

# 直播上阵 瑞鼠登台 年货节各大电商喜丰收

□记者 谢思东

除夕进入倒计时,几大电商巨头的年货节“激战”进入尾声。根据淘宝、京东、拼多多等近日发布的榜单可以看出,今年的年货市场,水果等传统农产品依旧最受欢迎。直播、短视频等形式“带货”有奇效,鼠年的主角老鼠形象大受消费者欢迎。

## 原产地水果最受欢迎

鼠年春节,什么年货最火?答案无疑是水果生鲜。1月16日,拼多多发布“年货节热卖榜”。年货节期间,以四川眉山丑橘、甘肃天水苹果、新疆阿克苏梨为代表的国产农产品占据了水果生鲜榜的大半江山。以柑橘和苹果为首的水果销量相比去年同期翻了一番,仅苹果订单量就高达600万单。

京东大数据研究院近日公布的年货消费新趋势同样印证了这一点。在京东平台上,陕西猕猴桃成为年货节期间销量最高的单品,猕猴桃品类销量同比增长近250%。来自山东的烟台红富士苹果礼盒也备受欢迎,销量同比增长482%。

随着人民生活水平的提高,进口水果越来越受欢迎。1月17日,全国苏宁小店举行了“小年疯狂日”,全面覆盖门店年货、生鲜预售、生活帮服务产品。活动当天,全国预售频道售出15万公斤车厘子。智利车厘子、泰国榴莲等几大爆款占据了拼多多进口产品排行榜前列。在百亿补贴的助力下,智利车厘子多次登上拼多多“秒杀万人团”和“品牌特卖”专区。通过产地直发的超短供应链,车厘子不但品质出众,且相当部分产品的价格远低于其他平台。

各大平台上,能与水果一争高下的也只有海鲜了。来自大连的大虾、舟山的带鱼等沿海地区的新鲜海产品纷纷通过拼多多流向了内陆消费者的餐桌,湖南、湖北、四川是购买平台海产品最多的3个内陆省份。在苏宁的“小年疯狂日”活动中,生蚝、鲍鱼等中高端水产品销售靠前。

## 短视频直播带货风靡

今年年货节,“一哥”淘宝感受到了压力。一方面,其要应对下沉市场上拼多多的巨大挑战;另一方面,老对手京东首次大规模打造年货节,并在策划上主打亲情和友情,效果甚好。为了应对夹击,淘宝抓住直播和短视频热度强势出击。

淘宝直播发布的2020淘宝直播年货节“真香榜”显示,2020年货节淘宝直播主播带货王前三名依次是:薇娅 viya、李佳琦 Austin、陈洁 kiki。淘宝直播在年货节期间每天有近10万场直播,同比去年涨幅达到200%。

为拉近与消费者的距离,天猫联合时下最风靡的抖音、快手等短视频APP,先后发起了“喜提2020头运”开运挑战赛、“买啥年货我说了算”国民年货种草挑战赛,针对年货对应的不同新年场景,挑选具有爆款心智、限量售卖、创新包装和利益点的国民爆款货品融入挑战赛之中。目前,两大挑战赛已经在站内达成了超100亿次播放的曝光量,成为了抖音挑战赛里面的爆款话题,为天猫年货节引流、强势带货。

“喜提2020头运”开运挑战赛,成功抓住消费者“新年求开运”的心理,吸引抖音用户使用“新年舞师大眼睛”贴纸来发布短视频参与挑战赛,即可获得天猫年货好礼,开启锦鲤附身的整年好运。目前,该话题已经吸引了超74亿次播放量,成为抖音新年最火话题之一,获得了绝佳的互动传播和引流效果。

抖音在把流量变为销量的舞台上大施拳脚。1月8日晚,抖音剧情类大V“祝晓晗”进行了一场长达4小时的带货直播。最终实现总销售单数超过10万+,总销售额达968万+。



业内人士表示,随着直播与短视频的进一步融合,未来短视频电商与直播电商也会进一步融合。淘宝电商直播极有可能借此机会杀入短视频电商,而抖音、快手两大短视频平台,也会借助短视频电商和直播电商实现电商单飞。

