜为主的可穿戴产品成为近几年消费电子市场新的增长点。

当下，可穿戴设备已经成为科技领域最受关注的下一代硬件之一。根据 IDC 发布的报告，2023 年三季度，全球可穿戴设备出货量达 1.5 亿台，同比增长 2.6%，尽管增长较为温和，但这是 2021 年以来三季度最高出货量。IDC 分析称，这种增长主要得益于小品牌和新兴品类的快速发展，例如更小、更时尚的设计品类智能戒指开始获得多方关注。此外，一些新品牌，例如 Aura、Noise、BoAT、Circular 等推出

## 差异化卖点仍为市场成长的关键点

业内人士预测，由于三星和苹果的参与，智能戒指市场将真正开启。

西部证券认为，随着头部手机品牌厂商陆续切入智能指环市场，表明了头部的硬件科技公司对于智能指环这一新兴智能可穿戴产品的认可。在手机大厂的带

动之下，智能指环行业有望实现加速发展，2024 年有望迎来放量元年。

在国内上市公司中，天健股份在接受调研时表示，智能戒指在 2023 年第四季度已经小批量量产。

也有人认为，智能戒指市场前景并不明朗，目前已推出的智能戒

指居多以健康监测为核心功能卖点，部分产品集成了运动、支付等功能，而智能手环与手表产品已基本囊括了这两类功能。

IDC 中国助理研究总监潘雪菲对记者表示，智能戒指是之前已有个别初创公司探索了几年，目前在海外市场有更多头部厂

商开始布局，在可穿戴形态上开辟了新赛道，是穿戴设备的形态创新方向之一，但尚未能定性为未来主流布局方向。主要功能体验仍然围绕健康相关的睡眠、心率等监测功能，旨在从形态上拓展并吸引更多用户人群。和目前在海外市场有更多头部厂

景应该还是健康监测、运动记录，其次是人机交互，最后可能还具备一定的时尚（饰品）作用。

刘健森表示，装饰品的元素可以吸引一部分有健康跟踪需求的用户，也可以替代一部分智能手表用户的基础健康监测需求。但这一品类智能戒指价格（比较讲究工艺和综合的电子集成能力）会比较高，预计不会快速成为主流。

记者留意到，当前的国内主流电商平台中，除了 Aura Ring 售价高达数千元外，京东、淘宝等平台在售的国内品牌智能戒指售价并不贵，主流价格在 400 元至 800 元不等，评价数多为 200+。

明显的技术突破和功能差异，这也是国内厂商仍在观望的一个原因。

在刘健森看来，厂商还是需要为戒指形态的可穿戴开发独有的应用场景，单纯靠同样的健康监测功能很难让这个品类实现快速增长。

## 集中兵力 阿里调头

2023 年电商整体进入比拼“性价比”的阶段，淘天以“价格力”应战，缩减投入，集中优势兵力是更务实的打法。

年度用户过 3 亿人，却成为淘特发展的一个分水岭。

接近阿里内部的消息人士透露，用户过 3 亿人之后，淘特的核心策略亦发生了改变，从此前的大力投入拉新转向用户留存和复购。“意味着结束此前大力烧钱用户拉新的阶段，减少投入如何保证用户活跃与复购才能证明业务值得继续投入。”上述消息人士表示。

此时此刻，阿里整体亦进入大调整的微妙时刻。2023 年 3 月，业内传出阿里收缩投入、淘特面临收编的消息。阿里内部人士亦向记者证实，确有团队开始转入淘宝。5 月开始，好货好价上线手淘首页，就有淘特商家开始往淘宝迁徙。

2023 年“6·18”淘宝天猫组织架构的变化，做实了淘特的回迁。淘宝天猫在“6·18”商家大会上宣布调整，原淘特负责人汪海调任负责淘天集团中小企业发展中心。

曾经是阿里阻击拼多多的利器，一度是阿里电商业务用户爆发增速最快的明星，为何从高投入转入回归主站？业内人士认为，这既与疫情后经济形势的变化相关，也与阿里集团整体的架构调整相关。

2023 年 3 月，阿里启动成立以来最重要的组织架构调整。“1+6+N”组织变革，将集团分拆为六大业务集团和多家业务公司。蔡崇信和吴泳铭 9 月分别正式接任阿里巴巴集团董事会主席和 CEO，张勇卸任阿里云董事长与 CEO 职务。

淘天方面回应记者称，此举系常规子公司的工商变更信息变更。

不过，在外界看来，2023 年阿里一直处于变动和调整中。作为核心电商业务的淘宝天猫以及淘特的变化，始终未能形成清晰一致的意见。2023 年电商整体进入比拼“性价比”的阶段，淘天以“价格力”应战，缩减投入，集中优势兵力是更务实的打法。

“环境形势不好，集中起来会更好一些。对于商家，聚焦一个出口也会更有利。”阿里内部人士认为。不过在阿里内部，关于淘特的未来，心态一度是摇摆的。在迁徙之初，部分人回归淘宝参与“价格力”项目，还保留了部分人马继续做直营。从开始决定回归到现在，时间已经过去一年，可谓是一个漫长的迁徙。

淘特时代的结束，或以淘天集团最近一次管理层大换血为标志。2023 年 12 月，兼任淘天集团 CEO 两天后，吴泳铭又闪电就任阿里巴巴集团 CEO，年轻管理团队全面接棒。原淘特负责人、淘天集团中小企业发展中心主任汪海没有出现在任命名单中。

2024 年 2 月 23 日最新消息，天眼查 APP 显示，阿里旗下多家公司发生工商变更，其中，汪海卸任浙江天猫技术有限公司法定代表人、董事长、经理，由蒋芳担任法定代表人、执行董事兼总经理。

淘天方面回应记者称，此举系常规子公司的工商变更信息变更。