加长版天猫双11变奏:

新品入淘,愁货不愁卖

双11“变”了。

10月20日,在魔都上海,天猫正式发布新一代天猫双11全球狂欢季。此次升级和以往仅限于双11当天爆发式购物不同,今年有了两波购物狂潮:第一波是11月1日至3日;双11当天为第二波。

因此,今年变奏后的天猫双11代号为“双节棍”。

对剁手党而言,这意味着,在预售期付完定金后,可以比往年早10天付完尾款。并且,原本的“一节分两节”,也给了相当一部分用户第二次机会去把后悔没有拍下的商品买下来。

影响并不仅仅在消费者端。和往年不同,由于疫情,大批商家涌入了淘系生态。因此,这次双11的商家数量远高于往年。其中,也有相当一部分商家没有“参战”经验,今年双11的“一节分两节”,也在一定程度上,增加双11战场新兵的试错机会。

可以说,这次加长版“双节棍”是天猫和它背后8亿剁手党将年初陷入疫情泥淖的各类商家拉回正常轨道的一次重要尝试。



被迫入淘:从“回血”到“复苏”

年初的一场疫情,给商家带来损失的同时,也有诸多商家被迫入淘、开始研究数字化的线上生意。

在疫情暴发前,不少商家也并非没有线上店铺,只不过,在正常的市场环境下,线下渠道能够正常运营,部分商家并没有将线上作为驱动“第二增长曲线”的意识。

以地处湖北的农产品商家华贵集团为例。在疫情暴发前,为线下酒店、商超做供应几乎占到了该公司70%的业务比重。疫情席卷而来之后,从3月份开始,华贵被迫把精力投入到了天猫旗舰店上。

据华贵集团介绍,在其官方旗舰店的淘宝直播间里,带货最多的一个晚上,就拿下了200万元的销售额,几乎是平时一个月的线上销售总额。

像华贵这样的新晋中小商家并不在少数,在疫情下,他们进一步看到了线上渠道的重要性。加码线上,已经成为零售业态横亘全年的重要趋势,而在今年的618期间,天猫平台已经帮助商家回了“第一波血”,那么,今年的双11将会成为他们入淘后的全面复苏之战。

产业带工厂的新机遇

选择入淘的厂商,几乎遍及全球零售市场的各个维度。这很大程度上缘于即便是疫情已经过去了大半年,但全球真正能够平稳运行的大市场几乎只有中国一个。

在疫情的冲击下,他们不得不把原本的外贸业务全部转移到内销上来。但大批量产业带企业把外贸业务都转移到内销时,就会造成国内原有的供应链体系超载。即便是国内的消费市场能够消化,但形成流畅的供应链体系依然需要很长时间。

在这样的背景下,淘宝特价版也应运而生。C2M战略的加持,加上淘系成熟的经验,让这些在过往维持了几十年传统代工模式的产业带企业能够迅速进入互联网的节奏。

淘宝特价版数据的飞速增长,反映了这批卖家入淘进度。数据显示,自今年3月淘宝特价上线以来,截至8月,淘宝特价版月度活跃用户(MAU)超过5500万,创造出几乎20天就翻番的增长奇迹。

显然,淘宝特价版成了这些源头工厂迅速复苏的重要利器。

奢侈品涌进天猫

积极入淘的不仅只有产业带卖家,疫情影响下,成熟品牌乃至国际大牌也愈加将天猫视为创收的核心阵地。

以奢侈品为例,诸多国际大牌都把今年的宝压到了天猫上。据麦肯锡发布的报告《中国奢侈品报告2019社交裂变》显示,2025年,中国消费者将占全球奢侈品消费的40%,并将成为未来6年该行业增长的主要贡献者。其中,80后和90后接棒65后和70后成为消费主力,分别占奢侈品买家总量的43%和28%,贡献了中国奢侈品总消费的79%。

而这个年龄段的用户,恰好也是网购的忠实用户。

早年,奢侈品牌对上线一事还存有顾虑,很大程度上,是由于对线上平台缺乏信任,以及在整个物流体系中的风险因素不可控。但现在,天猫平台经过十来年的运营,已经是全球范围内最具公信力且用户体量最大的电商平台之一,在物流上,除了有菜鸟之外,蚂蚁科技的区块链技术也从源头上保证了每一个物流环节的可追溯性。

况且,线上拓展可以比线下有更多的玩法,去抓住中国年轻消费者的心。

数据显示,到目前为止,已经有超过200家奢侈品牌入驻天猫旗舰店;到年底,这一数字预计达到220家——这已经是全球奢侈品业界的大半江山。

作为零售业几乎最难啃的一块阵地,奢侈品行业态度的骤变,预示着品牌入淘潮,正不分行业、不分大小地席卷至全球的各个角落。

超长双11变奏的意义

也正是为了迎接这些卖家,天猫才在第12个双11迎来变奏。

尤其是拉长时间,对于今年首次参加双11、尚且缺乏经验的商家至关重要。由于今年特殊的市场环境推动了一批商家进入了数字化的线上体系,这意味着和以往的双11相比,今年的商家数量、待售商品一定高于往年。