## 米奇杰瑞成销售明星

苦等了11年,平时不太讨人喜欢老鼠今年终于翻身了。某黄金店铺客服称,最近几天,鼠年黄金吊坠、鼠年转运珠、鼠年金镶玉、鼠年有米手链等卖得最好。而且,不少消费者都是一次性买很多,可能要送人用。

今年,无论是贴近百姓日常生活的日用品大厂,还是定位高端市场的国际奢侈品巨

头,都借鼠年之机推出了各种鼠年定制款商品。妮维雅推出新年鼠罐礼盒,Olay推出身体乳鼠年定制礼盒,倩碧推出鼠年限量3色特供版加芯黄油,科颜氏推出金鼠报喜新年限定礼盒……

鼠年经典形象米老鼠开始“加班”,很多品牌都找了Mickey Mouse(米老鼠)和Jerry(杰瑞)这两个IP联名,从衣服、鞋子、包包到零食、护肤化妆品,都能看到米老鼠和杰瑞的身影。国际奢侈品大牌Gucci推出的新款米老鼠系列包袋已经在官网热销。LV、Burberry等也推出了老鼠形象钥匙扣、丝巾等单品。

据多家媒体报道,迪士尼授权的米老鼠红包,米老鼠对联、米老鼠福字、米老鼠挂历等一系列产品网上都已经卖断货。

# 红包大战一触即发 鼠年春节谁最壕

□记者 王洁

又到了一年一度的春节红包大战。阿里、京东、拼多多、苏宁易购、小红书、快手、抖音、腾讯微信、百度等纷纷上线春节大补贴或红包活动。消费者收到红包的同时,互联网公司也从点至面获取了大量流量,并最终实现价值变现。

## 为线上产品进行“流量代言”

《中国邮政快递报》记者梳理发现,今年的红包大战从去年12月底一直持续至今年2月14日,电商平台活动形式各异,有的简单粗暴,有的需要组队PK,但基本上都采用“集”的形式,有效连接各自旗下产品,为自己的产品进行“流量代言”。

淘宝2020年成为鼠年春晚的独家电商合作伙伴,将携手带来春晚史上力度最大的独家电商补贴。除了传统的集五福之外,从1月20日开始,聚划算将开启每天补贴2亿元的节奏,而除夕当晚聚划算将直接给出10亿元补贴,初一后补贴继续,整个春节期间聚划算的补贴总额将达20亿元。

拼多多除了“年货系列万人团”“百亿补贴”“限时秒杀”的特惠商品和优惠券以外,没

有太多复杂的玩法,直接通过优惠券等手段向用户发放总额达40亿元的红包补贴。

京东和苏宁易购的玩法稍复杂一些。1月5日~2月14日,进入京东app内搜索“收红包”进入活动页面,就可以随机抽取红包或满减优惠券,最高2020元。此外,与此前淘宝令人闻风丧胆的组队叠猫猫类似,京东今年推出“萌宠擂台赛”,需要通过与好友组队完成任务,与其他人进行PK,才能拿奖。苏宁易购在春节期间的“天天发现鲸”也采取了“叠猫猫”的PK玩法,也是组队“比武”,队伍等级越高瓜分红包越多,瓜分到的红包及年货节优惠券都可以直接用于购物。

## “集”发挥社交裂变作用

社交电商们则在“集”上下功夫。抖音推出集卡平分亿元红包活动,从1月14日持续至31日。集卡分为两个阶段,首先是集金卡,集齐“发财中国年”“五字即可参与平分3亿红包;其次是集钻卡,集齐“抖音”“今日头条”“西瓜视频”“Faceu激萌”“轻颜相机”和“皮皮虾”6款产品logo即可参与平分2亿元红包。

