

透视 2020 天猫 618

财眼

疫情后的首个国民消费主场 消费回来了,信心更稳了

今年的天猫 618 注定是特殊的——作为疫情发生以来的第一个全国性购物季,它被赋予了中国消费和经济晴雨表的意义。

来自天猫的数据显示,6月18日凌晨第一个小时,天猫 618 的销售额同比增长 100%。可以预见的是,高速增长将带动天猫 618 创造年中消费的新纪录。截至发稿前,今年天猫 618 销售额超过 1 亿元的“亿元俱乐部”品牌已经超过 150 个!

生意回来了!12 万天猫商家在今年上半年的销售,超过了去年同期。他们在天猫 618“回血”抹平了疫情带来的损失,也让他们得到了下半年乘风破浪的船票。

烟火气也回来了!淘宝上数百万场直播,让消费者足不出户买遍世间好物,大鲍鱼、小龙虾、山东的樱桃、泰国的榴莲,全世界的美食让吃货们大快朵颐。

天猫 618,在风雨之后,用扎实的优惠,给了大众温暖的慰藉;用系列的扶助实招,给农户、商家和产业带泵足了动能。而全国“剁手党”们,用“买买买”撑起了商家的生计、品牌的成长、工厂的复苏、农户的增收,更撑起全社会迎向未来的信心。

2020,在天猫 618 的主场,每个人的心,都是暖的。

■新快报记者 郑志辉



广东 惠州

天猫 6.18

6月,我们重燃信心!

年初的损失,我们在这个月加倍拿了回来!

在天猫卖出了1万多把吉他

生活就像一首歌

李绍棠 美邦乐器厂厂长

3 老字号、新品牌 在天猫 618 都找到了自己的舞台

作为中国最大的 B2C 平台,天猫对品牌和品类都实现了广泛的覆盖。无论是国际大牌,还是老字号等老牌国货,无论是快速成长的新品牌,还是相对小众的原创设计品牌,在天猫 618 都找到了自己的舞台。

原创设计师叶谦的 YES BY YESIR 仅用 40 秒就超去年全天销售额;无感女性内衣 Ubras 开店三年就登上了细分行业 TOP;欧阳娜娜同款成交更是在 6 月 16 日登顶服饰单品销售金额第一,成为年轻人的拥趸。

直播是今年 618 的风口,一众老字号、老品牌也在淘宝直播间玩出了新花样。格力总裁董明珠率全国 3 万家线下门店,亲自下场带货。海尔则特意搭建了一个 1000 多平方米的“海尔智家小镇”,创新的直播场景格外吸引眼球。大家熟悉的豫园、广州塔、宽窄巷子等全国各地的地标,都在 618 期间集体开播。淘宝直播带来的巨大消费新增量,带动部分品牌商圈的成交增长达到 187%。

淘宝直播创新带来的巨大增量市场,让天猫 618 成为品牌、商家上半年的最大增长机会,也是帮忙全社会一起打赢“信心之战”的最大底气。广东美邦乐器厂厂长李绍棠说出了众多店家的心声:“年初的损失,我们在这个月加倍拿了回来!天猫 618,让我们重燃信心!生活就像一首歌!”

4 夯实经济底座,以创新持续“造风”

2020 年的上半年,面对突如其来的考验,中小微企业和农户首当其冲。天猫 618,成为产业带工厂、中小商家和农户重回增长轨道的关键一役。

数据显示,天猫 618 首周,鱼子酱、鲍鱼、生蚝、鳗鱼、章鱼、大闸蟹、扇贝柱、羊排等高端农产品同比销售增长超过 1 倍,其中鳗鱼、鲍鱼、扇贝柱等品类更实现了超过 5 倍的增长。天猫 618 成为水产商户和渔民获得上半年生意增长的主场。

受到疫情冲击的还有外贸工厂。今年的天猫 618,淘宝特价版全面参与,多平台的联动带动了产业带工厂加速回血。数据显示,天猫 618 期间 C2M 商品订单数同比增长超过 500%,销售额超过 100 万的产业带工厂超过 200 家,销售额超过 10 万元的超过 1900 家。

观察人士指出,今年天猫 618 在助农和产业带方面的投入力度非常大,可以说是“最普惠”的 618。在中国,80%的就业岗位是中小企业提供的,稳住了中小企业和农民,就稳住了中国经济的基本盘。

