

每经记者：王紫薇 每经编辑：刘雪梅

近日，“真快乐”APP发布了9.0.1版本，此版本与之前最大的变化，是App名称从“真快乐”变回了“国美”。

针对这一变更，国美内部今日回应《每日经济新闻》记者称，此次更名是升级迭代聚焦战略，不意味着真快乐退出，真快乐另有他用。

2021年1月，国美客户端8.0.0版本上线，客户端改名为“真快乐”，内部将此次更名看作了一次迭代升级，真快乐主打娱乐与社交结合的购物平台。

当年10月，“真快乐”围绕“购”+“乐”两大板块进行改造升级，并宣布在当年的双11期间，推出“真选商品”、“严选好店”频道。

当时的真快乐定位为娱乐化电商门户，重点打造“乐”和“购”两大核心板块，全力进军全品类电商市场，要为用户打造娱乐化、社交化的购物体验。

总的来看，真快乐希望不同于原本的国美商城，提出了更平台化的想法，这也被看作是国美内部针对娱乐化、社交化购物的打法，打法吸引对电器消费需求有着升级迭代人群、尤其是年轻新消费群体的布局与尝试。

但互联网的平台属性让其优势更倾斜于先发选手，真快乐入场时机着实晚了不少。这样的时机对想要打出名气的真快乐来说，无异于逆水行舟。

国美或许也低估了改名带来的风险。资深产业经济观察家梁振鹏曾告诉记者，“想让真快乐在电商领域立足，你得重新打广告，重新推广，这个难度就比较大，对于消费者来说，也需要一定的接受时间。”

除此之外，平台意味着一站式购物的体验，也意味着平台要拥有海量的SKU，扩品不仅是对App的开发建设与运营提出了高要求，对供应链来说也是考验。对于目前现金流紧张的国美来说，阵线收缩，聚焦家电品类是上上之选。

此次客户端的名称虽然从真快乐改回国美，可以看出国美希望改善自身品牌形象，吸引更多年轻消费力的目标目前来看仍在坚持。比如此次升级为9.0.1版本，国美也给自己的APP打上了“电器消费潮人的选择”的标签。

去年11月底，国美经历了现金流危机之后，解决危机的方式就是“开源节流”，缩业务线、裁员之外，国美靠大股东黄光裕的输血度过危机。据国美零售公告，黄光裕旗下公司从去年12月8日起，累计5次共向国美输血7.8亿港元。

在造血方面，国美去年12月底谋求业务转型，并重新捡起直播带货。当月，国美宣布全国门店直播转型，并深化推手战略，打造“全员推手”。真快乐APP里分布在全国各地的门店开始直播带货。

目前来看，直播被国美摆在了重要位置。无论是东方甄选的出圈，还是罗永浩上演的“真还传”，直播带货近两年的造富案例不胜枚举。直播造血是自救，也是国美需要开拓的新事业。

截至记者发稿，国美零售（0493.HK）股价上涨1.68%至0.121港元每股，总市值48.14亿港元。

每日经济新闻