快手的玩法是每天登录做任务、集红心,

集齐“缤纷、快、手、点、赞、中、国”8张卡片后合成红包,可在1月24日春晚当晚,拼手气分1亿元现金红包。小红书也上线了“集红包,分1亿”的活动。1月21日起登陆小红书,就能“摇”到属于自己的上上签,集齐五种好运小红签,初五(1月29日)开奖就能瓜分1个亿元红包。

腾讯微信春节红包采用“一分钱大作战”玩法。1月17日~2月8日,用户需花一分钱塞进视频红包,微信会在用户投入的一分钱基础上进行金额补贴,形成大礼包后发出,单个红包金额最高可达888元。此外,微信会每天24小时不间断发放红包,每天19时,还会有千万明星红包雨活动,百余位体育、演艺、音乐各界明星将通过视频为用户发放拜年红包。

百度的“好运中国年”活动,从15日~24日,用户可通过“集好运”和“团圆红包”两大玩法瓜分今年的5亿元现金红包。在红包之外,百度还为用户提供了上万个限量版“金鼠”以及华为Mate30 Pro、戴森V8吸尘器、小米扫地机器人、小度智能音箱Play、百度网盘会员等奖品。

## 传统节日赋予新意义

互联网正在给传统节日赋予新的意义,而传统节日也将在科技的改造下焕发出新的活力。业内人士表示,电商平台利用春节发红包“造势”,在渲染节日气氛的同时也扩大了公司的宣传,用户则通过发网络红包进行春节的庆祝以及社交关系的维持。

网络红包可以说是最为体现互联网思维精髓的营销产品。互联网公司通过春晚发红包的方式进行粗放式“撒网”,从点至面获取大量流量,再通过各种组合方式进行细分将用户引流到自家的其他产品上,进而一步步获取用户价值,最终实现流量的价值变现。春节网络红包或将成为新兴的春节新风俗。

北京东晓腾飞供应链管理有限公司总经理陈虎东认为,越来越多的电商加入到春节红包的补贴大战中,这是电商的一种普遍形态——只要流量足够大,各种活动方式、或者组织方式蔓延就比较快。今年的红包活动都加入了社交属性,毕竟,春节这个全中国人都参与的节日,本身是全世界最大的流量池,谁也不会放过这个一年一度的传统红利。

## 扶贫助农

# 吉林镇赉:电商助力脱贫摘帽

□通讯员 李文斗

2019年4月前,地处大兴安岭南麓吉林省镇赉县还是一个国家级贫困县。县里有82个贫困村,建档立卡贫困户多达36077人。

2019年4月,镇赉县一举摘掉了戴了27年的国家级贫困县帽子。如今,每个贫困户都有三、四个扶贫项目,大米、甜瓜、肉牛、哈尔滨鱼等特产更是扬名海内外……镇赉县是怎样做到的呢?这一切还要从电商说起。

## 柳编架起扶贫桥

每年冬至前后,嫩江湾代代相承的捕鱼,在镇赉县形成浓郁的节日氛围和独特的渔猎文化。流经镇赉的嫩江,在境内形成大小数百个湖泊泡沼,滋养了大量的红鲤。

经过当地匠人的巧手,红鲤可以变成果篮、提篮、纸篓、花盆套、宠物篮、装饰帘等颇具地方特色的手工艺品。再加上,柳编不受地点限制,很适合农民利用农闲时节在家中编织,镇赉县委县政府将其确定为精准扶贫重点项目。镇赉县柳编公司借助电商平台

中国网库推销镇赉柳编,镇赉邮政、快递企业也积极参与进来,采取“园艺柳编+扶贫车间+贫困户+邮政快递”的扶贫模式,在设有柳编扶贫车间的5个乡镇,12个村建立了10多个网点,负责接收贫困户检验合格的柳编制品。

