

从流量到销量

家电企业“暗战”新营销渠道

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

一年一度的“6·18”年中大促已落下帷幕,从目前已公布的战报以及京东、天猫等多方数据来看,各大家电企业今年“6·18”表现亮眼的同时,还在抖音等新营销渠道鏖战,各显神通。

数据显示,今年“6·18”期间,综合电商(不含直播电商)大盘较上年同期

传统平台仍是主战场

以天猫、京东等为首的传统电商平台仍是本次“6·18”大促中家电企业的主战场。

数据显示,家电行业成为今年“6·18”年中大促期间的领头羊,在各大综合电商的销售品类中的销售额最高,并保持增长。具体来看,以天猫、京东等为首的传统电商平台仍是本次“6·18”大促中家电企业的主战场。

据京东方面公布的数据,今年“6·18”开门红活动仅开始4个小时,中高端家电产品的成交额就超过了去年“6·18”全天,同时平均单

营销新渠道迅速崛起

尽管传统电商平台仍然热门,但以抖音、快手等为代表的直播电商正在成为家电行业新营销渠道的兵家必争之地。

尽管传统电商平台仍然热门,但以抖音、快手等为代表的直播电商正在成为家电行业新营销渠道的兵家必争之地。

数据显示,在“6·18”年中大促期间,直播带货总额达到了1445亿元,占到了年中大促全网交易额的约20%。另据抖音相关数据,今年“6·18”期间,抖音电商直播总时长达4045万小时,挂购物车的短视频播放了1151亿次,参与活动的商家数量较上年同期增加159%,抖音商城场景带动销量同比增长514%,搜索场景带动销量同比增长293%。

除了抖音,快手也是家电企业的社交电商主战场之一。据快手电商数据,截至6月14日,在今年快手“6·16”实在购物节期间,信任购业务合计覆盖订单超过4亿个,超过52万名主播在大促期间为消费者提供了至少一项信任购服务。

小幅上涨0.7%,增至6959亿元,而直播电商的增速较快,较上年同期增加124%。其中家电行业较上年同期增长6.7%,销售额增幅达到6.7%。

在疫情等不确定性因素的影响下,电商平台仍然是目前家电企业们所依赖的主要渠道之一。具体来看,海尔智家股份有限公司(以下简称“海尔智家”,600690.SH)“6·18”

价也提高了46%。另据苏宁易购数据,在今年的“6·18”首轮促销中,添可、云鲸等智能生活电器品牌的销售额同比增长分别达606%和425%,料理机器人的销售额也较去年同期上涨57%。

从具体品牌来看,添可旗下智能洗地机芙万系列以天猫市占率60%、京东市占率66%的绝对优势夺下洗地机品类“双冠王”,同时在天猫生活电器类目排名第一;同时

期间销售额增速达到23%,大幅优于家电行业增速。

高端智能家电品牌添可智能科技有限公司(以下简称“添可”)方面披露的战报显示,今年“6·18”首日销售线上成交额突破4亿元,销售额同比增长41%。正式开售仅10分钟,即突破1亿元。

对于新营销渠道,杭州老板电

其智能料理机食玩系列也保持了“6·18”首日销量第一的成绩,较上年同期增长400%。

除了厨房小家电,集成灶等厨房大家电销售数据也出现较高增长。据魔镜数据,截至今年6月17日,亿田智能、火星人、浙江美大等集成灶热门品牌预售额均出现较高增长,其中亿田智能预售额较上年同期大幅增加约150%,火星人和浙江美大则分别增长

器股份有限公司(以下简称“老板电器”,002508.SZ)相关负责人告诉《中国经营报》记者,在直播轻松趣味的氛围冲击下,实现对消费者的种草,并提升用户对品牌的认知和黏性,“为品牌增长带来新的势能,实现流量和销量的双丰收。升级内容营销直播玩法的同时,真正实现了品牌的人圈和破圈。”

70%和98%。

对于今年“6·18”销量的逆势上扬,添可方面相关负责人表示,这得益于添可对产品科技的创新和用户洞察的不断融合与相互促进。“用科技创新解决曾经未解决,但永恒存在的用户需求和品质生活的需求,同时也是企业提质增效,对抗行业下行风险的增长秘籍。”