在这样的情况下,如果购买仅仅持续24小时,在短时间内极有可能给整体的物流体系造成过重的负担,在商家端可能造成货物积压,而用户端则是等待过长的收货时间。商品和商家的扩容本是一件受益各方的好事,如此,却有可能带来负面效应,这绝非平台方初衷。

因此,将售卖时间也相应扩容,很大程度上能够解决这个矛盾。

另一方面,对新入淘的商家来说,没有以往备战双11的经验,有了11月初的前三天的新品牌专场,一定程度上,能够让这些新晋品牌顺利完成“练兵”。不至于在正节当天,手忙脚乱,流失掉应该拿下的单子。

可见,天猫的这次变奏,最大程度上助力了各个品类的商家在特殊市场环境下复苏的同时,也提升了剁手党在购物狂欢节的体验。

这一系列考量,有望让今年天猫双11成为一场意义深远的“复苏之战”。

事实上,如今即将迎来第12年的天猫双11,早已不再是一个纯粹的营销活动。尤其在今年的大背景下,天猫双11的变奏曲,也吹响了新老品牌回归正轨的号角。而电商早已成为和线下一样重要的消费形式,各行各业透过国内最大的电商平台,也可以看到最新的线上策略供给和新的商业趋势。

这届天猫双11能为中国零售业乃至中国经济带来怎样的增量,答案即将揭晓。(网易)

消费

垃圾分类 从我做起



赣州市城管局 章贡区城管局 协办

我市开展系列活动庆祝环卫工人节

本报讯(记者吴书梅)10月23日,赣州市市容环境卫生管理处在赣州公园开展“垃圾分类 从我做起”的垃圾分类宣传活动。志愿者们兵分两路,走上街头,进入社区,向市民发放垃圾分类宣传资料,宣传垃圾分类的知识,引导广大市民共同参与垃圾分类活动。

今年10月26日是第二十五个江西省环卫工人节。为庆祝这一节日,赣州市市容环境卫生管理处组织开展了主题为“带走垃圾,留下微笑”系列活动。该活动以弘扬“劳动最光荣”、“我工作、我美丽”、“关爱马路天使、共建文明城市”等主题,通过开展“志愿者服务日”、走访慰问环卫工人和贫困职工、向市民发放垃圾分类宣传资料、开展“心连心 手拉手”联谊会等活动,增强环卫工作人员服务社会的使命感、光荣感和责任感,进一步激发和调动职工爱岗敬业、无私奉献的工作热情,提升广大市民文明素养。同时,引导全社会自觉遵守社会公德、践行文明礼仪的良好行为习惯,营造理解、关心、尊重环卫工人劳动成果的良好氛围。



10月23日,志愿者在赣州公园向市民发放垃圾分类宣传资料,宣传垃圾分类相关知识。 记者吴书梅 摄

温馨提醒

90后成为保健品消费主力军

据报道,随着民众健康意识提升,减肥族、跑步族、养生族越来越多。而如今还出现一种新的现象,购买保健品的主力军不再是中老年人,而是90后——占比超过25%。

如今,很多年轻人伏案工作,加班、熬夜是家常便饭,失眠、肥胖、脱发、“三高”等更困扰着不少人。食用保健品,越来越成为一种刚需,这背后体现了年轻人对健康的重视以及焦虑。

某电商平台的数据显示,今年618期间,眼部保健类产品销售同比去年增长4126%、蛋白粉同比增长751%、维生素类产品同比增长387%,其中95后、00后成消费主力,活跃用户同比增长126%。

90后成保健品购买主力军,其中应该有一些人是买给父母长辈的,毕竟90后作为“网络原住民”,在各大电商平台消费、操作起来都如鱼得水,够买比例增加是正常的。但还有不少人应该是买给自己的,这说明人们对健康的诉求越来越强烈。

眼下,我国正在推进“健康中国”战略,其宗旨便是“把以治病为中心转变为以人民健康为中心”。凝聚共识,把“治病”变成“防病”很好地契合了这一要义——有好的身体,才可能有好的未来。在此语境下,年轻人购买保健品顺理成章。

过去几年,我国保健品市场规模保持高速增长,至2019年,市场规模已达2227亿元。然而,我国大健康产业在GDP中的占比不到6%,相比于一些发达国家的12%~16%来说,还有很大的发展空间。90后成购买保健品主力军,让这种发展前景和潜力更加可期。

换个角度看,90后成购买保健品主力军不仅是火热的生意风向,更应成为保健品行业转型发展、以质取胜的重要契机。当前,有些保健品乱象让人身心俱疲,甚至极大损害了整个行业的声誉和未来。因此,越是在发展的关键时刻,越需要关注保健品的安全问题,别让其掣肘自身的奔跑。

当然,还需要明白的是,身体健康不是吃保健品吃出来的,而是来自规律的生活、健康的饮食和科学的运动。年轻人千万别一边吃保健品,一边透支身体。(新华)

清洁牙齿,工具重要还是方法重要?