12个扶贫车间加上60多个炕头柳编编织网点,共吸纳周边贫困户农户240多户,每户贫困户农闲季节最少增收4800元,最多可增收10000元。2018年,东屏镇、镇赉镇等乡镇300户贫困户人均增收4000元。2019年,他们又将这种经营模式辐射到全县所有乡镇,让贫困村民实现共同增收致富。

## 镇赉甜瓜香飘万里

夏天,镇赉的甜瓜香飘万里。

“我今年种了10栋大棚西瓜。由于采用蜜蜂授粉,一颗秧多结了好几个瓜。从6月初开园到7月末罢园,邮政电商平台帮我卖了6万多元。”说起自家的甜瓜,镇赉建平乡民生村科技示范户刘万明十分自豪。

镇赉西瓜种植已有百年历史。2017年,镇赉县建平乡产出的“镇赉甜瓜”成功获得“国家级无公害农产品”标识,不仅填补了吉林省无甜瓜地理标志证明商标的空白,也使得镇赉县成为驰名东北乃至全国的甜瓜之乡。

但由于种植多以大田为主,且每年集中上市,镇赉西瓜难免出现价低卖难现象。

2018年开始,县乡两级政府实施建设每亩大棚补贴4000~10000元的优惠政策,鼓励农民发展大棚西瓜。建平乡

还从吉林省农科院引进甜瓜新品种改善品质,成立甜瓜产业协会进行技术指导;同时在知名电商平台建设甜瓜销售网站,线上线下助推甜瓜销售。

效果是显而易见的。“种瓜就得抢早抓晚,不然肯定卖不上价儿。别人家的大棚瓜还没熟,我家的头茬瓜就上市了;等其他家的大棚瓜罢园了,我家大棚里还有瓜可卖。专家说这叫错峰种瓜。”镇赉镇种瓜大户于凯丰说。据悉,由于大棚西瓜比大田西瓜上市20多天,瓜农普遍增收80%以上。

先富起来的瓜农也没有忘记带动贫困户增收。刘万明介绍,自己带了3户贫困户,每户最少增收5000元,最多能到7000元。

像刘万明这样的科技致富典型,建平乡有70户。这些示范户直接带动全

乡300户贫困户种瓜脱贫。通过引领带动,建平乡甜瓜面积已由2万亩发展到3万多亩,年可创收7000万元以上,辐射带动周边种瓜农户2000多户,户均增收2万元左右。

## “淘帮手”帮扶贫困家庭

2017年,镇赉县成为国家电子商务进农村综合试点县。目前,全县建设了村级电子商务服务站71个,覆盖了50%的建档立卡贫困户。邮乐购服务网点也达到了226个,阿里巴巴农村淘宝服务站42个。

在当地政府推动下,各电商运营平台在拓展业务时,与精准扶贫深度结合,在发展“淘帮手”和分销商时向贫困家庭倾斜。村级农村淘宝服务站则与

# 中美联手严打 电商平台售假 最严可被关闭

□记者 王洁

本着和平、相互尊重的原则,美国当地时间1月15日,中美双方在美国华盛顿正式签署第一阶段经贸协议。1月16日,财政部发布中美第一阶段经贸协议(以下简称“协议”)。值得关注的是,新的贸易协议在知识产权部分,专门对中美双方在电子商务平台的盗版与假冒问题上的义务和责任作出了规定。未来,中美两国将更加严格地打击电商平台的假冒和盗版问题,措施包括吊销平台网络经营许可。

## 平台将承担更大责任

消费者在电商平台上买到假货,平台该不该承担责任?一直以来,不法商家在电商平台上销售假冒伪劣商品的违法行为屡禁不止。在跨境电商中,这一问题更是成为了“令人致命”的暗礁。

针对电商平台上的侵权行为,协议明确,针对未能采取必要措施整治知识产权侵权的主要电子商务平台,双方应采取有效行动,打击平台上泛滥的假冒或盗版商品。屡次未能遏制假冒或盗版商品销售的电子商务平台,可能被吊销网络经营许可。据悉,美国正在研究采取更多举措,打击假冒或盗版商品的销售。