探索,不断完善整合更新用户需求,在直播电商领域创造更高突破和更多发展可能。”

对于当前家电品牌入局社交电商直播,奥维云网(AVC)方面分析认为,抖音渠道目前呈现多优势,高占比、巧契合、大规模、强走势、多品类、多品牌等多个特点。“抖音等新兴渠道在成为品牌增长的核心动力的同时,也成为了品牌经营获取第二增长曲线的标配。传统电商中由平台决定所有流量的走向所带来高额流量费用,使得品牌营销的投入产出效率在逐渐降低,直播带货在疫情期间快速发展,抖音、快手等直播电商已成为一个重要渠道。”

不过奥维云网(AVC)方面也指出,目前新兴电商发展没有传统电商渠道成熟,消费者在消费时仍有一些警惕心理。



“6·18”首日,高端智能家电品牌添可线上成交额突破4亿元,正式开售仅10分钟,即破1亿元。 本报资料室/图

年轻化、高端化新格局

消费者的消费需求不仅影响着家电企业对于消费触点的拓展,也带动着家电产品的推陈出新。

消费者的消费需求不仅影响着家电企业对于消费触点的拓展,也带动着家电产品的推陈出新。年轻人的消费力以及对高端化、套系化等产品的追求,正在重塑当前家电行业的产品格局。

据抖音数据,“00后”目前已经成为了“6·18”消费的主力,这一群体在抖音购买量较上年同期增长达到164%。据苏宁易购数据,在今年“6·18”的首轮促销中,线下高端家电的销量同比增长达到了57%,其中万元高端家电较上年同期增长了近8成,同时,大屏8K电视、双开门大冰箱等传统高端家电的销售涨幅也达到了64%和87%,出现了逆势增长的势头。

此外,以料理机器人、洗碗机等为代表的改善型厨电销量数据也很亮眼。据奥维云网(AVC)抖音/快手监测数据,洗碗机在“6·18”第三周的销量合计达到1267台,销售额达到560万元。

家电企业也正在应需求而不断进行创新研发。添可方面相关负责人就表示,添可始终坚持以用户为重,不断在红海竞争中发现蓝海市场,目前已经形

成了美食强劲爆发、清洁丰富矩阵、个护持续积累、健康快速突破的多元化品类发展格局。

海尔智家方面相关负责人则认为,区别于单一产品、单一服务的拼凑式生活,如今包罗衣食住娱的智慧场景解决方案,正为大众带来更省心、安心、便捷的健康生活。“今年‘6·18’,海尔智家正是凭借引领行业的科技实力,从健康家电升级为健康家庭,带来全方位衣食住娱健康体验。”

据了解,目前海尔智家已基于用户需求,首创了全空间保鲜科技、免清洗科技、自清洁技术、3D除菌舱等一系列健康科技。“正是基于用户需求,迄今海尔智家在专利质量、标准数量、工业设计、国家认可4项指标上,均为行业第一。”海尔智家方面表示。

此外,添可也在产品的科技力布局方面实现了从局部到全局、从功能到体验、从物到人的全面升级。“以芙万3.0智能洗地机为例,今年‘6·18’通过智能双驱和水电双续航40分钟,使用更便捷,充分满足全流程清洁,成功做到了从智能识别环境,到智能辅助人的新发展阶段。”添可相关负责人表示。

京东航空落户南通兴东机场

江苏首家本土航空公司“腾飞”在即

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

靴子落地!国内第三家民营货运航空公司——江苏京东货运航空有限公司(以下简称“京东航空”)最终落户江苏省南通市。

据了解,京东航空已于2021年8月经民航局批准筹建,目前筹建工作已基本完成,正申请颁发公共航空运输企业经营许可证。民航华东地区管理局已完成初审,并确定主运营基地机场为南通兴东国际机场,经营范围为国内(含港澳台)、国际航空货邮运输业务。

