

在直播间被罚后,东方甄选 App 四天销售额超 1.1 亿元

# 直播间自建平台真的可行?

文/羊城晚报记者 沈钊 实习生 许小微 图/受访者提供

7月26日下午,抖音直播间“东方甄选自营产品”被关停3天。当天,相关话题登上热搜,关于东方甄选“出逃”抖音、账号被限流等话题也再次被提出。值得一提的是,此次账号被关停似乎没有对东方甄选造成太大影响。就在7月26日19时,东方甄选App宣布开启促销,截至7月29日的4天促销期内,东方甄选App实现销售额超过1.1亿元。直播间自己做平台,似乎真的可行?

## 关停原因众说纷纭

7月26日,有网友发现疑似东方甄选抖音直播间被关停。一时间,“东方甄选直播间被关”的消息引发了全网热议。东方甄选方面紧急澄清,被关的不是东方甄选直播间,而是东方甄选自营产品店铺。旗下小号“自营产品直播间”也跟着停业三天。东方甄选大号和其他号都正常营业。与此同时,在相关直播间被关停当晚,东方甄选在App上开播,表示抖音自营店铺被关停是一次突发情况,为了不影响客户的消费体验,公司临时决定在App上进行85折促销。

但是,关于相关直播间被关停的原因,抖音平台与东方甄选各执其词。记者采访相关行业人士并梳理相关报道后认为,相关直播间被关停三天的原因有以下两种:一是东方甄选App与抖音平台采用了同一直播源,而几乎所有直播平台均不允许这种行为;二是东方甄选在抖音直播间内展示了自有App的二维码,或者是主播讲解相关产品的时候,镜头上无法回避包装上的二维码,这两种行为均可能被平台判定为引流行为,进而导致关闭店铺。

但无论是上述的哪种原因,都脱不开平台方的强势与直播内容方努力向外“导流”之间矛盾的范畴。而到了7月28日,东方甄选CEO东方小孙在App直播中首次正式回应关店风波。他表示:“我们一直非常感谢平台对我们的支持,过去,现在和未来,我们都会和平台好好合作发展,我们跟平台一直沟通顺畅,这次是我们自己不小心出现了问题,触发了规则,我们会积极地整改,请大家不要担心。”

据悉,东方甄选自营店铺被关期间,东方甄选临时决定在自家App打折销售,引发大量网友哄抢。根据几天内东方甄选频发的财报,东方甄选App首日交易额破千万元,3天交易额破

8000万元,4天的促销期内实现销售额超过1.1亿元。东方甄选方面还表示,东方甄选决定延长优惠期,App自营产品85折促销活动,延长2天至7月31日结束。

## “出走”自立或成出路

实际上,外界对于东方甄选的“出逃”似乎早有预料。根据灰豚数据,今年“618”(5月25日-6月18日)东方甄选主号实现交易总额超4亿元,场观超过800万,在抖音官方发布的潜力商家热卖店铺榜中排名首位。

4亿元的成绩单看似耀眼,但作为抖音“头牌”,这样的金额与李佳琦、辛巴等头部主播爆出的“618”战报数据相去甚远:淘宝直播回放显示,5月26日李佳琦直播间在“618”大促预售首日的最终播放量高达1.7亿次。据不完全统计,李佳琦该场直播累计上架338个单品链接,至少30个单品的销量超过10万件,19个单品直接库存售罄,按照商品页面显示的成交价格来算累计销售额预估超44亿元。

而辛选集团今年在“618”期间共安排了覆盖全品类的超150场直播,其中16场直播销售额破亿元。其中,辛选重磅加码的食品生鲜类总带货销售额近18亿元,生鲜水果类带货销售额近4亿元。

在抖音去中心化运营策略下,大主播多平台运营的情况屡见不鲜。“多条腿走路”似乎成了大家的共同选择。早在2022年“双11”,罗永浩携“交个朋友”直播间入驻淘宝,取得了涨粉超1000万、直播带货总额约2.1亿元的不俗战绩。

