

# 反向定制,商家比你更清楚你想要什么

专家表示,在引领消费热潮的同时也需技术赋能和隐私保护

不同于“从生产者到消费者”的制造路径,反向定制中,生产者通过科技手段,如大数据技术等,在消费端获取用户数据,分析用户偏好,生产出符合消费者需求的产品。这一模式需要科技支撑,在收集用户信息过程中的隐私保护等问题同样值得重视。

随着消费升级,审美风格、设计理念、款式功能、文化主张越来越成为消费者追求的商品卖点,人们愿意为了个性化的喜好和追求买单。反向定制这个看似陌生的经济新名词也逐渐进入到大众视野,为消费者的个性表达提供了出口,成为商家竞相瞄准的市场新机遇。



(网络图)

## 引领时尚消费新潮流

一家做燕窝的食品企业,一度认为传统滋补品的消费者是45岁以上的人群,但通过大数据调研发现,25岁~35岁的年轻人也是滋补品的主流消费群。于是,开始生产符合年轻人口味的产品。

近年,30岁左右的年轻人腰椎性疾病发病率呈逐年上升的趋势。一家家居企业,专门生产满足上班族长期伏案工作状态下的健康护腰需求的椅子。同时,考虑到上班族中午休息不方便,这款椅子设置了多挡调节,在椅子下方配备隐藏式脚托,可以直接躺平。

近年,一种新型定制方式——反向定制逐渐走俏。反向定制(C2M),指“从消费者到生产者”的模式。反向定制模式改变了以往“从生产者到消费者”的制造路径,将目光更多地聚焦在消费者的需求上,要求生产者通过科技

手段,如大数据技术等,在消费端获取用户数据,分析用户偏好,生产出真正符合消费者需求的产品。

众多电商平台都将反向定制业务作为自己商业布局的一部分。2018年,拼多多推出新品牌计划,鼓励企业转向C2M生产模式。2019年,淘宝启动C2M产区计划,京东开放C2M个性定制服务,苏宁搭建C2M平台。2020年,以C2M定制商品为核心供给的淘宝特价版正式上线。目前,消费者可在各大电商平台找到许多价廉物美的反向定制产品。

《2020年线上新品与C2M消费趋势报告》指出,居民生活水平的提升要求市场提供精细化、多功能的新产品。以C2M为主要模式的新品经济帮助从供应端到消费端实现成本、效率、体验的升级,开始成为中国消费市场成长的重要驱动力。



(网络图)

## 科技为个性化定制赋能

随着“90后”“00后”群体成为消费的新生力量,很多人在消费上追求与众不同,对产品的需求也呈现出个性化、差异化的特点。

“过去,由于小批量生产边际成本过高,定制消费难以实现。但随着工业互联网、数字技术在制造业的运用,个性化定制可以在几乎不增加边际成本的情况下实现。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为,科技为个性化、差异化消费需求的满足提供了必要的支撑。

尝试过定制消费的郭女士坦言,自己在定制的过程中曾遇到过一些问题。“因为是网上定

制,不能面对面交流,沟通的时间成本很高,用了很长时间才确定好印刷图样,差点就耽误了婚礼使用。”

在云南玉溪从事鲜花生产的李强会根据昆明斗南花市鲜花价格的高低,调整不同鲜花品种的种植规模。“但是从收到信息反馈到种植、再到上市有一定周期,无法保证彼时鲜花还能卖上好价钱。”李强期待有更高效的方法提示自己该种什么品种的鲜花。

面对定制消费中的消费者需求不明确、生产者信息获取滞后等问题,反向定制模式以科技赋能,为更精准、高效地满足个性化消费需求提供了可能。

盘和林介绍,传统定制是消费者提出要求,由厂商生产制造,而反向定制可以通过大数据分析用户喜好,推送商品。尚未被消费者自己所意识到的需求可以通过反向定制被挖掘,消费者无须亲自参与定制,便可获得符合自己需要的产品。

“尽管反向定制技术日渐成熟,但现实中生产小批量产品的边际成本还无法归零,且小批量生产依赖于设备的数字化和智能化,这对于当前自动化还没有全面推进的制造业来说,尚需一些时日。”盘和林强调,人工智能、智能化柔性制造、工业互联网、消费互联网都是反向定制必备的技术。

## 市场新宠更应迈稳脚步

“打游戏时收到别人的聊天消息会以弹幕的形式出现,而不会影响游戏体验;当玩家发挥出色的时候,还会有高光时刻灯效。”这是某视频平台的游戏主播在测评一款专门为手游爱好者设计研发的游戏手机。

近年,有关企业与电商平台合作,推出过多款了解用户需求后反向定制的游戏手机。深谙消费者心理、量身打造个性化功能,反向定制商品往往“出道即成爆款”。

除手机外,在电商平台“618”大促期间,其他品类的反向定制产品也显示出了强大的市场潜力。根据相关平台的数据,“618”大促活动首日,笔记本

电脑品类的反向定制产品成交额同比增长超10倍;6月10日家电品类日,满足消费者除菌健康、智能感应、节能环保等新需求元素的新风空调销量同比增长9倍;6月18日,游戏电视成交额超5月全月。

盘和林表示,消费品的本质是满足用户需求,能实现这一本质要求的反向定制模式是未来消费品销售的主要发展方向。“但推动反向定制模式的成熟也存在一些困难之处,一方面在于如何实现不增加成本的定制,另一方面在于收集消费者数据后,如何精准地把握消费者需求。”

北京锦钟律师事务所律师

聂洋城认为,个人信息安全、产品质量、售后保障等或许是反向定制尚需解决的问题。“目前对于消费者数据的保护还有不到位的地方,作为一种新兴模式,反向定制的产品质量还有待验证,售后服务也可能不如传统商品般系统化。”

“平台收集利用用户信息,应遵循正当、合法、必要、同意的原则,禁止用户信息的跨平台传播;企业应依靠柔性化的生产技术、个性化的用户服务保证产品和售后的质量;相关部门应对平台收集和利用用户信息予以规范,对反向定制市场进行合理引导。”聂洋城建议道。

(据《工人日报》)