京东航空落地南通市对于江苏省行业发展而言也是一件大

补齐江苏航空发展“短板”

近一年来,京东航空频频传出利好消息。

据民航江苏监管局消息,6月10日,民航江苏监管局受民航华东地区管理局委托,召开“京东航空CCAR-121部运行合格审定预先及正式申请会”,京东航空已递交了正式申请信及申请文件。

这也意味着京东航空将成为继顺丰航空和圆通航空后的第三家民营货运航空公司,也是国内第四家航空货运公司。

郝俊清在会上表示,京东航空是江苏省第一家本土航空公司,民航江苏监管局将与京东航空密切配合、加强沟通、通力协作,确保京东航空高质量完成运行合格审定工作,为今后持续安全运行打下坚实的基础。

而就在10余天前的5月23日,中国民航局发布的公示文件显示,

事。6月10日,民航江苏监管局副局长郝俊清表示,京东航空作为江苏首家121部运行的本土航空公司,其成立将填补江苏民航的行业空白,并提升江苏省航空货运保障能力,对江苏省的经济发展及民航发展具有里程碑式的意义。

靠江沿海的江苏省南通市,素有“江海门户”之称。《中国经营报》记者在采访中了解到,近年来,南通航空产业发展也在不断提速。2015年,中国商用飞机有限公司(以下简称“中国商飞”)与南通市结缘,之后将南通兴东国际机场作为交付基地;与此同时,南通市已明确提出将规划建设南通新机场,

并定位为上海国际航空枢纽的重要组成部分,项目预计将于2026~2027年正式完工。

第一太平戴维斯中国区产业及物流地产部主管、高级董事罗瑾表示,航空制造和航空运输可带来巨大的资金流、技术流、产品流和信息流等,在区域范围内形成流量经济,因此京东航空落地南通市将对当地产业转型升级、提升高端制造水平具有重要意义。“通过经济要素的重组、融合使各要素的能量增大,可促进科研、制造、金融、维修、运输、仓储、物流等产业的综合发展,从而形成完整的航空产业链。”

京东航空目前的筹建工作已基本完成,正申请颁发公共航空运输企业经营许可证。民航华东地区管理局已完成对其初审。

罗瑾告诉记者,就江苏省航空业发展而言,目前南京市和无锡市的临空经济区建设已初具规模,基本形成了航空运输、航空制造和航空物流三大主导产业。

不过,江苏省交通运输厅于2021年9月发布的《江苏省“十四五”民航发展规划》(以下简称“《规划》”)指出,江苏航空业发展还存在一些“短板”。一方面,枢纽机场的竞争力、辐射力与江苏省经济社会发展的要求仍有一定差距。“江苏省是开放大省、外贸大省,航空市场需求旺盛,但主要枢纽机场服务本省的能力相对较弱。”

另一方面,江苏省国际航线和航空货运方面仍然存在突出“短

板”。尤其是国际航线市场开拓能力有待提升,枢纽机场国际航线广度、厚度仍有不足;全货机航线数量少、密度低,运力和可运品种受限;国际货运资源分散,行业生态环境仍不完善。

在罗瑾看来,如今南通市航空产业快速发展以及京东航空落地启动,对完成《规划》提出的“逐步健全通用航空体系,持续推动省内其他机场协调分工、特色发展,着力打造江苏特色通航品牌”目标,也起到了明显的推动作用。

“京东航空落户南通市,不仅是让江苏省拥有了第一家本土航空公司,更让江苏省与南通市能够借助京东航空提升物流服务效率,推动物流业发展,提升物流服务半径。京东航空对于南通市乃至江苏省经济发展的综合带动作用不言而喻。”产业观察人士欧阳艺智感慨道。

角力长三角航空物流市场

航空物流已成为全球产业竞争的“利器”。今年2月,民航局发布了我国首个航空物流发展专项规划——《“十四五”航空物流发展专项规划》。文件指出,“十四五”时期,我国航空货邮运输量将保持快速增长,预计将由2020年的670万吨增至2025年的950万吨,在全球主要经济体中位居前列。