而在今年的前四个月,东方甄选在抖音的交易总额持续下滑,从1月份的5.95亿元降至4月的4.39亿元。在业绩压力下,多平台经营、自建平台似乎也成了一条必经之路。实际上,东方甄选2022年6月开始在全网走红后,不仅便建立矩阵



东方甄选App直播画面

号,更在2022年8月就推出东方甄选App。俞敏洪曾提到,基于外部平台所建立起来的热闹的商业模式,有很强的脆弱性。App上线之初,东方甄选对其的定位是为“甄选好物平台”,以农产品、自营商品为主,官方口号为致力于为用户提供高性价比、健康的产品和生活方式。不过,当时东方甄选对App宣传力度并不大,主阵地仍在抖音直播间,直至近期的首次开播再次将吸引观众的注意力。

## 流量难题仍需解答

在2023年7月12日,东方甄选App首次开启独立直播,首播同时在线人数最高超过2.6万。7月13日,东方甄选App迭代更新,上线多个直播间,“东方甄选会员店”“东方甄选自营产品”两个直播间,已开启同时直播。当时,俞敏洪对东方甄选和抖音的关系进行了回应:“是互相成就的关系、依赖的关系,并不是我们求着他,也不是他求着我们。”

而东方甄选最新公布的大促战报显示:7月29日,东方甄选App单日销售额达到3500万元,再次创下新高。开启促销4天内,东方甄选App实现销售额超过1.1亿元。这样日均销售额,已经基本可以媲美“东方甄选”抖音直播间大号的日播成绩,甚至还在7月27日超过了抖音直播间的销售额。7月

28日,东方甄选登上苹果应用商店购物榜第一位、免费榜总榜第八位。

对于东方甄选自建App一事,百联咨询创始人庄帅表示:“独立App能够降低依赖第三方平台的经营风险,自主性和业务扩展性也更强,利于更大的战略落地部署。至于抖音、淘宝等电商平台,是无法限制平台内的商家自建独立平台发展的,东方甄选并不是第一个也不是最后一个自建平台的商家。”

“机遇也很明确,独立的平台拥有更大的自主权和发展空间,而且在商业模式和盈利模式上也更为多元化。”庄帅表示,从东方甄选取得的成绩来看,他看好其独立平台的发展,“我个人看未来两三年内年交易额达到1000亿元。但是做好独立电商平台的挑战无外乎:技术、人才、流量(营销和公关)、运营(平台治理、商家管理、用户管理等)、供应链(商家招商、自营采购、仓储履约、售后等)。”

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅则认为,自建App/构建平台最大的门槛在于流量成本。张毅表示,东方甄选这样的大号拥有足够的粉丝量和影响力,背后也拥有充足的资金,那么自建App的方式未尝不可,“自建App前期的运营成本尤其是流量成本会更高,且从长期来看,要在竞争格局异常激烈的电商行业走出比较好的路子,仍然需要在产品创新、价格力上有着充分的竞争力。”

新《反垄断法》实行一周年

## 广东正核查一批反垄断案件线索

羊城晚报讯 记者吴珊、通讯员粤市监报道:8月1日,是新修订的《反垄断法》施行一周年。广东省市场监督管理局党组书记、局长刘光明近日表示,广东省正在核查一批案件线索,涉及行业协会、建筑等领域。

### 新修订有新亮点

公平竞争是市场经济的灵魂,是构建高标准市场体系的重要内容。去年6月24日,十三届全国人大常委会第三十五次会议表决通过关于修改反垄断法的决定,自2022年8月1日起施行。这也是2008年8月1日《反垄断法》生效以来的首次修订。

