

“史上最长”618 今日正式开战



4 直播势力强势参与 升级信任保障体系

除了苏宁易购、拼多多这些新老电商对手，天猫京东今年618还将面对来自另一赛道选手的越界挑战。

作为直播带货最大平台之一，抖音首次宣布入局618，将与其他大电商平台同台竞技。

根据此前泄露的一份618抖音电商“作战指南”，此次抖音推出的618好物节将分为三个阶段：招商期、活动预热期和活动正式期。5月25日-5月31日为活动预热期，此阶段平台将推出各种定金预售、互动小游戏等玩法。6月1日-6月18日为活动正式期，抖音将会推出助力商家达人的平台服务费优惠、直播间奖励、短视频

挑战赛等。

日前快手电商也宣布“快手616品质购物节”正式启动，并与江苏卫视、浙江卫视和快手小店直播间台网联动，打造首届电商晚会——“快手616真心夜”，这也是快手第二次举办616品质购物节。

据悉，今年“快手616品质购物节”在信任保障方面将进行升级。6月1日，快手电商将上线“小店信任卡”，小店信任卡是快手平台诚信消费者可获得的权益与保障卡，内含消费者购物保障（如假一赔十、7天无理由退换货、退货补运费等）、平台优惠券以及商家提供给消费者的系列体验保障。

延伸阅读

直播带货频“翻车”，消费者还会买账吗？ 七部门联合出台监管办法

抖音快手加入618战团，引起外界的格外关注，并不仅仅因为两者的互联网流量虹吸效应，更重要还是直播带货在电商大促中扮演的角色愈趋关键。

以阿里巴巴为例，其最新季度财报显示，淘宝直播已经是阿里电商增长最为迅猛的功能之一。2021财年，淘宝直播的GMV超过5000亿元。

对三大电商平台来说，618已经成为一年两次的大促节点之一。对抖音快手来说，618同样意义重大。抖音自去年618前夕字节跳动宣布成立电商一级业务部门后，抖音就成为其电商业务的最主要承载。2020年，抖音电商全年GMV已经超过5000亿元，2021年目标更剑指1万亿元GMV。

而自去年与京东达成战略合作后，快手在电商GMV方面定的目标值也越来越高。此前，快手将2020年电商GMV设定在1000亿元，但在抖音强攻之下，快手2020年财报显示其年度电商GMV冲高至3812亿元，较2019年的596亿元增长539.5%。而2021年GMV设定在7500亿-8000亿元，约为去年的两倍。

然而，去年双11期间直播带货各类消费投诉满天飞，明星主播频“翻车”的一幕还历历在目，这样的经历下，消费者还会买618的账吗？

接连出台的监管措施和企业规范，或许能给消费者增加一些信心。国家互联网信息办公室、

公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播总局等七部门联合发布《网络直播营销管理办法（试行）》（简称《办法》）将于5月25日起施行，《办法》中明确直播营销行为8条“红线”，突出直播间5个重点环节管理，对直播营销活动相关广告合规、直播营销场所、互动内容管理、商品服务供应商信息核验、消费者权益保护责任、网络虚拟形象使用提出明确要求。

在企业规范方面，孵化出超级IP李佳琦的直播业头部企业“美ONE”则发布了我国直播电商行业首个企业标准。标准明确，当收到针对直播商品的消费者投诉时，直播客服部门应当按照现行法律、法规、规章、强制性标准和电商平台规则的要求，依法向消费者提供直播商品生产者或经营者的名称、地址和有效联系方式等信息，积极协助消费者维护合法权益。并且承诺若商品缺陷系因本公司的行为所致，依法向消费者承担损害赔偿责任。

网经社网络零售部主任莫岱青认为，从各家618玩法来看，直播带货是重要一环。随着直播带货进入“全民时代”，直播电商无疑将成为618各大平台角逐的核心战场。“电商在内的数字经济对实体零售业不仅起到转移、冲击和颠覆的影响，一定程度上也起到刺激与引领作用；直播电商、达人带货、网红爆款正在‘二次爆发’成为新增长点，直播将成为电商、品牌、商家等的‘标配’，直播渗透率在快速提升。”

专家看法

流量红利逐渐摊薄 电商购物节或将迎来拐点

网经社特约研究员陈虎东认为，618虽说是电商购物节，但是随着10多年电商购物节的影响，线上和线下融合发展态势基本形成，所以电商购物节不仅仅是一场线上购物活动，其实也是一场线下的竞争。加上疫情的影响，众多品牌营销的势头，需要被带动起来，电商购物节能满足这一需求。

陈虎东认为，今年的618和往年基本相似，各大电商平台采用的方式在本质上都是营销手段，是多种营销方式的集中展示。这些眼花缭乱的营销方式，虽然“换汤

不换药”，在其日常经营中已经被证明是有效的。随着电商红利或者说流量红利的逐渐摊薄，营销方式的竞争也势必白热化，这也就决定了后续的所谓电商购物节营销或将迎来一个拐点，那就是更加注重后端软硬件运营支撑的整体能力。众多在头部营销方面能力一般的中小电商们，其“出头”之日，或许为期不远了。

莫岱青预测说，随着疫情逐渐控制，这一段时间积蓄的消费欲望会集中释放，因此618可能会迎来一波“补偿性消费”，但不会出现大量囤货。

各电商618大促活动一览

商家	天猫	京东	苏宁易购	快手	抖音
活动日期	5月24日-6月20日	5月24日-6月20日	5月24日-6月18日	5月20日-6月16日	5月25日-6月18日
参与品牌	25万品牌，去年的2.5倍，1300万款商品同时上架，其中140万款新品。	帮助超12万中小品牌成交额同比增长超100%，超230个品牌实现下单破亿。	\	\	\
主要玩法	从6月1日至6月20日，满200减30的基础上，额外每天补贴5亿元。	有超9成核心品牌参与预售，5月24日-6月8日原产地直卖开始，参与预售还可享受定金膨胀，尾款立减等额外福利。	第一轮预售结束后，与预售，5月24日-6月8日原产地直卖开始，参与预售还可享受定金膨胀，尾款立减等额外福利。	帮助商家提升公域流量，快速转化新粉，借力“打榜”“主播PK”等玩法。	6月1日至18日，推助力商家的平台服务优惠，重点/品牌/主题直播间奖励，短视频挑战赛等。