

# 我市 双十一 网络零售额破 40 亿元

## 家居家装占近六成 渠道以天猫淘宝为主

后疫情时代的首个 双十一 ,数字化的力量再度展现 ,电商零售平台承载的重构零售环节信息流、资金流和物流的功能特性愈加明显 ,全球网络零售创下了新纪录。作为五金产品发源地的永康 ,无疑在整个营销链条中占据了重要的一环。在我市网络零售领域 ,工业电商的发展再度突破天花板 ,灯火通明、通宵达旦 ,双十一 带给永康五金的狂欢一如既往。

据统计数据显示 ,刚刚过去的 双十一 ,我市实现网络零售额 40.9 亿元 ,在金华占比 21.2% ,同比涨幅 72.2% ,全市网络零售量 1.4 亿件 ,在金华占比 11.6% ,位列金华第二。双十一 单日 ,物流企业揽件 419.7 万件 ,同比增长 22% ;10月 21 日至 11月 11 日 ,我市物流企业共揽件 4140 万件 ,同比增长 24%。

### “双十一”我市网络零售同比增长 72%

与往年相比 ,今年 双十一 单天的销量有所下降 ,不过放眼整个 双十一 周期 ,20 天的消费狂欢中 ,我们公司的销售额同比增长 15% 左右 ,基本符合公司的战略目标。 双十一 已经过去 ,发货、售后等相关工作有条不紊 ,浙江征途网络技术有限公司总经理李志刚认真复盘。

今年 ,新冠肺炎疫情发生 ,给征途公司的传统战略带来了一定的冲击。以此为契机 ,李志刚实施了调整公司战略的重大决定 ,以清洗机、吸尘器为核心 ,丰富产品线 ,延伸营销链条。经过半年调整 ,双十一 的战绩证明相关举措取得了一定成效。

李志刚介绍 ,传统电商模式正在接受前所未有的冲击 ,千人千面模式正不断细分电商市场。对征途公司来说 ,高品质、高附加值的细分领域成为最重要的 战场 ,商品售价较市场平均水平高出 70% 到 100%。与此同时 ,直播等方式的介入 ,让电商产生了巨大变化 ,意味着传统电商必须进行重大调整。过去一年 ,该公司大力投入研发适应直播销售的家用型产品 ,相关费用同比增长 2 倍。

正如征途公司一样 ,凭借不断创新的精神和举措 ,我市电商迅速适应后疫情时代的网络营销模式 ,并且交出了不菲的 成绩单 。全市实现网络零售额高达 40.9 亿元 ,在全市实物类网络零售额中 ,位居前三的行业分别是家居家装、运动户外、家用电器 ,网络零售额占比分别为 58.9%、17.2% 和 6.4% ;非实物类网络零售额前三名分别是在线餐饮、虚拟商品和生活服务 ,网络零售额占比分别为 78.4%、14.7% 和 4.3%。

销售渠道方面显示 ,我市网络零售额排名前三的渠道分别为天猫、淘宝、京东 ,网络零售额占比分别为 38.9%、36.9%、9.4%。值得一提的是 ,拼多多迅猛崛起 ,增速可观 ,已占据全市网络零售额的 8.7% ,势头直追京东。

同时 ,自主品牌的力量在电商发展中起到了越来越重要的作用 ,成为电商发展和企业转型的重要动力。我市电商重点品牌拥有量居金华第一 ,自有品牌占有量居全省第二 ,在全国县域电商中排名前列。其中 ,五金类、餐饮厨具类占有量居全省第一 ,与产业集群紧密结合。



| 2020 年 双十一 永康市 TOP10 行业零售额占比 |      |       |
|------------------------------|------|-------|
| 排名                           | 行业名称 | 占比    |
| 1                            | 家居家装 | 58.9% |
| 2                            | 运动户外 | 17.2% |
| 3                            | 家用电器 | 6.4%  |
| 4                            | 农资绿植 | 3.2%  |
| 5                            | 母婴用品 | 2.7%  |
| 6                            | 箱包皮具 | 2.6%  |
| 7                            | 汽车用品 | 2.1%  |
| 8                            | 医药保健 | 1.8%  |
| 9                            | 手机数码 | 1.5%  |
| 10                           | 电脑办公 | 1.1%  |

| 2020 年 双十一 永康市重点销售渠道网络零售额占比 |      |       |
|-----------------------------|------|-------|
| 排名                          | 销售渠道 | 占比    |
| 1                           | 天猫   | 38.9% |
| 2                           | 淘宝   | 36.9% |
| 3                           | 京东   | 9.4%  |
| 4                           | 拼多多  | 8.7%  |