据悉,新《反垄断法》有多个亮点。其中,“导入公平竞争审查制度”和“加大违法行为的处罚力度”格外亮眼。前者将公平竞争审查制度上升到法律的高度,实现了对行政性垄断行为从事中事后的监管到事前预防事中事后禁止的全程监管,从柔性约束上升到了刚性约束。后者,大幅提高了对相关违法行为的罚款数额,并对垄断行为实行“双罚制”,即不仅处罚单位,而且处罚相关负责人,同时增加失信惩戒、刑事责任等更多违法失信责任形式。

### 建立联席会议制度

广东在竞争监管方面一直走在全国前列。据刘光明介绍,广东高度重视公平竞争政策实施工作,按照机构改革方案,整合了省发展改革委、省商务厅、原省工商局三部门反垄断职能,理顺广东省反垄断执法体制机制。目前,广东省已建立健全公平竞争审查工作部门联席会议制度。

羊城晚报记者梳理发现,近年来,广东出台多条措施落实《反垄断法》。比如,2022年,广东将公平竞争审查制度纳入《广东省优化营商环境条例》,为广东公平竞争审查制度的实施

提供法律支撑。2018年与2020年,广东两次部署开展全面清理排除限制竞争政策措施工作,累计梳理政策措施约6万件,废止或修订含有排除、限制竞争内容的政策措施约700件。

值得关注的是,广东积极探索在反垄断领域推进粤港澳大湾区建设。今年7月,省市场监管局与香港竞争事务委员会签署了《关于推进粤港澳大湾区竞争政策与法律有效实施备忘录》,发布双方首项合作成果《粤港澳大湾区企业竞争合规指导手册》,有效构建起粤港两地竞争政策执行层面双向衔接机制,有力推进粤港澳大湾区竞争规则的软联通,携手共建大湾区公平竞争环境,提升粤港澳大湾区一体化水平。

### 广东有哪些执法大案

据省市场监管局介绍,在大案方面,广东积极配合国家执法机构开展高通、阿里巴巴、美团、知网等具有国际性和全国性影响的反垄断大案,解决互联网行业竞争失序的突出问题,彰显反垄断执法服务经济高质量发展的重要作用。

广东还查处珠江口海砂价格联盟、韶关河砂滥用市场支配地位案,为国家重点工程建设项目顺利开展保驾护航;查办东风日产主机厂和广州经销商纵向垄断案等享誉全国的大案要案,维护广东市场竞争秩序稳步向好。

此外,广东还在全省开展了民生领域反垄断执法专项行动,完成全省滥用行政权力排除限制竞争专项行动。比如,“茂名混凝土企业横向垄断协议案”与“惠州市机动车检测行业协会横向垄断协议案”,两案还被列入最高人民法院全国2022年十大反垄断与反不正当竞争典型案例。

据介绍,《反垄断法》实施以来广东累计处罚1.5亿元。

## 广发基金携手华南理工代表队 获得大学生基金知识竞赛季军

近日,备受关注的首届大学生基金知识竞赛总决赛在南京落下帷幕,广发基金携手华南理工大学代表队获得季军。

近年来,除了积极参加投教赛事,广发基金还以投教基地为载体,精心推出系列原创图文、漫画、音频、

视频等栏目,重点打造选修课程、专题讲座、财富沙盘、游学参观、共创比赛等多元活动,切实推动投教工作“进三四级、进社区、进企业”,从源头上为资本市场培育更多的理性投资者,助力行业高质量发展。

(杨广)

# 第31届世界大学生夏季运动会火热进行中 蓝月亮以专业洁净护航国际盛会

文/孙琦曼 图/受访者提供

## 洁净科技 覆盖大运全场景

据介绍,蓝月亮为本届大运会49个比赛场馆、6522间大运村宿舍,以及运动员食堂、健身中心等区域提供了包含至尊运动型洗衣液、净享泡沫沐浴露、自动洗手液、免洗抑菌洗手液等在内的各类清洁用品,共计28个品种,能满足不同场馆的清洁需求,以及各代表团衣物洗护、个人手部与肌肤洗护

