

11月11日24点,跳动了24小时的2018年天猫双11交易额数据最终定格在了2135亿元。也刷新了去年天猫双11创下的1682亿元交易额的记录。封面新闻记者在天猫双11直播现场注意到,阿里巴巴董事会主席马云也出现在现场见证了这一历史性时刻。

2135亿元 2018天猫双11大幕落下 四川成交量全国第七

阿里巴巴CEO张勇:双11是新零售试验场,不会把纯线下的流水算入双11总交易额

“在今年的‘双11’消费盛宴中,四川‘剁手族’依然是全国前十的实力。据天猫公布的数据,截至11日24时,四川的成交金额排名全国第七,而成都在全国城市成交额排名中,居第六位。11日16时,天猫公布的数据中,四川所有市州消费金额排名依次是成都、绵阳、南充、德阳和宜宾。而县(区)排名是,郫都、崇州、西昌、都江堰。在四川所有的剁手党中,90后是绝对的主力,其次是80后和70后。广东依然是‘买买买’的主力!截至11日16时,广东省的成交额达到了195.5亿元,蝉联2018年天猫‘双11’消费榜首。记者梳理发现,近年来广东在天猫‘双11’的成交额逐年上升,自2014年起一直稳居全国首位。

对于今年双11,阿里巴巴CEO张勇接受封面新闻记者采访时表示,阿里把双11作为一个练兵场,把平时积累的新零售模型放在这一天来试验。“我们并不看重线下部分的数字,不会把纯线下的数字加到双11的交易额中。”张勇说,他不会预测双11的最终结果,昨晚还安心地睡了四个小时。

不会把线下流水算入总交易额

对于今年双11的变化,张勇说更多的是商业的变化,其中有品类的增加,比如美妆、运动等品类的崛起,此外今年还有很多新零售伙伴加入进来。阿里也是把双11作为一个练兵场,是把平时积累的新零售模型放在这一天来试验。

张勇还透露,今年双11期间90后消费者已经占了46%。

对于新零售,张勇说,并不会把纯线下的数字加到双11的交易额中。”张勇说,今年已经突破了2000



阿里巴巴集团CEO张勇。

亿,也达到了一个里程碑,但是我们不会为单纯的数字而欣喜,最重要的还是创造商业模式、价值和用户体验。

张勇解释,双11不是为了一个数字而做,而是为了创造一个节日,把它作为一个数字化驱动器,利用这个机会来驱动产业变革。

对新零售的探索还在路上

今年新零售已成为全面爆发的一年。但是张勇表示,虽然已经在新零售领域找到了一些方法和模式,但是阿里巴巴还一直在路上。面对纷繁复杂的未来,还是有很多需要探索的东西。和两年前相比,现在确实创造了一些新零售的模式,也对现有的模式做了一些新的改造,包括银泰、

盒马、星巴克等。

中国原来零售业的改造过程中,面临着许多问题,中国百货行业要怎么改造?张勇说,首先需要懂货。“但是几乎全部原来的中国百货行业是不懂货的”。张勇认为,原来的百货是不碰货,都是做柜台。

但是创造任何一个新物种都要有一个过程。张勇说:“我曾经对盒马说,做5个店和50个店、500个店的难度是不一样的,如何把这个模式做到能够复制的程度,我们还在探索的过程中。”这需要天才般的创意,也需要顶层设计,另外更要踏实的执行。

不会预测双11结果

对于双11的最终成绩,张勇说

十年来他从不做预测,“我一直和团队说,顺其自然。双11的成绩是自然发生的结果。”

张勇说,阿里双11的工作核心是在不同的场景针对不同消费者创造需求。比如,今年阿里第一次引入双11合伙人,因为阿里现在有很大的生态,有很多APP,就是用双11合伙人打造一个IP,把所有的业务连接在一起,为生态内的所有成员创造价值。

每年都会创造纪录的双11和整个社会是什么关系?张勇认为,阿里是一个社会化合作的大生态,阿里是全社会的一份子。此前,张勇把双11描述成全社会的共振。但是如果没有平时的共振,也就没有双11。

华西都市报-封面新闻记者 孟梅 崔江

相关新闻

马云预言成真 中国快递进入10亿时代

11月11日23点18分09秒,2018天猫双11当日物流订单量突破10亿大关,十年来强劲增长3800多倍。中国快递进入一天10亿的新时代。

“我们很快会面临一天10亿个包裹。”2017年全球智慧物流峰会上,阿里巴巴集团董事局主席马云就预见性地提出“一个小目标”。“当时没有几个人相信,但这一天很快会到来。而且双11的包裹峰值将成为未来8年、10年后每天的平均量。”