此外,2020 年的天猫 618,还是新零售创新技术的大型展示场。AR 试妆、3D 逛宜家,看淘宝直播买车买房、跟着飞猪云游世界,不想出门,在家就能美甲、做头发、定制西装,阿里健康深夜也能送药到家,上银泰喵街云逛街,还能躺收海蓝之谜、Burberry、爱马仕!这个天猫 618,包括个性化定制、线上预约上门服务在内的 24 种新服务全面铺开,让云上生活触手可及。

今天的天猫 618,早已不再只是一个普通的商业大促。依托阿里经济体在技术、物流、金融方面的生态能力,天猫 618 正在成为商业创新和技术创新的试验场,为阿里巴巴这个数字化的商业基础设施添砖加瓦。

在这个波诡云谲的特殊时刻,信心是最珍贵的东西。今年的天猫 618,是品牌、商家、消费者共同创造的又一次消费奇迹。在交易额数字的背后,我们看见品牌的增长和商家的生意,看见工厂的订单和工人的就业,看见农户的耕耘和渔民的收获,我们看见强大的内需底气,我们看见不竭的创新动力。

信心稳了!这是一个充满韧性、充满活力的国家,在迎向未来时的坚定。

1 以真“实惠”带动消费全面回暖

被消费者视为疫情后首次大型“报复性”消费主场的天猫 618,从一开始就有一个明确的目标——做史上最实惠的 618。

面对疫情的冲击,消费券成为拉动内需的重要方式。618 期间,天猫和多地政府、品牌一起,发放今年以来最大规模的现金消费券和补贴,累计金额超 140 亿元。

天猫 618 发放的大量消费券,

让消费者能够在商品折扣价和满减等活动玩法的基础上,进一步获得实实在在的优惠,有效提振了消费意愿,也让商家的参与更加踊跃。今年报名参加天猫 618 的品牌超过 10 万家,比去年 618 翻番。参加 618 折扣的商品超过 1000 万款,与去年天猫“双 11”齐平。

平台和商家在天猫 618 不只投入海量资源,也在加速消费创新。天猫 618 在率先推出“分 6 期

免付 1 期”服务,参与商品可以分 6 期还款、首期免付,相当于 8.3 折。

更大力度的满减,更大金额的消费券,更多的消费创新,完全激发了中国这个广袤市场的内需潜力。数据显示,在天猫 618 期间,超 20 万商家获得了使用消费券付款的订单,消费券的乘数效应在天猫上持续显现,为商家添生意,为经济增动力。

电斩获了新成绩,实现大回血。

受疫情影响,大量服饰品牌面临库存积压以及筹备秋冬季上新两大难题来击,天猫 618 同样成为他们最重要的销售增长窗口。6 月 16 日当天,就有 28 个服饰品牌在不到 1 个小时内销售额就超过了去年全天。

快消行业同样实现高速增长。6 月 16 日零点刚过 1 分钟,美妆和食品双双成交额破 1 亿元。紧接着,母婴亲子 1.5 分钟破 1 亿元,个护 3 分钟破 1 亿元,家清和医药保健均用时 4 分钟破 1 亿元。只用了 5 分钟,天猫快速消费品的整体成交额就超过了 13 亿元。

2 成为品牌恢复、增长的绝对主场

今年的天猫 618,成为品牌在疫情期间恢复和实现增长的绝对主场。

首次参与天猫 618 的苹果官方,6 月 1 日天猫上 iPhone 仅 5 小时就销售破 5 亿元,相当于 iPhone 中国市场整天的成交额。在消费者热情刺激下,苹果在 6 月 16 日再次加码 2 亿元补贴消费者,直接拉动苹果全线产品在天猫平台上半天即实现去年全天成交额。

苹果的高增长,只是 3C 行业爆发的一个缩影。6 月 16 日开售一小时内,天猫 3C 行业即有 25 个品牌及品类实现 10 倍以上增长!品

牌上演一场比学赶超的增长竞赛!3C 行业品牌加速拥抱直播,天猫 618 开售仅 10 天,华为、荣耀、苏宁、海尔、格力等 3C 家电品牌通过淘宝直播引导成交的金额都突破了 1 亿元大关。

第三方调研机构易观最新发布的天猫 618 主流电商平台销量监测报告显示,天猫 3C 数码家电品类的销量排名第一。天猫 618 成为 3C 绝对主场,品牌增长耀眼。数据显示,6 月 16 日零点开售第一个小时内,3C 行业即有 25 个品牌及品类实现 10 倍以上增长,其中,广东有 3 个品牌直播间成交破亿元,更多的广东 3C 家