不少城市和企业也早就看到了航空物流产业发展的机会。据了解,京东早在2018年便与南通市政府签署了战略合作框架协议,双方计划将南通兴东国际机场打造为京东物流航空货运枢纽。

2019年9月,宿迁京东展锐企业管理有限公司和南通机场集团有限公司共同出资6亿元组建京

南通航空业站上“风口”

对于南通市乃至江苏省航空业发展而言,规划建设南通新机场至关重要。

2019年印发的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》明确指出,在合力打造世界级机场群方面,“规划建设南通新机场,成为上海国际航空枢纽的重要组成部分。”

这也让南通市航空业站上了新的发展“风口”。记者多方采访了解到,“十四五”期间,江苏省将加快推进南通新机场及综合枢纽规划建设,完成南通新机场工程前期工作,确定选址于通州区二甲镇,项目计划于2023年开工建设。

“南通市已成立南通新机场枢纽建设指挥部。”据南通市相关负责人介绍,南通新机场占地面积约67万平方米,是现有南通兴东国际机场的10倍有余,比上海

东航空,并分别持股75%和25%。当年12月,京东全球航空货运枢纽华东地区项目在南通市正式开工,该项目总投资200亿元。

与京东航空的发展轨迹类似,圆通速递早在2018年便与浙江省嘉兴市政府签署战略合作协议,在嘉兴机场建设全球航空物流枢纽。根据计划,预计到今年年底,圆通航空将形成由15架波音757、波音767以及国产ARJ-21F组成的混合机队。

日前,由嘉兴市引进、圆通集团投资兴建的省级示范性重大项目——圆通嘉兴全球航空物流枢纽项目也已开工建设,项目定位为长三角一体化重要产业平台、军民融合示范基地,将打造全球航空物流枢纽、共享型多式联运

虹桥国际机场也大16万平方米,项目预计于2026年或2027年正式完工。

除了计划建设南通新机场外,自2015年开始,中国商飞便与南通市展开合作,南通兴东国际机场已成为中国商飞的重要交付基地,并为国产飞机试飞提供保障。

罗瑾认为,家纺产业作为南通市的传统支柱产业,纺织品出口总额位列江苏省全省第一。但南通市在精密制造业领域的基础相对薄弱,航空产业可以极大地促进传统产业转型升级和高新技术、总部经济、金融物流等产业的发展。

当地航空企业南通华夏飞机工程有限公司CEO申炳龙也表示,未来,如果将南通市作为中国商飞的飞机总装和交付中心、中国航发商用航空发动机有限公司的发动机科研和制造中心,并由

中心和长三角商贸集散中心。

对于圆通和京东默契选择将航空物流基地设在长三角地区城市的原因,罗瑾分析认为:“南通市凭借其新建机场及毗邻上海市的独特优势,已成为江苏省重点打造的航空物流基地;而嘉兴市同样紧邻上海市,衔接苏南和浙北核心区域,嘉兴机场同时在原有机场的基础上改扩建而来,大大节省了新建机场的申请及建造时间。”

而在IPG中国首席经济学家柏文喜看来,除了长三角地区经济发展强劲的因素外,南通市和嘉兴市能够迎来京东航空和圆通航空,也与两家企业“掌门人”刘强东和喻涛蛟的家乡情结密不可分,企业在获得江苏省和浙江省支持方面也有得天独厚的条件。

此吸引一大批世界级的航空零部件生产厂商、检测实验机构和科研机构等相关上下游企业的进驻,有望打造一个世界级的民航飞机制造和研发产业集群。

“航空产业是资金密集型产业,没有长期、足够的资本投入,很难形成较大规模的航空产业集群。”申炳龙建议,南通市应首先搭建一个较大规模的航空产业投资平台和航空产业基金平台,以便能长期且有效地支持本地航空产业的发展。

“平台可采用多种模式,以及通过更加市场化的手段吸引和扶持航空产业链上下游的优质项目落地,从而打造一个既有‘龙头’,又有‘龙身’;既有核心,又有配套;既有基础,又有扩展的航空产业生态链和产业集群。”申炳龙进一步表示。