阿里CEO张勇此前也表示,中国已经实现了一周10亿个包裹。“不远的将来,大家一定会看到每天10亿个包裹,平静如水地在每一天发生。”他大胆预言,未来“包裹”这个词会被重新定义。

华西都市报-封面新闻记者 孟梅 崔江

10笔支付6笔靠指纹和刷脸 中国生物支付时代已到来

今年是天猫双11的第十年。十年里,人们的消费习惯、支付体验悄然发生了改变。数据显示,今年11日当天,消费者通过指纹、刷脸完成支付的比例达到60.3%,密码正在退出历史舞台,中国的生物支付时代已经到来。

蚂蚁金服副CTO胡喜表示,每年的技术大考“倒逼”支付宝持续自主创新,十年不断涌现的新技术不仅服务着双11早已成为社会商业的基础设施,而且支付宝自主研发的核心技术已经100%实现了开放。

现在,支付宝的刷脸支付已应用于超市、便利店、药店等众多的线下零售场景,全国上百个城市的超过百万消费者已体验了刷脸支付的便捷。在不久的将来,无需密码,甚至无需手机等设备,用户也能快速、顺畅地完成支付。

华西都市报-封面新闻记者 艾晓禹

电商报盘

京东 成交额1598亿 四川人最爱买手机

11月12日零点的钟声敲响,京东公布了2018年双11全球好物节最终累计下单金额达到1598亿元,超过今年618成绩。四川用户在“11.11京东全球好物节”期间消费能力大幅提升,截至11日14点,四川累计消费金额全国排名第6位,同比增幅排名全国第23;在“购买力最强省区”榜单中排名第4,比去年上升一个名次。同时,京东曝光了四川用户在京东的“剁手”清单特点。统计显示,四川购买力最强的城市Top5分别为:成都市、绵阳市、德阳市、南充市、乐山市。在四川用户Top热搜词中,电子文娱品类成为主题。手机、电视、洗衣机、空调、冰箱、笔记本电脑、微波炉是四川用户在大促中搜索的关键词。与全国其他省份相比。

从订单量看,四川用户主要花费是在食品饮料酒类、服装、手机数码,此外,美妆个护宠物和家居家具家装厨具的订



京东11.11成交额超过618。

单占比也远超其他品类。薯片、纸尿裤、食用油在四川用户购买清单上占据主要位置,羽绒服、保温杯、蓝牙耳机也得到偏爱。四川用户向舒适享受型转变趋势愈加明显,对3C数码及苹果公司产品的青睐远超过其他品类和产品。在所有热销产品中,iPhoneX高居榜首,小米6X紧随其后,iPad、iPhone8 PLUS及iPhone 8分列三至五位。

华西都市报-封面新闻记者 欧阳宏宇

苏宁易购 销售额增长132%

11月12日0点,苏宁易购总裁侯恩龙宣布:截至11月11日23点59分,双11期间,苏宁易购全渠道销售额同比增长132%。其中,零售云门店达到1666家,销售同比增长3308%;苏宁易购直营店达2400家,销售增幅达84%。

双11期间,苏宁易购门店超过5000万人次进店购物,苏宁小店为500万人提供邻里服务,苏宁酒店为超过10万人次提供服务,苏宁影城超过20万人进入影城看电影,苏宁广场为1500万人次提供购物。

唯品会 双11订单量破千万

11月11日20点,唯品会发布11.11大促首日战报。数据显示,大促开售24小时订单量超千万,售出商品最多的品类是面膜、护肤套装和女靴;唯品会小程序订单量超55万单。

截至11日晚8点,开售24小时数据显示,唯品会平台的海外食品广受喜爱,销量较去年翻倍增长。值得一提的是,开售24小时唯品会小程序的订单量超过55

口碑 交易笔数增长超2倍

今年天猫双11,由饿了么、口碑合并成立的阿里本地生活服务公司首次参与进来,线下的吃喝玩乐生活场景也开启了双11抢购模式。

口碑APP的双11实时数据显示,11号0-17点,全国用户涌入口碑平台参与

万单,比唯品会6.16大促4天活动期的小程序总订单量37万单还要提升48%。

从地域维度上看,唯品会11.11开售24小时后,累计下单前五的城市分别为成都、武汉、北京、广州、上海。其中有不少有趣的地域数据,令人大开眼界。广东人爱金名不虚传,买走了最多的金饰;都说东北人爱貂,四川人却买走了最多的皮草。

