

天猫双11“云南成绩单”出炉

购物花了38亿 卖出8亿元商品

昨日下午,2018年天猫双11全国各省市交易额及排名出炉。云南省全天交易额38.11亿元,同比增长21%;对外销售8.09亿元,对外销售额比2017年同期增长33%,贸易顺逆差-30.02亿元。通俗理解,就是云南人买了38亿元的商品,卖出去8个亿的东西。

双11当天,在上海世博中心,有两个时刻最让云南媒体人激动,那就是上午9时,云南成交额突破21.5亿元来到2016年总额大关节点以及下午6时21分云南成交额再超2017年的31.46亿元。

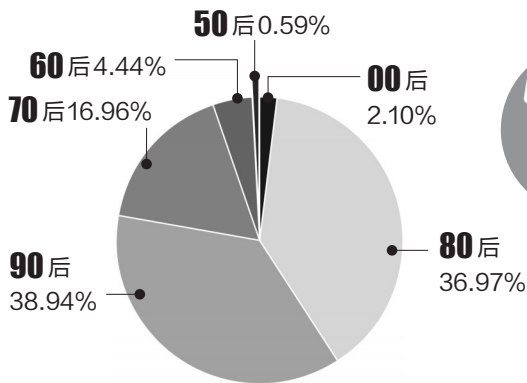
不过,从云南历年排名、2018年全国排名及各省成交额来看,云南今年的网购排名从去年的第17位跌至20位,这是自2014年以来排名最末位的一年。从云南城市成交额排行来看,排名第一的昆明为17.9亿元,接下来依次是红河州2.6亿元、曲靖市2.4亿元、大理州2.3亿元、玉溪市1.9亿元。

业内人士分析认为,我省人口基数无法与四川等地相比,昆明乃至全省新零售发展相对较慢、农村电商尚未集体发力等也是影响因素。

今年天猫双11进入10亿包裹齐飞的时代。在收包裹的实力方面,云南网友保持了稳定的风格。菜鸟网络的数据显示,11月11日当天,全国各省(市)中,广东、江苏、浙江、山东、上海包裹量最多,河南、四川、湖北、福建、湖南紧随其后,跻身前10,广西、云南等地也进入了前20名。天猫双11云南省包裹量全国排名第19位,双11当天发货量全国排名第20位。

云南「剁手」数据

哪个年龄段最爱买



消费者最喜爱土特产

- 三七
- 大米
- 牛肉
- 橙
- 枣类制品

云南外销最多商品

- 自由行
- 普洱茶
- 三七
- 口腔护理
- 乳液

消费者最喜爱品牌

- 苹果
- 海尔
- 耐克
- 美的
- 小米

消费者最喜爱商品

- 手机
- 羽绒服
- 毛呢外套
- 靴子
- 针织衫

本报记者 张芳

双11云南销量最高菜品

- 清火白粥
- 网红蒸饺(玉米肉馅)
- 十三香咸鸭蛋
- 宫保鸡丁卷
- 香辣鸡腿堡

云南省双11最受欢迎店铺

- 老萧粥坊
- 蜀国风味川菜
- 光明酸奶(南亚店)
- 辣趣横生火锅川菜(小西门店)
- 蒸湘园小吃店

本地生活惊艳亮相天猫双11 百万线下商户参与

或许是双11让人热血沸腾 这天云南人最爱点清火白粥

天猫双11开场9分02秒,来自上海的一名“专星送”骑手把当天第一杯星巴克咖啡送到了消费者手中——这一天,饿了么“专星送”已经覆盖全国17个城市1400家门店。

同样在2018年11月11日,饿了么与口碑迎来了大大振奋市场信心的增长。

首战天猫双11,阿里本地生活服务公司成绩惊艳。但比数字更重要的是,这家成立刚刚1个月的公司正以此次天猫双11为节点,在天猫双11的第十年、饿了么的第十年、口碑的第三年,本地生活服务与天猫双11完成汇流。



首战,振奋市场信心 力助消费升级

11月11日全天,饿了么共卖出21万单烤肉串、10万单咖啡、9.3万单麻辣烫、6.5万单啤酒咖啡和1.1万单红牛。用户在口碑App里点单、购买吃喝玩乐套餐的交易笔数超过1200万笔。

在城市订单增幅比拼中,贵阳24小时内订单数量同比增幅高达183%,居全国第一;乌鲁木齐同比增幅114%,紧随其后;南京、石家庄和太原分列三、四、五名,同比增幅分别为91%、90%和89%。

下辖饿了么与口碑的阿里本地生活服务公司首次参加天猫双11,成为最大亮点之一。公开数据显示,此次共有100万餐饮、水果、鲜花、娱乐的本地商户、300万外卖骑手全面参与,两者刚一结合,就充分展现了本地生活服务吃喝玩乐的高频特点。

距离11月11日还有15天,10月27日,饿了么就携手众多大牌率先开启“超级品牌日”。其中,海底捞推出原价419元现价210元的“欢享钜惠火锅套餐”等优惠,当天销售额同比增长超90%。10月28日,麦当劳推出3只麦辣鸡翅3元以及原价159元现价79.5元的饿了么专享5折套餐,一天内在平台整体销售额突破千万,创今年年度新高,增幅达到餐饮大品牌平均值的3倍。

线上线下共欢腾 重新定义城市生活

在新零售重要的商超板块,饿了么平台上北京、上海、广州、深圳等绝大多数城市的百万商家,在天猫双11当天实现了24小时外卖不打烊。

实际上,新零售商家们参与天猫双11的热情在10月底已经被点燃,家乐福第一天参与,全国成交量对比平时增长6倍;百果园首日在饿了么App内搜索量近百万次。

刚刚成立1个月的阿里本地生活服务公司,正与阿里生态内原有各个板块产生更大的协同效应和化学反应,天猫双11就是一次高强度实战。在新零售、会员体系、营销、物流、金融等领域,围绕城市生活,天猫双11和阿里本地生活服务都呈现出全新的当下样貌与未来图景。

天猫双11前夕,饿了么天猫旗舰店正式亮相并推出包含近400个知名品牌的电子消费券。双11秒杀还未开始,在天猫饿了么旗舰店中,1元冷萃咖啡券已经被205495人加入购物车。

电子消费券让本地生活服务平台只能提供的地域性“服务”,转化为可在电商平台上线的“商品”,让传统行业商户可以真正进入阿里生态,享受新零售驱动带来的数字化、供应链、流量等各项红利。天猫双11之后,更多商户可以通过饿了么与口碑的“引荐”,以电子消费券等形式,加入淘宝、天猫平台。

经历了第一次天猫双11的本地生活服务市场,正如阿里巴巴CEO张勇所言,商业会重新定义,生活会被重新定义,“因为相信,所以看见。我们共同去创造这样的看见,我们共同去创造共同的未来”。

本报记者 曹婕 饿了么供图