

大厂皆派女强人坐镇 攻守史上最卷“618” 消费热情 能卷多高

与去年“静悄悄”的氛围不同，今年的“618”不仅加入的平台数量更多，声势浩大，且各平台纷纷抛弃了往年被吐槽无数的“烧脑”游戏，重拾简单粗暴的“价格战”，被调侃为史上最卷“618”。

本届“618”，淘宝天猫、京东、拼多多、抖音皆派女强人坐镇攻守，能否将消费热情“卷”起来？



”

戴珊

魏雯雯

徐冉

A 史上最卷，卷在哪里？

史上最卷的说法源于电商平台。

5月10日，杭州，在淘宝天猫“618”启动会上，新组建的淘宝天猫集团的CEO戴珊表示，淘宝天猫今年一定会在用户规模、用户发展上进行历史性的巨大投入。淘宝天猫总“618”负责人暮珊则直接表示，今年淘宝天猫“618”是历史上投入最大的一届。

5月22日，京东在位于北京亦庄的总部，启动了许冉上任集团CEO后的首个“618”。许冉也是京东集团首个女性CEO。在启动会上，京东零售CEO辛利军喊出了类似的口号，“今年的京东‘618’会是全行业投入力度最大的一次‘618’”。

5月30日晚10点，拼多多也启动了“‘618’开门红”活动，称拼多多百亿补贴4天投入50亿优惠券，“打造史上最实惠‘618’大促”。拼多多“618”背后，浮现的也是一位女性高管的身影，她就是顾娉婷

(花名阿布)。目前，外界并不清楚顾娉婷在拼多多内部的具体职务，甚至连拼多多员工都不甚了解。但综合公开信息来看，顾娉婷在拼多多身居要位，有媒体称她担任拼多多COO(首席运营官)。

“618”诸多玩家中，作为新生代表的抖音不可忽视。5月16日，在“618”开启前，抖音电商在广州举办了第三届生态大会。会上，自称“电商新人”的抖音电商总裁魏雯雯重申了抖音做全域兴趣电商的决心。5月31日，“抖音‘618’好物节”上线。

至此，中国电商促销战场之一的“618”，史无前例地，集齐了这么多女性指挥官面孔。

不过，都说今年“618”史上最卷，到底卷在了哪？

相较于往年介绍各种有趣的互动游戏，通过游戏领补贴、领优惠券、瓜分礼金等，今年各平台主打一个“直接”，直接公布补贴的钱数和优惠的力度。

B 眼下消费仍有不少痛点

虽然看似“618”开局取得了不俗的战绩，但记者也注意到，目前第一轮战报中，平台公布的增长数据主要是订单数量、头部商家以及细分行业的增长，而不是总体的销售额。

一位不愿意透露姓名的业内人士告诉记者，订单量是上涨了，但客单价也因此变低了，总销售额到底会怎么样不好说。记者又询问了一些商家对此次“618”的实际感受，发现头部商家的反馈还不错，但中小商家的反馈不一，不少认为销售收入还不如去年。

从社交媒体的热度来看，据第三方微博热搜监测网站监测，今年微博“618”词条的讨论热度集中在5月31日预售开售时段，最高热度为66万左右，还不如去年同期的238万。

这与前期的造势相比，似乎是“雷声大雨点小”。而会出现这样的情况，还是因为当前国内消费需求尚没有完全复苏。

需求不足的核心，无非在“钱”上。多位专家向记者表示，收入是消费的基础，收入又十分依赖经济整体的增长。目前外需偏弱，对出口造成压力，加上民间投资乏力，经济增长受限，就业难依然存在。一方面，部分消费者的绝对收入受到影响，手里钱少了，消费意愿自然下降；另一方面消费者对预期收入

信心不足，哪怕有钱，也不敢大手大脚地花。

外在表现就是居民“超额储蓄”高烧难退，以及大宗商品消费尤其是房地产消费增长乏力。

据浙商证券宏观研究团队估算，2020年—2023年4月我国居民超额储蓄体量已增长至6.46万亿，相较3月继续增加约5000亿元，相比2022年末则已大幅增加了1.61万亿。大宗商品消费方面，据国家统计局的数据显示，4月份70个大中城市住宅销售价格环比整体涨幅回落，价格环比上涨的城市有所减少。

除经济基本面的深层次影响，抑制消费需求还有一个症结，就是消费者有钱，也想花，但买不到合心意的商品。

浙江大学管理学院教授王小毅表示，现在消费者的认知水平在快速提升。比如买一件食品，很多人会第一时间拿出配料表来看。这需要企业及时迎合消费者的需求做一些升级。

“今年‘618’有一则新闻，由于来自中国跨境电商的订单激增，导致韩国平泽海关清关拥堵，一定程度上说明现在部分国内消费者仍有较强的消费能力，但对国内消费品质量仍不够满意。”中国社会科学院经济研究所副研究员刘洪愧向记者分析。

