

采销直播、品牌店播走红,国货国潮风成趋势

双11第15年 这届年轻人开始理性消费

电商平台造出的网络购物节“双11”,已进入第15年,也成了很多人生活中不可缺少的消费狂欢。今年的双11,你买了些什么?10月开始,各大电商平台、直播间就进入双11周期,各类促销、优惠、推广层出不穷,“拒绝套路”“拒绝佣金”的采销直播、品牌店播走红,国货国潮风、简约朴素风等备受青睐,折射出理性消费、实在购物的趋势。

现代快报+记者 卢河燕 刘德杰

11月11日,
湖南一主播在
直播带货
新华社发



11月11日,顺丰速运江苏泰州高港中转换场小件自动化流水线上,工作人员分拣快递 新华社发



11月11日,贵州一菜鸟驿站的工作人员帮市民查询快件 新华社发



今年双11战线长,消费者已在忙退货 网页截图

“买买买”战线长,网友拒绝套路

今年的双11从10月就拉开序幕,“战线”长达20多天,不少人下完单没几天,部分商品已经到货,于是有网友“一共买了14件衣服,由于与想象中有差距,选择退货12件,只能重新下单购买新款式或者换新的品牌”。

过去,双11一度成为“大考”,不少消费者为了薅到羊毛,纷纷列出表格和数学公式。95后南京市民小林吐槽:“又是领优惠券,又是满减,又是叠加,太复杂了,真怀念

全场五折时的双11。”

“买个破壁机,提前几天付定金后的价格,竟比直接购买还贵20元……”“我最常买的东西,9月下单272元,双11疯狂低价309元”“明明我只买一样,非要买四样才打折”……不少网友表示“拒绝套路”“拒绝烧脑”。

小刘把这次的购物车清单和“618”购买过的记录细细比较,发现同一套餐具“618”实付552元,双11却要569元。有下过单的网

友表示:“今年双11有的平台优惠力度第二波比第一波还大,感觉被商家‘背刺’了。”

在微博热搜上,“反向消费”“拒绝消费”成为关键词。#双11不花钱立省100%#、#你还在双11购物吗#等话题登上热搜。有网友称:“这是一种积极正向的消费选择”“回归到自身需求和产品本身真香”。也有网友表示,询问一圈朋友,大多只买了些确实需要的日用品,不太追求商家宣传的消费品。

国潮风成趋势,新老品牌“出圈”

10月底,小林就在某平台购物车加购不少国货护肤品,“国产护肤品不仅性价比高,还好用,我愿意用实际行动支持国货。”

纵观各大电商平台今年双11的战况,国货品牌无疑是“出圈”焦点。从资深品牌到新生代,再到大国重器,国货通过品牌联名、抛梗造梗、直播间互动等方式,紧跟潮流趋势,持续吸引网友关注。

天猫方面表示,今年双11,243个国货品牌进入“亿元俱乐部”,超过100个国货品牌上演史上最大规模跨界联名,推出热梗礼盒。比如,老干妈和椰树推出“妈椰”跨

界礼盒;六个核桃与溜溜梅联名推出“666”跨界礼盒;银鹭与麻辣王子组成“赢麻了”跨界礼盒……不仅如此,央企品牌与淘宝深度合作,集中上架包括核能充电宝、5G芯片等在内的16款“大国重器”。国资小新淘宝店硬核国货,搜索加购总数量突破1000万。

国潮黄金也吸引了消费者。今年下半年,黄金消费的热度一直居高不下。六桂福珠宝旗下的福韵故宫、福韵敦煌等IP古法黄金系列饰品的销量同比增长120%,中老年高净值用户的订单量增幅最为明显。数据显示,黄金消费在今年大促中有了新变化,年

轻群体越来越看重投资属性,而中老年群体则更看重情感属性。

“全国各地都降温了,想给父母买双质量好的鞋子过冬。”天气渐冷,高质量的老人鞋出圈,在让父母穿上更舒适的老人鞋后,城市中年、年轻白领和小镇青年对于自身的运动装备愈加专业化,高端装备增长显著。

