

# 泉企掘金“618”

泉州企业借“618”这一营销窗口激活消费市场

□融媒体记者 张剑峰

从5月13日起,各大电商平台陆续开启今年的“618”活动,形成“史上最长”、历时近40天的“618”大促。在这场持续一个多月的销售大战中,泉州作为国家级电子商务示范城市、全国直播电商城市20强之一、全国网商集聚区之一、全省最大的网络零售聚集区和网货供应地,自然不会缺席,记者走访发现,众多泉州企业纷纷入场掘金,力求借助这一营销窗口激活消费市场。



“618”期间,九牧集团与京东集团合作,不断提升销售业绩。(资料图片)

## 泉企有备而战

参加各平台活动的泉企纷纷提前开始备战

今年“618”,各大平台优惠机制化繁为简,更关注消费者体验,推出无需凑单一件立减优惠:天猫主打“最便宜、最简单”,推出官方立减85折、88VIP再享9折优惠;京东补贴力度进一步加大,提供包括“每人每天补贴超6180元”在内的十大补贴,实现“补上加补”;抖音电商推出立减15%、一件直降等优惠,针对超值购频道热销的商品加大补贴力度,最高补贴率超20%……伴随国补加码、政府消费券与平台补贴叠加等,各大平台都在进一步推行着优惠规则革新,推动消费者体验升级。

记者了解到,今年不少泉企纷纷精心准备,力求在“618”这一年中大促中寻求增量。

“八马电商事业部在4月底就开始着手‘618’的准备工作,包括货品盘货及活动规划,5月初即在各平台及内容渠道开始种草‘618’活动商品及活动玩法。”八马茶业品牌中心福建区域负责人徐秋艳告诉记者,今年“618”期间,八马采取了线上线下同步的营销方式,其中线上参与了天猫、京东、抖音等各大平台的活动,并在整个营销周期内增加了端午节、父亲节等主题活动,提振销售,主推茶礼盒及自饮装茶等,覆盖各大品类,让广大消费者享受到超值好茶。

“我们坚持线上线下同品同价,同时部分产品配合电商平台的促销玩法,如天猫和京东平台以官方立省15%为主。各店铺以限时折扣、N元任选、店铺满赠、单品买赠、限时红包、直播间组合茶礼包等丰富多样的促销方式。”徐秋艳表示,“618”期间,八马打造了多维度直播矩阵,超10个直播间同步开播,涵盖品牌旗舰店、垂类专场等不同场景,形成全时段流量覆盖。其中官旗直播间24小时持续直播,适配全天候消费场景,随时为用户提供选茶、购茶服务,并邀请郎永淳、交个朋友团队、

三农罗凤魁、丹妮茶叶等资深媒体人、头部直播机构、行业达人等进行联动引流,同时,开设“618工厂溯源专场”,缩短品牌与消费者的信任链路,同步结合“溯源专享价”“工厂直供福利”等促销策略,刺激消费者的购买欲望。

九牧集团则加码与电商平台、媒体的合作。其中,“618”前期,九牧便携手电梯媒体梯之星,在全国14个核心城市进行电梯广告投放,通过“技术赋能场景一场景唤醒需求”的创新模式,率先引爆“618”营销新赛道;5月26日,九牧旗下小牧卫浴携手京东推出行业首个年轻智能卫浴场景解决方案YOUNG BATH,美妆、如厕、淋浴、洗漱四大场景共12款智能新品在京东首发,受到众多年轻消费者追捧;6月18日,九牧再度牵手京东,双方就“百亿目标”达成全面战略合作关系,九牧集团旗下JOMOO九牧、小牧、THG、Urbain、Poggenpohl、Goldreif、智牧家用机器人等七大品牌与京东集团零售业务全面深化战略合作。

