《产业晋江》官方微信公众号

聚焦“6·18大促”

告别“低价” “6·18”好产品更叫座

本报记者 蔡明宣 陈巧玲

“6·18”已经过半了，预售期和“开门红”从5月26日至6月3日已结束，6月15日至6月20日的第二轮活动又将开始。与早几年大促的热闹与重视程度不同，商家们对此次的大促更显冷静：“参加了‘6·18’活动，整体销量一般。”“我们的多款产品参加‘6·18’大促，售价比平时低了5%，但与同行一比还是没有优势，我们也不想‘卷’。”……

“6·18”不再狂热已不是新闻，但如何在线上保持增长优势？那些在“6·18”还能保持热卖的商家有哪些经验可借鉴？带着这些问题，记者对业界进行走访。

不再狂热

今年“6·18”，淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会都使出浑身解数，抖音、快手、小红书等社交电商也纷纷加入，用直播和内容撬动新玩法。

5月10日，在杭州淘宝天猫“6·18”启动会上，淘宝天猫“6·18”总负责人暮珊直接表示，今年淘宝天猫“6·18”是历史上投入最大的一届。5月22日，在位于北京亦庄的京东总部，京东零售CEO辛利军喊出了类似的口号，“今年的京东‘6·18’会是全行业投入力度最大的一次‘6·18’”。5月30日晚10点，拼多多也启动了“6·18开门红”活动，称拼多多百亿补贴4天投入50亿元优惠券，“打造史上最实惠的‘6·18’大促”。5月31日，“抖音‘6·18’好物节”上线。

一些行业和品牌的确在这场“6·18”中找到了增量。

京东披露，今年“6·18”，平台10分钟成交额破亿的品牌数量同比增加了23%，超六成的新商家5分钟成交额突破5月日均全天。淘宝天猫发布的相关数据显示，平台“6·18”活动启动后4小时内，生鲜15大品类同比增长超1000%，4184个品牌成交额同比增长100%。6月1日当天，淘宝20多个直播间成交额破千万。

一边是各大平台火热造势，另一边不少商家则略显冷淡。“照常上班了，没有什么特殊的造势活动。”“有合适的活动就报，那种让我们亏本卖货的，我们宁愿不参加。”“现在的活动跟平常一样，大概都可以预估一个量，不需要特殊的准备。”……记者多日来走访企业发现，“6·18”大促平常化已经是大家的共识。

然而，作为晋企线上销售的主流渠道，在史上最卷“6·18”大促下，销量呈现“几家欢乐几家愁”。

晋江信立旗下国潮卫生巾品牌lilygirl，在此次的大促中表现抢眼，连续12天蝉联京东国产裤型卫生巾榜第一名，“6·18”期间有1万多人购买其产品。“‘6·18’大促前，我们用了一个月的时间聚焦卫品的品类数据分析，并从中洞察到安睡裤品类的市场需求。”上述品牌电商负责人黄姜锌表示。

无独有偶，今年“6·18”大促，阿一波多个产品销售数据表现不错，蜡笔小新的果冻和棒冰等经典产品热度持续攀升，整个品牌整体销售量同比增长3倍左右。

不过，也有许多商家和行业觉得拼低价并未让这届“6·18”找回“大促”的气息。“此次大促不单单是京东的‘6·18’，全平台无论是线上还是线下都在做活动，像天猫、京东的品牌店铺，普通款的促销活动很难拉起量。”本土天猫卖家郭少怀说，“6·18”大促期间，店铺销量并未达到预期，同比销售并没有明显的增长。

抢流量全渠道布局已是常态

“卷”，似乎已是共识。其背后折射出线上渠道的几大问题：促销手段难以再玩出新花样；各大平台的史上最低实则是拿着商家的利润在玩价格战；直播、拼单、团购等层出不穷……各大平台寻求曝光的背后，实则是对消费者流量的争夺。

为了配合这场平台大戏，不少商家坦言，每一个渠道都能带来一些销量，也都有不少流量，从传统电商渠道向全渠道布局已经是不少商家的选择。

作为前两年才刚刚成立的新品牌lilygirl，一开始便把运营的重点放在京东自营和抖音、小红书、拼团上，而天猫旗舰店则作为各平台比价的渠道。黄姜锌向记者分享一组数据，“6·18”京东渠道同比增长翻了四五倍，抖音和小红书直播均有两位数的直播销量，而拼单团购这块则保持着每月的稳定增长。

“现在的流量费用太高了，新品牌进入天猫渠道除非投放搜索流量，不然很难有自然的搜索流量进来，刷单的成本也高得离谱，基本上玩不动。而像抖音、小红书等平台，一方面可以通过内容来做流量渠道，另一方面也可以借助达人直播来获取流量，这些整体的成本都可控。”黄姜锌总结道，无论是新品牌还是老品牌，全渠道布局来获取流量已经是很多品牌商家的选择，也是常态化的操作手段。

也有不少电商小卖家向记者透露，他们的淘宝和天猫店基本上是放着没有怎么运营，主核心放到了抖音上。在他们看来，天猫上的流量都是要靠投流获取的，而抖音上却可以借助不同达人的资源实现流量的破圈，运气好的话，还可以以较低的成本实现爆单。

不仅商家在抢流量，平台商也为了获取有限的流量铆足劲。

今年“6·18”，京东直播和“交个朋友”宣布达成合作，“交个朋友”除了在京东日常直播外，当家主播罗永浩还会在京东平台进行三场直播。淘宝天猫也表示，“6·18”期间将迎来超50000名新主播的首次开播。2023年，抖音电商称将投入100亿元现金扶持，助力商家做好货架生意。