### 万物皆可购 新零售链条拓宽

今年的 双十一 ,我市不少线下零售快速转型 ,新华书店的首次尝试取得了亮眼的成绩。据悉 ,新华书店加入 双十一 活动后 ,天猫店铺访客数、支付买家数、支付件数等较去年同期均增长 5 倍至 10 倍。

与之类似 ,早已抢滩线上零售的大润发淘鲜达的销售也是火热十足。据阿里巴巴数据显示 ,双十一 期间 ,大润发淘鲜达成功上榜全国商场 1 小时达 销售额的 Top1。永康市大润发淘鲜达实现网络零售额 1348.1 万元 ,同比增长 51.6% ,占金华市的 60.9% ,位列金华第一。

不少传统线下商家都已经深刻认识到线上线下融合、24 小时购物等新消费新服务改变了传统商业模式 ,既在消费端构建了

数字化、全渠道、全天候的购物生态 ,也在生产端优化了供应链与生产流程 ,创造出更多新的产品、新的消费热点与消费模式 ,推动消费迈上新台阶。市商务局相关负责人介绍。线上反哺线下 ,补齐了实体店市场反应慢、服务不及时等短板 ,促进消费回暖的同时 ,也改变了传统商业 ,新型零售方式正在迅速形成。

正是依托电商平台的仓储网络、物流和数字技术 ,我市不少传统商业实体成功进行了数字化转型 ,直接打通用户需求和实体店 ,打造了 1 小时场景生活圈 。此次 双十一 消费狂欢成为他们试水的第一站 ,线上赋能实体商店的同时 ,线下传统商家也在不断融合的过程中重新调整和寻找自身的定位 ,一举两得。

### 全市 2958 场直播揽 4.2 亿元交易额

整个 双十一 ,南龙集团有限公司的 10 余名主播可是忙坏了 ,大家轮番上阵 ,专业又不失风趣 ,刚刚布置好的场景化展厅成为直播的加分项 ,强大的互动性给网购消费者带去了非常直观的体验。

直播很有针对性 ,已经吸纳了不少粉丝的 乐太 品牌很有竞争力 ,每位主播带货一场大概 1 个小时到 2 个小时 ,全面展现我们强大的研发、制造和产品功能特性 ,好几款产品刚上架几分钟就被抢购一空。南龙公司相关负责人介绍。

无独有偶 ,双十一 期间 ,专业负责直播带货的永康市鑫尚网络技术有限公司同样大展拳脚 ,统计数据显示 ,20 天 双十一 活动 ,该公司共直播 320 场 ,观看总人数达 856 万人次 ,销售总额为 6534 万元 ,成绩喜人。截至目前 ,鑫尚公司已和我市及周边地区的百余家企业达成合作 ,直播产品涉及日用百货、家居生活、电动工具、工业用品等多个品类 ,细分产品总数突破 200 个。

今年 双十一 的采访中 ,不少专业电商从业人员已经开始提及 传统电商 和 新型电商 的概念 ,不断 进化 的电商似乎总是在挑战弄潮儿的创新能力。

电商平台都遇到了 寻找流量 的瓶颈 ,直播平台成为一个重要的流量入口。因此 ,直播引流的方式正成为电商留存和开拓消费者的重要手段之一。鑫尚公司总经理楼晓俊说。

在楼晓俊看来 ,永康五金属于终端消费产品 ,炊具、保温杯等都是家居生活中的 快销品 ,非常适合直播营销。由于电商平台对直播流量的扶持 ,直播主体也快速突破了达人、明星等特定群体 ,扩展到商家、农民、专业代播等 ,助播、选品、场控、脚本策划等一系列新职业出现在直播间。在疫情影响下 ,电商直播带货模式异军突起 ,今年 ,直播电商的发展势头更加迅猛 ,除规模增长外 ,影响力也不断扩大 ,已快速发展为各平台和商家重点关注的市场营销渠道。

据不完全统计 ,我市今年 双十一 期间累计开展直播 2958 场 ,直播商品实现网络零售额 4.2 亿元 ,位居金华第二。