

## 新商业 新消费

## 天猫双11 新面孔

- 天猫双11临近,在消费者添加购物车的同时,菜鸟仓也准备好了:来自世界各地的近500万吨好货整装待发,其中洗护用品、食品等成为“备货之王”。
- 菜鸟智能物流骨干网的数据显示,这届天猫双11备货量创下新高,为双11热卖准备的商品,加起来能填满1000个鸟巢,重量相当于16000多架空客A380。面膜、女性护理用品、洗发水沐浴露,成为三大“备货之王”。

## 天猫双11备货大地图

# 唯有美与吃 不可被辜负



天猫双11,全民备货忙。

全国备货地图也反映了各地偏好。菜鸟智能供应链大脑发现,四川最爱“美”和“吃”,美妆护发、女性护理、身体护理占据TOP5囤货品类,“厨房”用品也占大头,充分体现了四川人民“唯有美与吃不可被辜负”的特点。

同样是吃,江浙沪则对零食更为偏爱。菜鸟智能算法预测,东北人民囤足了粮油米面,而东南沿海的小伙伴将在双11“剁手”更多坚果,为此,菜鸟仓准备的零食也很充分,足够让一所大学的师生整整吃上1年。

2018年天猫双11当天,有商家销量达到日常的250倍,还有商家一天卖出了过去200多天的销售总额。如此巨大的爆发量,考验的是供应链的能力:备货不仅要充裕,更要精准,才能让商家在大促中收获最大销量,又降低仓储物流成本。

菜鸟智能供应链大脑的销售预测、补货计划、预售下沉、“空中加油”等一系列创新方案,帮助商家提前预估大促单量,

做好仓配准备,即使在物流高峰期,也能把购物车里的商品又快又好地送到消费者手上。

还有一个有意思的现象是,如今网购消费者的购物车,早已是一个“联合国”:英国的衣服、韩国的面膜、日本的化妆品、澳大利亚的牛肉、新西兰的奶粉、泰国的猫粮、德国的餐具……都已在菜鸟的进口保税仓准备好。

今年天猫双11,进口商品中,美妆、医疗保健品、母婴仍是备货大军,宠物用品备货量也突飞猛进,跻身前十。当前,中国养宠家庭已突破1亿大关,直接带动宠物用品行业的火爆,宠物消费预计将在双11迎来高潮。

从城市维度来看,上海、北京、广州、杭州、深圳、成都等地消费者更舍得为宠物花钱。备货商品则显示,越来越多“主人”囤进口猫粮、狗粮,宠物的日子也过得越来越好了。

以往,购买进口商品要找代购、要等

上10天半个月。如今,菜鸟全球智能物流骨干网,服务了1亿海淘消费者和75万进出口商家,让全球好货提前抵达全国各地的保税仓,消费者一下单,就从最近的仓库发货,实现“海淘当日达”。

数智化技术,不仅带给消费者极致物流体验,也让商家备货愈加简便:手机一键下单,进口保税商品就可以从港口到保税区,实现保税区间和保税区内自由流动、无缝衔接,并且全程可视化。

今年,菜鸟还推出了“进口中心仓计划”,让海外商家可以跨境电商转一般贸易,商品通发线上线下各类销售渠道,从而帮助商家有效提高库存周转、减少资金占用、大幅降低跨境贸易成本,部分率先尝鲜的商家补货速度从3周提速到3天。

菜鸟的全球供应链网络,就像高铁和移动支付一样,成为“货通天下”的基础设施,让消费者买全球、商家卖全球,让天猫双11全球狂欢节蓬勃生长。

华西都市报·封面新闻记者 张越熙

## 超额完成大进口第一年目标

# 阿里着手打造全球“网紫”经济

完成大进口第一年目标的123%后,阿里巴巴开始打造全球“网紫”经济。

11月6日,天猫国际首次发布“网紫大道”计划,搭建进口消费新生态。“网紫大道”汇聚那些能发掘全球好货、具备进口消费引领力与国际影响力的明星、达人和网红,为中国消费者发现全球好货。

“在第二届进博会上,阿里巴巴宣布超额完成5年2000亿美元大进口战略第一年的阶段性目标。中国磅礴的内需市场驱动进口消费快速发展,14亿中国消费者对美好生活的追求,让进口消费从刚需变成了多样化的供给。”天猫进出口事业群总经理刘鹏说。

发布会上,天猫国际与德勤、阿里研究院联合发布《中国进口消费市场研究

报告》。报告指出,直播电商引领了进口新消费形态,对消费者引流作用明显。

为此,天猫国际首创“网紫大道”,通过内容IP+达人店的模式,为全球“网紫”出道创造土壤:自带品牌的明星可以入驻平台开设海外旗舰店,明星、达人也可以开设达人专营店为进口商品带货。

当天,国际当红明星金·卡戴珊的个人香氛品牌KKW入驻天猫国际,其海外旗舰店同步上线。此前,歌坛天后蕾哈娜的彩妆品牌Fenty Beauty、国际超模米兰达·可儿的有机护肤品牌KORA等,都已入驻天猫国际。此外,伊能静、李湘、景甜、李维琦、雪梨等明星达人的达人专营店均已开业。

