

阿里大数据分析男女消费差异,没有败家的女人,只有爱家的女人

马云:下辈子我想当女人

记者 张雅丽

当提及“女性消费者”时,人们会想到什么?是冲动、善变还是观念超前、注重体验、难以讨好?换个角度,提及“女性创业者”时,又会想到什么?是霸气、独立、女强人,还是温柔、女子力max?

时隔两年,阿里巴巴集团再次举办“全球女性创业者大会”,在昨日召开的2017全球女性创业者大会上,马云用了一组数字证明:没有败家的女人,只有爱家的女人。

现场,世界银行行长金墉,联合国助理秘书长、妇女署副执行主任拉克希米·普里,加拿大小型企业及旅游部长、众议院政府领导人楚萱歌、华裔设计师Vera Wang(王薇薇)、著名影星孙俪等来自全球各领域的知名人士,与2000余名创业“女神”共同描绘美好的“她时代”,呼唤人们对女性角色的重新定义。



人工智能时代,“败家娘们”的创业优势更明显

两年前的首届“全球女性创业者大会”,马云是会场上的唯一男性,马云“爆料”的成功秘诀也成为金句登顶“热搜”:**“第一是女人,第二是年轻人,第三是专注小企业”**。昨天的第二届“全球女性创业者大会”现场,明显多了些男士的身影。

“女人越多的地方,这个世界会变得更好”。昨日,马云一登台,就为女性创业者点赞,丝毫不掩饰对女性的褒奖,**“女性和好公司之间具有天然的关联,因为女性更倾向于为别人考虑,把美好的事物**

带给别人,让别人更快乐,这是本世纪做好企业更重要的条件。”

“男人会把公司越做越大,女人会把公司越做越好。上世纪,企业越大越好,本世纪,做好企业比做大企业重要得多。如果做企业的人不从女性身上学到这些特质,未来很难走下去。”马云说,电子商务非常难做,刚开始做电商时,大家以为就是两台电脑在交流,而他一直坚持,电脑是冷冰冰的,而电脑背后的人必须是充满热情,在

这方面,女性能够通过电脑,把体验和服务做到极致。

马云认为,女性的思考更加依赖直觉,却能在复杂的事情中看到本质。他说,**“举个简单的例子,很少有人能够瞒过妈妈,我发现要瞒老爸还容易,但是要瞒老妈很难。”**在这个讲究体验和服务的时代,女性的创业优势正逐渐彰显,人工智能时代,男性的理性更容易被打垮,因为机器会把理性做到完美和极致。

开网店成为创业首选,女性店主占一半



昨日的演讲中,马云还分享了一组有趣的数字,用大数据分析男女消费差异。

马云说,在淘宝等阿里巴巴平台上,女性喜欢购买的东西以儿童用品、家具、度假和家庭消费为主,而男性喜欢购买外

卖、手机、电脑、车、网络游戏,女性考虑的是家庭和别人,男性多考虑自己,**“我们还发现,女性借了钱,还得特别快,而男性不还款的比例要比女性大1/4,这些数据都是真实的。”**

数字的支撑下,马云无愧于**“最懂女人的男人”**的称号,他似乎在用**“洪荒之力”**为女性正名:没有败家的女人,只有爱家的女人。

毋庸置疑,创业这件事上,女人已成功顶住了半边天。据阿里巴巴公布的数据显示,在淘宝、天猫平台创造的超3000万就业中,活跃网店中女性店主占50.1%的比例,女性店主的交易规模占总体的46%。开网店成为数百万女性创业者的首选,在网店员工中,女性比例占49.2%。

自马云创业之初,女人的确就在发挥关键性作用。18年前阿里巴巴有18位创始人,其中6位是女性,占三分之一。如今阿里巴巴有36位合伙人,其中12位是女性,同样占三分之一。在集团内部的高管中,也有约三分之一的女性。至于普通员工中的女性比例,一度逼近50%。在他看来,女性已经走出厨房、卧室,抢占客厅,抢占政界、经济界等各个领域的舞台。

最后的问答环节可谓掀起了一个小高潮,马云公开回答了观众关于**“下辈子到底想当男人,还是当女人”**的提问。而他的回答也堪称金句:**“这句话可能听起来有些怪异,但我想说,我想当女人,生两个孩子,创办两家好公司,而不是大公司。”**

说商道市 练出一条“线”,是真需求还是伪消费?