随着生活水平提高,人们对个护类产品的需求也与日俱增,其中电动牙刷、冲牙器等牙具产品表现较为亮眼。电商平台淘宝的相关数据显示,2017年以来电动牙刷线上销售额增速常年保持在69%以上,2019年第一、二季度同比增速分别高达137%和95%。

对此,近日有专家预测,2020年我国电动牙刷市场规模或超500亿元。

市场如此火爆,但也有人表示质疑:电动牙刷真的有用吗?要想把牙齿清洁好,是工具重要,还是方法重要?针对上述疑问,科技日报记者采访了相关人士。

清洁效果取决于刷牙方式

“牙齿相对开放的面,通常用牙刷或电动牙刷清洁比较好;而牙和牙之间的缝隙,常规用牙线或冲牙器来清洁。”四川大学华西口腔医院口腔健康促进专项行动管理办公室主任尹伟对记者说,对于清洁牙齿,上述两种方式互为补充。

尹伟说,冲牙器是一种机械性的牙齿清洁辅助工具,在工作时它的冲头会产生脉冲压力,使水流从牙齿的缝隙高速通过,起到清洁作用。而电动牙刷是一种以电能为动力的刷牙工具,它利用高速振动的电动机芯,带动刷头高频旋转,瓦解牙齿表面的牙菌斑,进而起到清洁的作用。

近年来,上述牙具产品的销量,呈现较快增长的趋势。那么,这是否意味着,它们真比一般的牙齿清洁工具好呢?

“清洁效果取决于刷牙方式。不论是用手动牙刷还是电动牙刷,若想达到有效清洁牙齿的目的,都必须把每颗牙齿的每个面,从上到下、从里到外、从前到后都刷到,而且必须刷对位置,才能达到较好的刷牙效果。”尹伟说,如果只是把电动牙刷放在牙齿表面,而不去正确地移动它,那么是不可能把牙刷干净的。同时,寄希望于有电动牙刷就能刷干净牙齿,也是不现实的。

尹伟表示,在同等条件下,因为电动牙刷的震动频率更高,电动牙刷的刷牙效果会优于手动牙刷。此外,电动牙刷可代替传统牙刷刷牙时手部的颤动动作,会让刷牙更轻松。

这些人不宜使用电动牙刷

“我们刷牙最主要的任务,就是清洁牙菌斑堆积的地方,如牙缝和牙齿凹陷的地方以及牙龈和牙根交界的地方。”尹伟说。

牙菌斑是一种细菌性生物膜,如不及时清除牙菌斑,容易引发牙龈炎、牙周炎等口腔类疾病。

用电动牙刷或传统牙刷,都可达到清除牙菌斑的目的,关键是操作方法。

用电动牙刷清洁牙齿时,震颤会自动产生,无需手动,使用者要做的,是按步骤刷牙并把牙刷放对位置。

如果手动刷牙,尹伟推荐成人使用巴氏刷牙法,操作要点之一就是让刷毛与牙齿呈45度角放置,在牙龈沟处快速震颤,起到清除牙菌斑的目的。

尹伟解释道,采用巴氏刷牙法,首先要将牙刷与牙体长轴成45度角放置,将刷毛指向牙齿根尖,然后在牙龈和牙交界处使刷毛一部分进入龈沟,一部分处于龈缘,并尽可能伸入邻间隙内,最后用刷毛前后短距离、水平颤动10次,颤动时牙刷移动约2毫米至3毫米,每次刷2颗到3颗牙。

除此之外,尹伟推荐儿童使用圆弧刷牙法,即将牙刷刷毛放在牙面上画圈圈。“这种刷牙方法小朋友们掌握起来更容易,也更好控制。”他说。

此外,专家提示道,无论是使用电动牙刷,还是使用传统牙刷,挑选适合的工具才更为重要,不要一味追求电动。



(资料图片)

“电动牙刷的频率和力度相对固定,儿童如果不能掌握使用方法,容易损伤他们稚嫩的牙龈,甚至可能引发牙周炎、牙齿脱落等问题。儿童若需使用电动牙刷,应选择儿童专用款。”尹伟强调。

“此外,不具备控制牙具能力的人或患有严重口腔疾病的人,都最好不要使用电动牙刷。比如,重度牙周炎患者,其牙齿非常松,牙龈出血一般较为严重,为减轻症状,降低牙刷对牙齿产生的负面影响,最好暂时不用电动牙刷。”尹伟说。

(李迪 盛利)