据悉,国货运动品牌361度的销售额同比增长100%,旗下的碳板竞速跑鞋在四五线城市的订单量增长了5倍;彪马的订单量在95后群体中同比增长77%;安踏在新一线城市的用户人群同比增长93%。

采销直播、品牌店播,谁领风骚

直播电商经过多年发展,已经进入新的周期,许多品牌的直播带货模式逐渐从达人直播转向店铺直播。

截至11月11日零点,天猫402个品牌成交破亿,38600个品牌同比增速超过100%。10月31日晚8点一过,海尔、美的、华为等155个品牌销售争相破亿。7.19万个品牌首小时成交超过去年双11全天。品牌迎来店播爆发新红利,38个品牌直播间成交破亿,451个店铺直播间破千万,预售期4小时内首次出现成交破亿。“在这场年度消费狂欢中,我

们希望平台和品牌商家一起投入,最终为消费者带来好货好价。”淘天集团品牌业务发展中心总裁奥文表示。

今年,京东推出的采销直播成为全行业关注的焦点。在11月11日举办的京东11·11媒体开放日上,京东宣布,截至目前,京东采销直播累计观看人数已突破3.2亿,累计已有约300个品牌销售破亿元,新商家成交单量环比上月同期增长超5倍。

“刚开始直播的时候,没有脚本、没有彩排、没有提词器,就是拿着盘出来的商品PPT

直接上,一个看起来很‘潦草’的直播间在第二天再开播时却吸引了近千万用户观看。”京东家家居洗衣机品类采销猛哥分享道。

随着京东采销直播受到更多消费者的关注,大量品牌厂商主动找到京东采销,愿意给出更大幅度的优惠让利。今年双11期间,京东采销直播推荐的3C数码、家电家居、日用快消、服饰美妆、汽车、健康等众多品类都是以5折价格上架销售,被抢购一空。对于这样的成果,用猛哥的话说:“很苦很累,但是很开心!”

中小商家成交翻倍,00后创业者崭露头角

今年双11的聚光灯下,中小商家的表现引人关注。现代快报记者获悉,截至11月11日零点,天猫双11已经有超过220万中小商家实现成交翻倍。

自5月10日宣布成立中小企业发展中心以来,淘天集团持续加大对中小商家的支持力度。今年双11期间,200多万淘宝新商家领取流量补贴,13万中小商家获得新商流量加速包,菜鸟物流补贴也覆盖了50万淘宝中小商家。有了专属资源,新商家也能参与大

促。比如,9月5日刚入驻淘宝的新商家“时尚猫帮”,参加了“开业酬宾”活动,开卖4小时成交比过去一个月还多。

一批00后年轻创业者也崭露头角。做婚宴礼服的淘宝店“喜妈妈”主理人是一名00后,在淘宝开张的第二个月就赶上国庆“金九银十”结婚高峰,日销从1万飙升至6万。公开数据显示,过去一年,淘宝新增500多万商家,其中有130万是00后。

对此,商务部研究院电子商务研究所副

研究员洪勇认为,当前消费市场正在呈现细分化、个性化等特征,国家也在加大对中小企业的支持力度,以淘宝为代表的电商平台释放利好,营造多元繁荣的创业环境,将有利于助推新一轮中小微企业创新创业潮。

日前,国际咨询机构埃森哲发布2023双11报告,认为:“对于品牌商家来说,双11已经不再仅仅意味着销售高峰,更是一个特殊的运营节点,激活用户兴趣、提升用户体验、增强用户黏性,成为更为关键的竞争因素。”



PPMG
凤凰出版传媒集团

国内统一连续出版物号
CN 32-0104
邮发代号
27-67
主办
凤凰出版传媒集团
出版
江苏现代快报传媒有限公司

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
网址
现代快报网 www.xdkb.net

传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

今日值班
张名青
头版责编
颜玉松
版式总监
沈明

零售价每份1.5元

版权
声明

现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

①任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须先取得书面授权;②本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权权益的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任;③欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师