

《新快报》等八家媒体淘宝直播为家乡超级产地代言

# 天猫双 11 广州美妆产业带 打赢“回血”之战 推动内外双循环

今年天猫双 11 看点有什么? 11 月 3 日, 全国多家权威媒体组成的直播带货“媒体天团”, 纷纷开启淘宝直播间, 以实际行动力挺产业带商家的“回血”之战。

《新快报》为“家乡”广州代言的, 是一直肩负着国内消费者“颜值”重担, 始终走在全球时尚尖端的美妆产业带。当日主播毛若安在直播后表示, 能为家乡产业带企业带货打 call, 不但是媒体的责任和担当, 更重要的是过程中和众多粉丝共同体验分享了本地美妆产品的超优秀品质, 希望大家一传十、十传百传播开去, 共同支持产业带商家和企业打赢这场“回血”之战, “省靓”广州制造招牌。

11 月 1 日, 天猫双 11 第一波正式开卖, 全国 2000 个产业带迎来开门红, 产业带专场首日成交额是去年的 17 倍, 来自广东、浙江、江苏等地的 7 个产业带 1 小时内进入“亿元俱乐部”。第一波销售期首日, 产业带的中小商家已涌现出一批爆款单品, 广东美妆产业带一商家的一款沐浴乳液卖出 6.2 万瓶。

美妆界黑马溪木源联合创始人蓝飞表示, 今年品牌第一次参加天猫双 11, 第一阶段全网就做到了千万销量, 成绩较预期要好。更高兴的是看到广州美妆产业和国货品牌的崛起, 这要得益于消费者对国潮品牌更深的认知和认同, 以及天猫平台的支持。



## 广州产业带 迎来全年最大增长机遇

今年天猫双 11 从“光棍节”变成“双节棍”, 10 月 21 日启动预售, 消费者可分两波购买, 11 月 1 日-3 日是第一波, 11 月 11 日为第二波。在 11 月 1 日至 3 日的这三天里, 资源将全面倾斜给产业带商家, 这意味着中国产业带的工厂经历疫情和外贸疲软的冲击之后, 迎来了全年最大的增长机遇——天猫双 11 的“回血”之战。

高德地图的交通热力图显示, 10 月下旬, 珠三角的深圳、广州、东莞、佛山顺德等地驾车导航活跃用户规模比上月大幅上升, 这些地方正是产业带制造企业的集聚区, 如广州美妆产业带、增城牛仔产业带、东莞耳机产业带等。

根据往年经验, 天猫双 11 的准备工作最早从 9 月起就得启动。9 月份, 天猫小二受邀来到妮蔻广州工厂, 跟团队交流分析今年的营销策略和主打商品。根据天猫的分析, 有十多年一线销售经验的厂长李海云决定定制可能是业内首款的“转运口红”。从确定产品创意, 到最后三天就生产出首批样品, 一下生产线就被厂妹们抢空, 这也证明了, 这个“转运口红”的创意是年轻用户乐于追捧的。

“今年两波预售的玩法, 对货品的准备来说给了我们更多的空间, 也不会盲目备太多货导致挤压库存嘛。”扎根广州的新锐时尚箱包品牌古良吉吉市场部负责人透露说, 通过持续关注天猫趋势中心的数据和市场变化, 以品牌核心人群的画像为蓝本, 针对客户应用场景设计的 toto 包、mini 可颂, 在双 11 开门红时疯狂热卖, 加上早早从 9 月开始备货, 带动品牌销售较去年同期狂增 70 余倍, 首次参加双 11 的天猫旗舰店成交额已接近行业头部品牌的八成。

美妆界黑马溪木源联合创始人蓝飞说, 从最新的天猫开门红成绩单来看, 今年国潮的风潮起的很快, 很多新品牌都拿到了类目第一, 溪木源的大麻叶产品和山茶花水乳同样拿到了细分类目的全网第一, “看到国货品牌的崛起, 我认为这是个很好的趋势, 这得益于消费者对国潮品牌的更深的认知和认同, 以及平台对国货品牌的支持。”

## 天猫双 11 加大对广州制造扶持力度

全球美丽产业看广州, 广州美丽产业看白云。近年来, 随着研发技术和商业基建的不断升级, 广州在美妆个护产业带打造了全国性的标杆产地, 凭借源头优势工厂的优势, 成为了全球美妆个护研发及生产的重要基地。