华西都市报-封面新闻记者 王婷

双11狂欢,用户在口碑APP里点单、购买吃喝玩乐套餐的交易笔数超过1200万笔。其中,口碑APP点单的交易笔数相较于日常增长超2倍,成为线下消费的新流行。

华西都市报-封面新闻记者 王婷

唯品会公益携手友成基金会唤醒千年之美 助大学生成为非遗创新担当



深圳大学的学生团队凭借“竹坞设计平台项目”荣获大赛特等奖。

252份创新方案 畅想非遗传承轮廓

今年四月,唯品会公益与友成企业家扶贫基金会联合发起“唤醒千年之美”大学生非遗创新奖学金项目,吸引更多年轻群体关注和喜爱非遗,为非遗注入新元素和新动力。项目发布一个月内即吸引了252组学生团队报名参与,覆盖传统音乐、传统美术、传统技艺等多个领域共117项非物质文化遗产。经过激烈的角逐,22强团队获得了前往其所选非遗发源地进行公益旅行、亲身体验非遗之美的机会,同时通过项目组委开设的“非遗学院”线上课程,系统性学习非遗知识,领略中国传统文化之美。

大学生是勇于创新、敢于实践的中坚力量,参赛者凭借自身卓越的创造力与实践力交出了一份令人惊艳的答卷。颁奖典礼当天,22强团队的项目成果同步亮相“唤醒千年之美——2018年度大学生非遗创新奖学金项目成果展”,获得现场来宾的一致好评。特等奖的获得者是来自深圳大学的学生团队,他们以青神竹编非遗工艺为核心,大胆地提出“竹质青年”和“一人居”竹质家居新穎的品牌设想,设计出一个集展示、销售、品牌打造等功能于一体的多功能竹编电商平台“竹坞”的创业方案。项目

不仅契合了当下年轻人的生活状态与情感需求,同时也为非遗技艺创造了市场开拓的新思路。而来自同济大学团队对“自贡井盐深钻汲制技艺”非遗技术及当地的盐文化进行了品牌包装与推广,他们依据当地特色制定旅游线路,旨在联动地区发展,为当地带去经济效益。项目获奖团队将会获得5000元/人-15000元/人不等的奖学金。其中,部分具备创造性与可行性兼具的项目,更有机会与唯品会特色电商公益平台唯爱工坊进行对接并进入市场,真正让非遗走进更多人的日常生活。

新生代语境演绎非遗 千年之美再度流行

非遗作为中华文明的瑰宝与代表,一方面是构建文化自信的强大后盾,同时也应随着时代的进步在传承中活化创新。此次唯品会公益与友成企业家扶贫基金会发起的非遗创新奖学金项目,正是让年轻人更深入理解和喜爱非遗的重要举措。在项目期间,不少参赛队伍通过团队微信公众号、短视频、直播等创新方式,向身边的同龄人传播非遗,扩大非遗在年轻群体中的传播力与影响力。据统计,各学生团队自创的微博传播量超过15万人次,直播短视频平台传播量更高达70万人次。

打破非遗传承时代隔阂的关键,是要在年轻群体的语境里讲述非遗故事。一直以来,唯品会电商公益平台唯爱工坊致力于促进非遗的创新传播,如紧跟现代时尚步伐推出系列非遗时尚单品、携“非遗潮”快闪店空降潮人集中地草莓音乐节、邀请新生代女子团体火箭少女101成员紫宁和一位时尚达人穿搭非遗时尚等多种方式,向年轻人传递非遗魅力。除了线下的积极推广,唯爱工坊还开展了一系列贴近新生代潮流的线上传播,通过年轻人喜爱的社交平台分享非遗之美,带领新生代助力非遗传承。事实表明,唯爱工坊在越来越广泛的群体中已得到了高度认可——不仅已上线的非遗系列专场取得优秀的销售成绩,近日更一举拿下第十四届中国公共关系案例大赛“讲好中国故事与海外传播”金奖和2018年金鹰奖全球案例评选“全球化传播”金奖两个行业内大奖。

非遗的传承与活化是一个道阻且长的过程,只有凝聚各方资源,激发更多新生力量,丰富创新形式,才能让非遗在现代生活中焕发新生命力。2019年,唯品会公益和友成企业家扶贫基金会将继续推动大学生非遗创新奖学金项目实践,吸引更多年轻群体的加入,为非遗传承与传播注入新元素和新力量。



05

封面

封面

2018.11.12

星期一

服务热线

028-96111

责编 黄强

版式 易灵

校对 张晓



下载封面新闻APP

资讯新鲜 新闻快