当传统电商与社交电商在内容与变现上相互切换、互相渗透，其本质都是为了获取新的增量，就如同品牌商家不断布局全渠道的背后，是为了获取价值更低的流量，从而为自身带来可观的利润。

创新单品比『低价』更靠谱

尽管“6·18”大促还未结束，但从目前的数据来看，仍然有不少企业的单品跑出圈，其背后的逻辑是迎合消费需求的细分品类的产品。

京东预售数据显示，户外照明品类预售订单额同比增长超100%，鱼线品类预售订单额同比增长超10倍。与此同时，适合室内运动的大件健身器械也迎来热销，预售开启后4分钟订单额即超去年首日全天，健身器材品牌舒华预售订单额增长超6倍等。

不少业内人士认为，人们对健康的关注仍在持续，保健品、户外运动等相关的品类商家可能迎来机会。此外，一些反弹类的消费，例如奢侈品、旅游类的消费增量也值得关注。

“这两年，整个线上平台的流量由聚焦向泛流量过渡，对于食品企业的要求越发严苛。”阿一波电商负责人陈尤敬分析指出，以前食品企业开发一个新品可以吃一两年的红利，现在好的单品生存周期不断被缩短，倒逼着企业要不断进行产品创新。而这个创新并不是简单的产品包装与口味的替换，而是要根据消费者的真正需求，结合各种社交平台的热度进行内容优化与升级。

陈尤敬告诉记者，阿一波“6·18”大促的热销产品并不是那些售价低的产品，反而是那些迎合消费者痛点需求的好产品。以阿一波的冻干绿豆羹为例，这款产品是专门为盛夏消暑的人群准备的，免煮冲饮、FD冻干技术，可以满足盛夏上班族、露营、单身等不同场景和人群的需求。

黄姜锌也分享了“6·18”大促的生意经。他介绍，刚开始运营京东店的时候，他也是卫生巾、棉柔巾、湿纸巾等什么类型的产品都上，并没有根据平台消费者的需求与痛点进行产品组合的划分与梳理。后来通过对大量小红书笔记的分析，他发现，比起卫生巾，女性消费者对于经期裤的需求和搜索热度更高，于是，此次“6·18”，他果断选择三片装的经期裤作为组合，一经推出深受消费者认可。

黄姜锌认为，小品牌应该有小品牌的玩法，后面lilygirl将结合工厂自有优势，结合跑步、徒步、露营等热门户外运动推出更多符合不同细分人群的卫生用品需求。

财说道

企业反腐不能『讳疾忌医』

上周，两件关于企业反腐的新闻引发较大关注：安踏集团东北大区监察巡视大会启动；盼盼食品集团组织核心部门、重要岗位员工参加廉政警示教育活动。

近年来，企业反腐成为焦点话题。无论是在本土企业或者在国内的头部企业身上，均能看到相关案例。以互联网头部企业为例，2022年腾讯查处案件70余起、辞退100余人；美团移送司法机关107人，清退合作商家41家。

然而，在很长一段时间，企业反腐问题一直都是民营企业讳莫如深的话题。实际上，很多民营企业内部都有遭遇“家贼”“内鬼”的经历。对于上述问题，民营企业家一般不愿意公之于众，一方面担心企业社会形象受损，另一方面是“家贼”“内鬼”往往与企业经营者有“剪不断理还乱”的私人关系。此外，一些民营企业家也担心，这类“家丑”诉诸司法程序反而会给企业经营带来诸多不便。因此，很多民营企业大都采取息事宁人的做法。

企业反腐，是企业走向合规路上必须跨过的关口。随着企业的发展壮大，企业内部腐败给企业带来的消极作用将越来越大，严重的甚至会导致企业面临倒闭风险。这已经是事关企业危急存亡的重大问题。

正因如此，面对内部腐败现象，企业不应再像以往那样“讳疾忌医”，而要正视该现象，并用正确的手段应对。

何谓正确手段，说起来无非三方面。一是要在企业内部进行宣导，从企业主到普通员工都能知法懂法，明白企业腐败也是一种违法行为。二是要在企业内部建立制度，堵住各种可能滋生腐败的漏洞短板。三是面对已然发生的企业腐败行为，及时向有关部门报案，拿起法律武器捍卫企业合法权益。

可以想象，随着企业的进一步发展壮大，碰到相关问题的概率也会增大。对于企业而言，唯有主动强化自治，通过内外合力促进企业健康发展，方能逐渐在市场经济中形成对贪腐问题的“免疫力”。

世新

中国品牌之都 领军品牌榜
发布平台：15880722026
LILANZ利郎
361°
盼盼食品集团 PANPAN FOODS GROUP
信泰集团 SinceTech 信泰·网布科技领航者
JINGONG晋工 取胜源于可靠 WIN WITH RELIABILITY
KELME 卡尔美国际
舒华 让运动更简单 关注科学健身
凤竹纺织 FYNEX TEXTILES
小样儿搭膳
MACHINERY HAINA 海纳机械
产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026
中国品牌之都 优秀供应商
发布平台：15880722026
茂泰鞋底 MAOTAI SOLES
源泰皮业 Sourcesafe 服务热线：0595-85685062
星达鞋材 TPU热熔胶、高低温膜 服务热线：0595-85127511
佶龙机械 JILONG
JIANYOU 健友皮革
产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026