张雅丽

几年前,女星袁姗姗在微博晒出**“马甲线”**小蛮腰,让各大圈子都沸腾了。随后,**“晒线”**一发不可收拾,女人晒**“马甲线”**、男人晒**“人鱼线”**,忽略这其中的健身过程,他们的终点都是,上传自带着荣耀、励志、时尚标签的照片到社交平台。

当夏天再次来临,健身成为避无可避的潮流话题。健身房里人满为患,高峰期一台跑步机**“候机”**时间可能要20分钟,社区篮球场成了男人们的天下,公园里的广场舞队至少比冬天迟了一个半小时才散场,就连散步在小区里,

每隔一两分钟就能听见奔跑声伴随着大口喘气声在身边响过……这似乎是夏天的正确**“打开方式”**。

文艺范的健身者,如村上春树在《当我跑步时,我谈些什么》一书中谈到,**“我跑步,只是跑着,原则上是空白中跑步,也许是为了获得空白而跑步”**。而其他他人呢?不管是为了破解**“三月不减肥,四月徒伤悲,五月路人雷”**的魔咒,还是满足自身的虚荣心,凭人鱼线、马甲线、翘臀、腹肌、燃脂等标签跃升为朋友圈里的励志男神女神,不可否认,当下的运动已经承载着强身健

体以外太多的任务和需求,也变得越来越复杂。

身边的健身者,按最通俗的方式区分,大体可以分为两大门派,一派是以户外跑、广场舞为主的野外派,另一派是选择健身器材、私人教练的室内派。相比那些听着《小苹果》、《最炫民族风》的广场舞队,或装备简约、耳机不可缺的夜跑者,室内派运动的初衷和目标更为明确,在健身这件事上,花钱自然也多。

很大一部分的室内派,一旦过了运动冲动期,就觉得健身会员卡买得冤枉,最初的信誓旦旦犹如云烟,一年也去不了

几次的健身房、游泳馆、瑜伽房;花大价钱买的私教课程过期后,好不容易求着销售员延期了几个月,结果并没有改变这张卡再次被无视,直到过期的命运。

类似的经历,身边一抓一把,前赴后继者无数。当健身被绑定太多目的时,朋友圈里刷到的任何一张健身照片,比经过**“美颜”**的自拍照更容易刺激用户的神经,夏天练出一条**“线”**更是挡不住的诱惑。

本以为花钱之后更有成效,却只是被自己的冲动**“安利”**了一张卡,而忘记真实的需求。



“E揽全球”物流项目汇聚 海外物流“提速”,助力中国制造卖全球

的**“E揽全球”**跨境电商百万创新服务行动所征集的项目之一。

“天下武功,唯快不破”。对要跨越洋的跨境电商来说,将产品快速送抵目标市场,是在这瞬息万变的商业战场中取胜的不二法则。不管是进口还是出口,通关难、价格贵、时间长等问题都已成为跨境电商平台和企业面临的问题。**“E揽全球”**跨境电商百万创新服务行动汇聚了众多渠道、物流项目,他们各出奇招,直击跨境物流中的各种痛点问题。

“我们的‘大航海计划’美国专线,比一般国际物流或货运公司的速度要快上10到15天左右。”百世物流国际业务事业部跨境电商部高级经理汪兴阳介绍。借助百世在国内强大的物流体系,卖家下单后将由百世上门提货,揽收的货物将从宁波港出发,每周到美国东、西部至少各有一

个班次。货物到港后先入百世在美国的海外仓,进入入亚马逊FBA仓前的贴单、打托等各种处理,再运往卖家所选择要入的FBA仓。一般到美国西部全程约25-30天,到美国东部约35-40天。**“海外投程链条长、环节多,很多物流公司都将各个环节分包,因此增加了开支和成本。而‘大航海计划’国内和海外部分都是由百世自己的企业来做,全程可控,费用降低了10%-20%。”**

随着跨境电商链条不断延伸,企业的物流需求也呈现出多样性、碎片化和个性化。**“E揽全球”**的报名项目中,由中国外运股份有限公司推出的**“物流桥”**项目,正好能满足这样的需求。**“‘物流桥’平台上聚集了订舱窗口、拖车企业、报关行等物流服务提供商,就像是一个国际物流领域的‘网上商城’,企业可按需‘选购’。”**项目负

责人周巍表示。

目前,该平台已推出全程跟踪、海运拼箱、海运整箱、空运到门、空运普货、出口报关六大服务内容。以海运拼箱为例,企业只需输入起运地、目的地、毛重、体积等基本信息,平台就会为其匹配合适的物流服务,并根据客户提供的委托信息计算业务费用。通过整合资源提供标准物流产品,**“物流桥”**项目以在线委托的方式减少人工对接的繁琐,提高时效,有效降低跨境电商企业的物流成本。

进入发展下半场的跨境电商,物流已成为**“赛点”**和**“决胜点”**。市跨境电商综试办相关负责人介绍,**“物流一直以来是杭州发展跨境电商的一块短板。此次随着众多优质物流项目的引入和落地,将帮助杭州跨境电商企业突破物流瓶颈,打通出海路径,真正实现货通全球。”**



夜苏州推新玩法

本报讯(记者 张雅丽)今夏,苏州再推夜游主题活动,网师园夜花园项目经过改编,推出**“游园今梦”**夜游主题项目,将苏州园林与昆曲完美融合,别有一番风味。

苏州向来以园林、古镇而闻名,今年这些耳熟能详的景区将有一系列全新的演绎。记者从日前召开的苏州旅游推介会上了解到,今年拙政园推出了**“私人订制”**活动,即清晨开园前的一小时入园,可以享受**“包场”**游园的体验,全程金牌导游讲解,参观之余还有品茶、品苏式早点、观看评弹演出等苏州特色的文化项目。另外,推出网师园夜花园夜游精品项目,演出内容包括昆曲、评弹、江南丝竹表演等,游客可以一边欣赏园林夜景,一边观看演出;周庄和同里也推出了夜晚水乡特色演出《四季周庄》和《水墨同里》,展现旧时江南居民的生活场景。

