

**Arthur R. Hagopian**

纵横公关北京高级总监 全球策略/数码营销

## 新冠肺炎疫情下中国的首个双十一购物节 续破销售纪录

- 对于希望参与中国市场的品牌,他们毋须等待至下个11月的双十一节,因为中国还有很多其他的购物节日
- 企业必须了解你的产品,包括相关产品、竞争性以及中国消费者的需求
- 在本地天猫上销售的商家必须在中国拥有实体营运点,并需要在中国的相关机构进行注册
- 物流方面亦是重要考虑 — 天猫国际的产品通常存放在其生产地或中国自由贸易区的仓库中,产品只有在收到订单後才能清关
- 与天猫注册交易夥伴(TP)合作,能为外国品牌处理一切所需步骤

### 起源

双十一节(每年11月11日,又称光棍节)的概念来自於1993年中国南京大学的几位男学生,他们将这日定为「反情人节」,让寂寞的单身人士暂时忘记孤单、为单身庆祝。在这一天,与其为您的伴侣或重要的人买东西,不如善待自己、宠坏自己,例如与其他单身朋友相约一同到卡拉OK或是享受一顿火锅晚餐。

阿里巴巴在2009年第一次尝试将这个非正式节日商业化,在他们的淘宝(现在的天猫)上创办了双十一购物活动。当时有27个品牌参与,销售额大约为5,200万元人民币(800万美金)。京东(JD.com)在2010年随之亦推出他们平台的双十一购物活动。一个让单身人士享受及与联谊的节日,迅速地化为电子商贸的庞大商机,继而成为了世界上最大规模的购物节。

### 2020双十一节

2020年的双十一节,天猫共录有超过25万个品牌、500万线上零售商、8亿消费者的参与,累计约5,000亿人民币(750亿美金)销售额。而在京东,销售额更超过7,480亿人民币(1,150亿美金)。在高峰时期,天猫每秒需处理583,000个订单。阿里巴巴在购物节开始的首30分

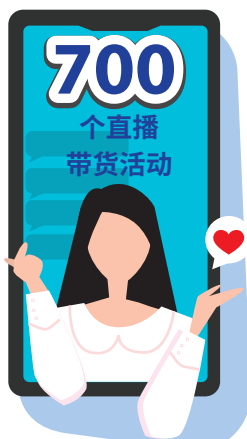
钟录得3,653亿人民币(562亿美金)的销售额,大致相当於新加坡2019年全年的国内生产总。2020年共有342个品牌录得超过1亿(1,540万美金)人民币的销售额,其中有13个品牌更达10亿人民币(1.54亿美金)。排名前5位的畅销商品分别是家用电器、消费性电子产品、服装、护肤及化妆品、鞋和手提包。直播带货亦是一大亮点,双十一节期间包括抖音(TikTok)及快手在内的各个平台上共进行了超过700个直播带货活动。其中著名的直播主薇娅2020年的节目录得8,200万的人流,销售额达11亿元人民币(1.69亿美金)。

2020年的双十一节空前成功,而这不单属於参与节日的各电子商贸平台,亦印证受疫情影响的中国之消费者的复原能力。当世界其他地方经济仍然受疫情影响,此时中国向世界其他国家展示其雄厚的经济实力。

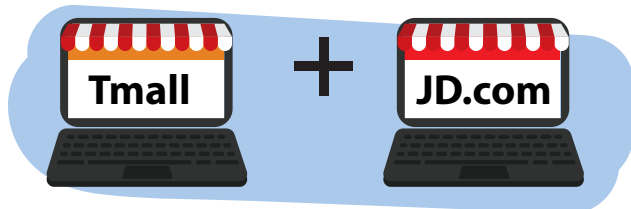
### 疫情下的消费模式

中国2020年首6个月的电子商贸销售比前一年增加7.5%至5.15万亿人民币(7,920亿美金)。部份原因是疫情令全国众多实体商铺未能开门营业,以及众多消费者囤积家用必需品,当中有33%的消费者购买更多健康相关的商品如药物、口罩及各种消毒用品。

# 11.11 2020 亮点



销售额  
115,000,000,000 美金



当在部份消费者决定购买更多必需品的同时,有些人就因疫情引致的经济不确定性而减少消费;毕竟在前途未明朗的时间,节俭是最安全的选择。但有一些人刚好相反,抱着「只能活一次」心态破釜沉舟地购买一些他们一直想购买的奢侈品。

## 跨境电子商贸

虽然在双十一当中主要的销售额都是在本地平台上创造,但跨境电子商贸平台如天猫国际上的销售额亦见显着增长。天猫国际是天猫让国际商家销售进口商品(多是未有在中国作注册的企业)的另一平台。美国、日本、韩国及法国继续为双十一节跨境电子商贸最活跃的国家,而澳洲商品在2020年亦表现突出 — 据一家澳洲主要分销商表示,澳洲商品於首24小时内便录得超过10亿美元(65亿人民币)的成交。

## 销售予中国线上消费者

中国的庞大线上市场拥有逾8亿消费者。对于希望接触这个市场的品牌,他们毋须等待至下个11月的双十一节,因为这并不是中国唯一的购物节日,其他还包括女孩节和妇女节、男人节、「520」日、儿童节、京东618节、红色星期五、双十二节及圣诞节等等。如外国品牌要在任何一个电子商贸平台上开办商店,必须先洞察市场上有关你的产品,包括相关产品、竞争性以及中国消费者的需求。对于想进入较天猫国际拥有更大销售潜力以及人流的本地天猫的商家,他们必须在中国拥有实体营运点,并需要在相关机构进行注册。物流方面亦是重要考虑,因本地天猫的商品通常存放在阿里巴巴的仓库中,使运输速度更快、效率更高。而天猫国际的产品通常存放在其生产地或中国自由贸易区的仓库中,产品只有在收到订单後才能清关。就着上述以至其他更多的原因,品牌与天猫注册交易夥伴(TP)合作就能让你无後顾之忧。而纵横公关集团与一些五星及六星的TP有着紧密的合作关系。最後亦是最重要的,开设及营运商店(不论是天猫或天猫国际、又或其他平台)只是你的第一步,并不保证你的货品能畅销。中国的电子商贸市场充满商机,但同时亦存在高度竞争。因此,最成功的线上品牌经常会采用强大的营销及广告策略,以确保商品能够在重重竞争者当中突围而出。□