C 消费者需要什么样的商品？

什么才是合消费者心意的商品？我们不妨从本届“618”来管中窥豹。

从平台战报的数据来看，尽管今年平台采取了低价策略，但消费者的决策并非单纯依据价格维度，而是呈现出品质、精细、健康等与消费升级相关的特征。

在天猫平台，burberry、chloe等十几家奢侈品牌30分钟成交超去年同期全天；在京东平台，细分型家居家电产品受青睐，超薄冰箱、2匹挂式空调、游戏电视、奶油风窗帘、珐琅锅等家居家电产品订单量快速增多；“618”开启28小时，京东健康过半医药品牌成交额翻倍。

除了青睐升级类消费品，这届消费者的购物需求还从单纯买买买，延伸至追求优质的服务性消费。

京东“618”开门红期间，京东家政实现亮眼增长，订单量同比增长200%，其中保洁10次券产品成交额同比增长超9倍；京东“618”开门红28小时内，京东养车保养年卡成交额同比增长215%，北京地区养车门店安装服务订单量也同比增长超200%。

在买东西时，如今的消费者更喜欢提前做个攻略，对平台的内容导购提出了更高的要求。“为什么直播电商这么火？主要是现在的消费者需要有人把真正价格实惠、质量过硬的产品挑选出来，而不再像以前一样盲目追求价格低、销量高的网红商品。”王小毅说道。

总而言之，消费者期待企业能够提供更有品质、更有创意、更有温度的产品。

纵深

怎样“勾引”有钱人消费

今年“618”，除了消费者熟悉的电商平台，视频号、小红书等也加入了这场战局。但电商促销，无论玩多少花活，如果偏离了“优惠”这条准线，便会丧失生命力。

达睿咨询创始人马继华认为，目前电商平台价格战已经没有多少空间，一分钱一分货，消费者需要根据自己的消费能力去选择，而不是一味追求低价，否则容易被套路。交个朋友副总裁、杭州抖音事业部总经理李牧人也表示，电商大促一味追求低价一定不是健康的竞争，如果供应商、品牌包括达人、平台没有相应的利润，生意是做不久的。

“低价竞争虽然有利于商家快速去库存，但是平均利润也可能会有所下降。如果企业没有获得足够的利润，未来也就没有投资的动力去搞产品研发、品牌维护等，长期来讲不利于企业的健康发展和国民经济的畅通与循环，与当前消费结构升级的要求也是相悖的。”西南财经大学经济学院副院长韩文龙向记者表示。

韩文龙认为，长期来看，经济可持续增长和收入同步增加仍是促消费的最基础条件。唯有经济增速保持在一定区间范围内，才能够持续带来居民收入的增长，为进一步扩大消费提供基础性支持。与此同时，企业还是需要不断提高产品

质量，建设更好的销售渠道，创立更好的品牌等来适应消费结构转型升级的新变化，以此来获得支持企业高质量发展的新动力和新活力。

专家们认为，短期内刺激消费，主要的发力点还在于提升消费意愿，“勾引”有钱的消费者花钱，将市场上存量的钱给挤压出来。

刘洪愧认为可以在大宗商品消费上做些文章。“比如汽车消费，在放宽城市限号、降低购置税上能否再多给一些优惠政策？现在不少消费者有换房需求，对这部分消费需求是不是也能适当给些政策鼓励？”

刘洪愧还表示，目前存贷房的利率还是比较高的，这也造成部分消费者拿本该消费的存款去提前还贷。银行可考虑根据情况适当下调存贷房的利率，让部分居民存款能释放一部分到消费市场。

综合中新经纬、潮新闻等

广告

探察 023-65909440

作废声明：兹有我单位：重庆(重庆)建筑工程有限公司，由于公司自身原因，公司于2023年1月1日之前所发出的本公司及下属所有分公司的公章、资质证书、授权书、以及其他各种证书、资料全部作废，所有分公司不能持上述公章、资质证书等承接任何业务，如有发生，公司不承担任何责任。特此声明！
重庆(重庆)建筑工程有限公司 2023年6月16日

拍卖公告

我公司受有关单位委托，将于2023年6月28日上午10时在本公司网站(www.cqphhou.com)拍卖如下资产：

一、拍卖标的：1. (渝AK382V) 奥迪欧牌小型轿车1辆，起拍价7700元，保证金5000元。2. (渝DX2253) 本田牌小型轿车1辆，起拍价15700元，保证金5000元。

二、标的自公告之日起现场展示。

三、竞买人需持有有效身份证件于2023年6月27日中午12时前携款办理竞买登记手续，签订竞买协议书，并交纳竞买保证金到公司指定账户，方能取得竞买资格。本通知书不能收取资料费。

联系电话：023-61700188 15690090239
重庆伟和博拍卖有限责任公司
2023年6月16日