“自2011年合作以来,九牧与京东在新商品、新服务、新渠道等方面持续发力,成为京东家居品牌榜的TOP1,九牧也多次成为行业唯一获得‘京东最佳合作伙伴’等荣誉的品牌。”据九牧集团电商相关负责人透露,“618”期间,九牧充分利用国家补贴及平台合作的优势,在京东、天猫、抖音、小红书等众多平台推出国补+企补+平台补“三重补贴超级购”活动,包括国家一级能效补贴直接补贴20%、单件最高省2000元,同时叠加平台红包、企业限时半价、满额返红包等活动,给予消费者更多实惠。

记者从安踏集团方面获悉,今年以来,安踏持续加码在电商平台的营销节奏。以天猫平台为例,安踏旗下品牌斐乐在天猫持续通过新品进行多品类拓展,3月份联合天猫推出斐乐苏珊裙系列新品,“618”期间推出柔云3限定联名新款限量发售,同时,斐乐全面参与天猫第一波预售,并采取预售免定金、买返红包等玩法;安踏旗下品牌萨洛蒙自“618”开卖以来,不断在

天猫丰富越野跑品类货品的供给,加大XT-6等品牌尖货发售,借助与超头主播李佳琦合作,以及通过与天猫的专属营销事件等,持续巩固垂类人群,并突破户外圈层人群;安踏旗下品牌迪桑特则持续与天猫共同推进运动圈层人群的突破,“618”开启前,就上线了行业特色的“运动圈”产品,做圈层人群蓄水,此外店播3.0升级、小红书种草回流等动作,也有效融合了站外内容和站内体验。

## 泉州货品受追捧

泉州品牌在“618”大促中销量激增,名列前茅

天猫把“618”预售时间提前到了5月13日晚8时,5月16日现货开卖,5月28日进入第二波活动;京东在5月13日至28日以“心动购物季”预热后,于5月30日晚8时正式开启今年“618”活动;抖音电商的“618”活动在5月13日0时率先上线,并于5月28日至6月1日再加力;美团官宣联合百大知名餐饮、零售品牌旗下百万实体门店,于5月28日至6月18日首次启动“618”大促……相较于去年于5月20日开启“618”,今年天猫和京东均宣布在5月13日晚8点开始大促活动,各平台时间覆盖范围首次被提前至5月中旬。

5月16日晚8点开始的天猫“618”抢先购阶段(即第一阶段),历时244个小时,在5月26日24时结束。根据第三方电商分析机构魔镜洞察发布的《“618”首阶段复盘》显示,今年天猫“618”,运动户外品牌表现出强劲爆发力。其中,安踏集团旗下品牌表现不俗:斐乐在开售后1分钟即破亿元销售,并在大促第一阶段,首次超越耐克,位列运动户外行业第一,品牌成交额超10亿元,同比增长超50%。其中,“618”第一阶段,斐乐运动鞋、运动连衣裙品类排名行业第一,运动Polo衫排名行业第二,运动T恤同比增长近600%、排名行业第一;萨洛蒙开卖首日便拿下户外鞋靴品牌第一名,销售增速同比增长超400%,在今年天猫“618”第一阶段,萨洛蒙会员成交额、会员成交人数均同比增长超300%;迪桑特同比三位数增长,并在天猫“618”第一阶段排名首次进入运动品牌行业前10;安踏旗下瑜伽品牌MAIA ACTIVE(玛伊娅)自5月20日官宣虞书欣成为品牌代言人后,在天猫全店单日销售暴增超500%，“618”大促第一阶段增长超50%。

“‘618’期间,八马茶业整体销售稳中有升,保持持续增长。”徐秋艳亦告诉记者,本次大促期间,八马荣膺京东平台“618”全周期、“618”当天茶行业第一,多款产品荣登榜单;在天猫平台,八马茶业则稳居乌龙茶类目第一。据徐秋艳介绍,今年八马全平台践行三大名茶战略,持续推广八马三大名茶,其中赛珍珠霸榜多项榜单榜首,如赛珍珠1000铁观音荣登浓香型铁观音热卖榜第一;赛珍珠1000迷你装于“618”期间上市,即登上天猫乌龙茶新品榜第一等。