等需求。

其中蓝月亮为运动员宿舍准备的运动型洗衣液,不仅可以高效去除衣物汗味,还能持续抑制衣物产生汗味,还能保护速干面料吸汗速干性能,助力大健儿释放活力,尽情追梦。

为满足代表团更多元、专业的洁净需求,蓝月亮在大运村内代表团入住的A、B、C三

个区域都开设了衣物洗护中心,提供衣物洗护服务。据悉,蓝月亮衣物洗护服务涵盖洗衣、护衣、还衣等21道工序,以标准、严谨的流程,让每件衣物都能得到科学的洗护,为代表团带来专业、舒心的洗护新体验。

能够为国际赛会洁净护航,折射出蓝月亮品牌的强劲实力,更源于其在洁净领

## 知识科普 助力赛会清洁保障

为了更好地服务本届大运会,蓝月亮专门成立了驻地成都的运营保障团队,在保障产品供应的同时,通过场馆走访、线下培训、使用回访等方式,为场馆工作人员科普、解答产品使用与科学洗涤知识,助力洁净场馆的打造。

与此同时,蓝月亮充分发挥24小时在线客服体系的作用,以便于更加及时、灵活地解答大运会工作人员及代表团的洁净问题。

资料显示,蓝月亮具备职

能完备的消费者服务中心,通过24小时在线的400热线、微信公众号、微博以及多个社交媒体平台等四十余个沟通渠道,为消费者及时解答日常生活中的清洁疑难问题,持续输出科学的洁净知识及洗涤技巧。

实际上,作为中国专业的家庭清洁解决方案提供商,蓝月亮始终秉持走知识营销路线,通过向消费者进行产品使用方法教学和洗涤知识科普,帮助消费者解决日常生活中的洁净难题,传递洁净生活理念。

## 凝心聚力 共筑“绿色大运”

当下,绿色低碳办赛逐渐成为世界赛事的举办趋势。成都大运会从低碳能源、低碳场馆、低碳交通、低碳运营、低碳参与等方面入手,采取了更加积极的绿色低碳措施,丰富了“绿色大运”的内涵。

坚持对绿色和可持续发展的追求,蓝月亮与成都大运会不谋而合。跟随绿色大运主旋律,蓝月亮为本届大运会特供至尊运动型洗衣液、浓缩柔顺剂、天露餐具果蔬洁净精华等浓缩产品,带来更加高效的洁净体验,对环境更友好。据中国洗涤用品工业协会2015年测算数据,如果所有中国消费者都使用浓缩洗涤剂,每年可减少174.72万吨运输途中排放的二氧化碳,每年可节约85.67亿度电能,每年可减少242.11万吨洗涤废水排放。

据了解,成都大运会在清洁护理类供应商的引进上,不仅重点考察其产品质量是否过硬,也注重品牌是否遵循绿色

低碳的发展理念。蓝月亮坚持践行绿色发展道路,将环境友好的理念贯穿于产品生产的全生命周期,积极研发绿色产品,推动液洗产品浓缩化,引领行业迈向绿色环保的浓绿新时代。同时,蓝月亮积极响应“双碳”目标,将绿色低碳理念贯穿至日常业务运营的各环节,为守护绿色生态贡献力量。

世界大学生运动会自诞生以来,一直是青春的盛会、团结的盛会、友谊的盛会。本次成都大运会,来自113个国家和地区的6500名运动员汇集到一起,挥洒汗水、尽情逐梦。作为第31届世界大学生夏季运动会的官方独家供应商,蓝月亮与大健儿同行,为青春力量喝彩,持续用优质的产品、更高的标准、更好的服务完成大运会洁净护航工作,向世界展示高水准的“中国式洁净体验”,展现中国品牌的专业实力与青春活力!

# 成都第31届世界大学生夏季运动会 CHENGDU FISU WORLD UNIVERSITY GAMES

成都成就梦想

Chengdu Makes Dreams Come True



蓝月亮为第31届世界大学生夏季运动会提供的部分产品