对中国产业带来的商家来说, 今年注定是难忘的一年。年初的疫情和外贸疲软, 令产业带工厂面临危机。

今年 4 月, 阿里巴巴时隔 11 年重启“春雷计划”, 掀起产业带工厂新一轮的“入淘潮”。疫情后的首个天猫双 11, 覆盖了全国 2000 个产业带、120 万商家、30 万个外贸工厂, 成为名副其实的“回血”之战。

双 11 期间, 聚划算“卖空行动”负责人介绍说, 为了帮助产业带的中、小商家加快“回血”, 今年的天猫双 11 加大了“厂货”的扶持力度。尤其是在 11 月 1 日至 3 日的第一波售卖期, 平台不仅推出产业带专属流量扶持和过亿的产地津贴, 还联合地方政府共同发放定向消费券, 光浙江义乌和广东顺德两地的政府补贴超过了 1000 万元。

广州市社科院高级研究员彭澎博士说, “我观察

到, 今年的双 11, 天猫额外倾注了资源给传统制造型企业 and 外贸工厂, 这也是在为构建国内国际双循环做出的一个很大的努力。双 11 给产业带工厂机会, 就是在给中国制造机会。消费者得到性价比极高的产品, 中国制造的血脉留住了, 中国制造的品提升了, 这本身就是个极有价值的循环的建立。”

除了平台流量扶持, 产业带商家也积极通过淘宝直播新阵地开拓新增长。在广州, 淘宝直播和广州美妆“强强联合”的强大“吸粉力”, 吸引了白云区、花都区的生产厂家和广州美博城的大小商家, 以及品牌的线下连锁店面, 都争相做起了直播引导消费。更有地方官员献出直播“首秀”站台, 《新快报》等媒体天团开设直播间为之代言、带货。

中央党校文史教研部高级经济师郭全中表示, 《新快报》等主流媒体, 在天猫双 11 电商平台为深受疫情影响的产业带“回血”, 不仅彰显了主流媒体的责任和担当, 而且显示了主流媒体锐意创新, 进入经济建设主战场的魄力和决心, 背后则是有今年以来和淘宝直播跨界牵手积淀出来的新能力作为坚实后盾。

## 媒体联动平台代言家乡超级产地打 CALL

从 11 月 3 日《新快报》联手天猫双 11 为广州美妆产业带“代言”带货的情况来看, 消费者对本地产业带商家的支持和喜爱发自内心, 短短两小时内数以万计的网友涌入直播间, 和主播一起讨论这些国货精品的成分、功效、性价比, 觉得合用的马上下单, 不合用的也会加油鼓励。主播毛若安直播后连声称赞说, “这样超乎想象的优秀品质, 值得我们为它打 call!”

连场直播的好成绩, 再次证明了 2020 年是新国货品牌的爆发年。数据显示, 天猫双 11 第一波售卖期, 已有 357 个新品牌成交额登顶细分品类 TOP 1, 首战告捷! 其中的完美日记、花西子两大新锐国产品牌极速破亿, 还分别拿下眼影唇彩和眉笔粉饼类目第一。

广州市商务局副局长魏敏日前表示, 广州市白云区、花都区等区域在美妆洗护行业深耕多年, 出台了一

系列的产业带扶持政策, 支持企业通过电商平台、互联网经济, 拓宽销售渠道, 形成规模效应。

广州市白云区副区长蔡胜表示, 近年来, 白云区化妆品生产对照欧盟、美国标准, 大幅提升生产工艺, 培育了一批具有自主品牌的龙头企业。与此同时, 随着居民收入增长, 百姓对化妆品的需求逐步增加, 化妆品线上渠道多元化, 越来越多的消费者选择国产品牌。白云区化妆品企业可以借助国货崛起的潮流, 促进自有品牌的崛起。

“转运口红”策划者李海云则自豪地说, 广州制造和广州品牌的化妆品, 已经跟国外几乎没有差别, 这种进步是国人思想和消费意识的转变、质量意识、企业认知等多方面因素的综合, 是中国制造的厚积薄发。“我相信, 最多 5 到 10 年, 中国就会成为世界第一!”