杭州首家海马体金标店开业

本报讯(记者 王莉莉)7月8日,照相馆界的**“网红”**海马体在杭州的第一家金标店在杭州来福士开业。这是海马体全国第60家门店、第4家金标店。

相对于普通门店,海马体金标店的品牌标识系统在颜色和形状上均有所改变,由蓝色变为金色,店内装修也由原先的**“小清新风”**变身更具时尚感的黑色系,并在化妆、服装、拍摄等服务环节均进行整体提升,如使用Dior、Chanel、YSL等一线品牌化妆用品,灯具上采用世界顶级灯光品牌保富图Profoto,摄影器材也进行了升级,还会邀请专业的摄影大师进行拍摄,不仅能为顾客拍出更美的照片,还能为顾客提供更好、更高的美学体验。

据介绍,海马体所属的杭州缙图摄影有限公司于2011年成立,2014年从精致写真转型快时尚摄影,2015年创立了海马体品牌。如今,海马体照相馆已入驻全国47个城市,拥有65家门店,服务用户超过80万,用精致的证件照给人们带去摄影美学体验,留下最珍贵的影像回忆。

超山风景区迎来卡通亲子跑

本报讯(记者 孟煜前)7月8日,2017承兴国际·卡通亲子跑在杭州超山风景区开赛。数千跑者在30余摄氏度高温下热情开跑,共享夏日狂欢亲子派对。2017承兴国际·卡通亲子跑杭州站不仅是3公里趣味关卡路跑,赛道外同样集合了不同的奇趣玩法。活动推出了**“五彩水弹”**、**“指压板”**等趣味游戏。还有**“超级冷餐区”**为参赛者们提供水果、糕点、棉花糖等食物补充能量。卡通亲子跑杭州站落幕后,还将开启温州、常州、太原、合肥、武汉、长沙、厦门、南京等三十多站活动。

“卡通亲子跑”是一个亲子运动互娱IP,活动引入国内知名卡通形象超级飞侠,充分融合健康运动、亲子互动娱乐以及时尚科技等元素,让父母与孩子参与过程中,收获运动的健康快乐,体会美好生活,是一个对父母和孩子来说不可或缺的年度亲子娱乐Party。

畅享7上市 肯德基牵手华为

7月7日,上海陆家嘴金融城·展览中心,一场以**“玩到爽·快到爽”**为主题的发布会高调召开,备受关注的华为畅享7·肯德基中国30年纪念版正式亮相,全球限量销售,这也是华为与肯德基中国的首度牵手。

肯德基中国企创资深副总裁李波称,和华为的合作,是肯德基全面数字化移动化服务体验中的重要一环,也是集智能餐饮、智能娱乐为一体的全新尝试。同时,这也恰恰是肯德基30年**“不创造不时代”**精神的最好呈现。

从全面引入移动支付到建立线上虚拟餐厅,进入中国30年的肯德基的数字化脚步已经越走越快。未来,相信肯德基仍将不断进行品牌更新,和消费者一起创造全民数字移动时代下的消费新体验,这也是肯德基赢得更高顾客满意度的重要一步。

“小6水产网”落户杭城

7月6日,福中集团浙江区域总部在杭州拱墅区举行了开业仪式,福中集团董事局主席杨宗义携集团各产业高管亲临现场。据了解,福中集团计划在全国设立12个区域总部,杭州市是第9站,此前已在北京、上海、广州、深圳、成都、武汉等中心城市设立了8个区域总部。福中集团创立于1995年,是一家具有很深IT基因的公司,当年的福中电脑3+3服务,开创了电脑服务的先河。2005年之后,福中历经数次产业升级转型,如今已经在大电商、大金融、大地产、大健康、智慧城市等几个领域形成竞争优势。随着浙江总部的建成,福中决定将其五大产业板块全部在杭州落地生根,其中以小6水产网为代表的大电商以及智慧城市将是发展的重点产业。

打造家附近的海洋公园

日前,由**“百年好滋味·悠悠情意浓”**——湖墅南路85号的六贤记协办的浙江经视**“江南萌萌哒”**栏目的才艺比拼预热活动在江和美海洋公园热情上演。

盛晋国际投资公司张虹总经理表示,江和美将打造家附近的海洋公园,为孩子们提供海洋学习基地,以绿色新商业模式,进一步深化社会责任意识。

此次评比活动,加强了社会对下一代才艺技能培养的意识,为更多孩子提供了学习、展示技能的机会。江和美海航生活馆也是栏目报名点之一。海洋馆未来会引进更多鱼种、更好项目。