网社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平告诉《中国邮政快递报》记者,之前,跨境电商平台在针对卖家售假事件时,只承担关店等责任。协议签订后,未来平台将承担更大的责任。上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼也表示,电商平台经营者的经营责任进一步扩大。对于我国在协议中承诺的事项,因其涉及企业责任的扩大和部分责任的免除,势必会通过法律文件的形式予以规范。

## 即便“错杀”也不放过

根据协议,中美双方将共同并各自打击电子商务市场的侵权假冒行为。对于网络侵权,中国应提供执法程序,使得权利人能够针对网络环境下的侵权行为采取有效、迅速的行动,包括有效的通知及下架制度,以应对侵权。其中包括,要求迅速下架;免除善意提交错误下架通知的责任;将权利人收到反通知后提出司法或行政投诉的期限延长至20个工作日;通过要求通知和反通知提交相关信息,以及对善意提交通知和反通知进行处罚,以确保下架通知和反通知的有效性。

李曼说,从以上条款可以看出,我国将从平台责任、权利人投诉、监管豁免等多个角度来促使各方参与到打击电商平台假冒和盗版问题的行动中去。“而免除电商平台经营者善意提交错误下架通知的责任,可谓是对售假企业即便‘错杀’,也不放过的一种态度。”李曼说,电商平台经营者在错误下架平台内经营者而造成的经济损失,不承担相应责任,既是对平台打击售假的一种权利保护,亦是对疑似售假企业的一种警示。

## 合规经营是未来发展之道

高压之下,电商平台应如何应对?李曼告诉记者,我国电子商务法规定,消费者在电子商务平台购买商品或者接受服务,与平台内经营者发生争议时,电子商务平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。

张周平认为,加大打击力度将让各大平台上的卖家更加重视商标、品牌的建设。而近年来,包括亚马逊、eBay、全球速卖通、Wish等主流跨境电商平台都在力推卖家品牌化打造,企业只有合规化经营才是长远发展之计。电商平台经营者应当建立平台内经营者管理规则。各电商平台要清醒地意识到,电商低价时代已经过去,品牌化建设等将成为平台发展的关键。

张周平表示,严打知识产权侵权势必影响出口跨境电商行业及企业的发展,行业红利将逐渐消失。在当前跨境电商市场中,卖家对知识产权的认知普遍不高,依然存在不少产品仿冒行为存在,这对海外网购消费者造成影响。未来,中美两国司法合作持续增强,将加大对各大跨境电商平台上假冒侵权产品的打击力度。长期来看,这些措施会起到净化市场环境和倒逼企业转型的作用。

贫困群众一对一结对帮扶对子,开展一帮一的电商扶贫。

坦途镇坦途村著名淘宝“明星合伙人”王琪在英国留学两年,放弃大城市的工作机会回到家乡做农村电商。她通过淘宝帮贫困户卖大米,把当地三四元一公斤的大米,卖到了8~12元。眼见为实的乡亲们纷纷找到王琪帮忙。王琪的电商服务站开业一个月销售额就超过了50万元。此后,王琪联合7名返乡大学生创办东太农业发展有限公司,在网上订单种植优质马铃薯,两年帮370户贫困户脱贫致富。在“明星”电商合伙人的带动下,2300名“淘帮手”和分销商,帮扶贫困户2520人,人均月增收收入300元左右。

镇赉县商务局负责人透露,为大力推动和促进农村电商持续健康快速发展,将筹集资金在所有行政村建立村级电子商务服务站,并进一步完善电商服务中心和物流仓储中心软硬件建设,让“镇赉肉牛”“哈尔滨鱼”等更多的镇赉特产扬名海内外。以嫩江之清水,以弱碱之土地,为人们奉献出实实在在的镇赉味道。