华西都市报·封面新闻记者 蔡世奇

## 逛天猫双11找“好东西”

# 北川村民掀起“剁手”风潮

“要便宜更要好”成为下沉市场消费新主张

■ 天猫双11到来之前,绵阳北川墩上乡的张阿姨想换一台洗衣机,她首先想到了当地的村淘小二黄兴梅。在和黄兴梅一起逛完天猫后,张阿姨最终决定和邻居一样,下单买一台好一点的滚筒洗衣机。黄兴梅说,今年天猫双11预售已经开启,村民也找黄兴梅开启剁手模式,“目前已经帮他们预订了三台冰柜,一台洗衣机。”

■ 北川乡镇村民的洗衣机更新换代风潮,是中国下沉市场消费升级的一个缩影。一二线城市以外的低线城市甚至乡镇正在成为中国消费增长的强劲动力。但低线市场不等于降低质量。黄兴梅说,其实乡镇里的人都想用上好东西,只不过以前他们选择少。如今天猫为村民们提供了更多的选择,张阿姨们带着自己新的消费主张,成为天猫双11狂欢中不可忽视的新面孔。

### 村淘小二带北川村民逛天猫双11

今年是黄兴梅经历的第四个天猫双11。2015年,在外地打工多年的黄兴梅回到家乡。毕业之后就在外漂泊,26岁的她想回家定居,“还是觉得老家的人更有人情味。”回到家后,黄兴梅在哥哥的带动下,开始接触村淘,并成为一名村淘小二。开始帮助附近乡镇的村民上网“代购”,也帮乡亲们代收快递包裹。

但是一开始并不顺利。“大家都不认识我,还要把钱先给我,不能马上见到东西。很多人下单后天来催着我。”黄兴



下沉市场消费者对品质、体验和新鲜感的需求标准越来越高。图为小朋友在体验跑步机。

梅说,由于不信任,村民都是抱着试一下的心态在电商平台购物。“后来大家熟悉我了,也养成了网购的习惯,很多人都是打电话告诉我想买什么,然后把钱直接转给我。大家对我比较放心了。”

随着中国经济的发展,村民手里可支配余额也变多了,村民们的消费也在升级。“以前村民们主要是买便宜的衣服鞋子。”黄兴梅说,如今附近三个乡的村民如果想买家电等大件商品,不再像以前那样

去遥远的县城,而是首先想到黄兴梅,会去她那里“逛逛天猫、淘宝”,选定商品后让黄兴梅帮忙下单。

在今年天猫双11来临前,北川墩上乡的张阿姨想换一台洗衣机。和黄兴梅一起逛完天猫后,张阿姨最终决定“跟风”下单买一台2600元的滚筒洗衣机。张阿姨解释,全自动洗衣服更方便,比普通的半自动洗衣机也就多一千块。黄兴梅说,附近乡镇很多人都通过天猫把半自动洗

衣机换成了全自动滚筒洗衣机,“目前还帮村民们预订了三台冰柜”。

### 天猫双11下沉市场品质不“下沉”

黄兴梅说,如今村里的许多年轻人也开始尝试智能化的产品,电动牙刷、智能马桶盖、洗脸仪等在一二线城市都算新潮的商品,在北川的乡镇中也开始流行起来。“品质消费”已经在下沉市场成型。

黄兴梅这些村淘小二们通过多年服务村民积累起来的信任,也让下沉市场消费升级的门槛变得更低了。“现在贵的东西大家都会让我买,出了问题可以找我。”黄兴梅说,除了对村淘小二的信任,村民们对平台的信任也在提升。“很多村民感慨在天猫上买的家电,售后服务比县城商场更好。”黄兴梅说,今年天猫双11预售已经开启,村民也找黄兴梅开启“剁手”模式。“目前已经预订了三台冰柜,一台洗衣机。”

扎根农村多年,黄兴梅对村民的消费变化有更深刻的感受。“以前一些主打低价的电商在农村流行,并不全是因为村民只买便宜的东西。”黄兴梅说,其实乡镇里的人都想用上好东西,只不过以前他们选择少。

今年双11期间,聚划算宣布今年联合1000个品牌联合定制1000款爆款商品,通过赋能供给侧,为下沉市场消费者带来极致性价比的购物体验。还联合2000个产业带、1000个农业基地、5000个数字化工厂、50000条特供生产线,为

全国消费者带来产地直发的源头好货。随着阿里加大下沉市场的拓展,越来越多的消费者可以通过阿里电商平台来满足品质化的消费需求。

### 回归品质

#### 没有社交也能玩转下沉市场

北川乡镇村民的洗衣机更新换代风潮,是中国下沉市场消费升级的一个缩影。商务部研究院发布的《下沉市场发展与中国电商平台价值研究》报告显示,随着中国经济高质量发展与人均收入的增长,下沉市场已经成为拉动消费增长的重要引擎。

对于下沉市场的拓展,“利益刺激+社交裂变”一度成为利器,许多互联网平台也因此取得了成功。但是随着下沉市场消费意识的觉醒,这个下沉市场的用户有了新需求。《中国移动互联网2019半年大报告》指出,“品质+利益刺激+社交裂变”是目前吸引下沉市场用户的有效手段。

正是抓住了“品质”,让阿里电商在下沉市场还在持续深入发展。11月1日,阿里发布第二财季的“成绩单”中,阿里中国零售市场移动端月活跃用户达7.85亿,较2019年6月增长了3000万。

显然,这部分新增用户大部分还是来自下沉市场。在消费升级背景下,下沉市场消费者对品质、体验和新鲜感的标准越来越高。阿里巴巴提供的综合服务水平更高,很好地让下沉市场的消费结构由商品消费向“商品+服务”型消费转型。

华西都市报·封面新闻记者 崔江