

核心提示

6月28日,2024重庆6·18电商节活动(以下简称“电商节”)圆满落幕。

“电子商务是数字技术和实体经济深度融合的新业态,是赋能传统产业转型升级的新模式。”市商务委相关负责人介绍,“本次电商节正是以会为媒,以数论道,持续扩大‘朋友圈’,做大‘生意圈’,共筑‘生态圈’,推动‘数商强基’‘数商扩消’‘数商兴产’。”



2024重庆6·18电商节资源对接大会

新质融合 数商赋能

2024重庆6·18电商节活动交出精彩答卷

数读

●2024重庆6·18电商节期间(4月28日-6月28日)
全市网络零售额实现**469.26亿元**,同比增长**19.83%**。

●儿童消费成为新的市场增长点
儿童家具、儿童面食、儿童读物销售额同比分别增长**302.5%、175.4%、127.5%**。

●户外装备备受青睐
登山攀岩设备、户外仪表、户外配饰、冲浪潜水设备销售额同比分别增长**202.5%、552.3%、311.2%、275.9%**。

●健康理念深入人心
重庆市健康监测设备、呼吸制氧设备、血压仪同比分别增长**355.3%、163.7%、155.2%**。



懂车帝汽车文化数字消费节



山城推荐官·产业带直播綦江专场

共话数字经济新机遇 扩大朋友圈

台上,MCN机构(多频道网络机构)大咖热情分享选品经验,台下,供需双方“零距离”对接如火如荼。近日,由重庆市商务委员会、渝中区人民政府、巫溪县人民政府共同主办,四川省商务厅、贵州省商务厅、云南省商务厅及重庆部分市级部门支持,重庆市网商协会、渝中区商务委员会、巫溪县商务委员会承办的“2024重庆6·18电商节资源对接大会”在重庆渝州宾馆举行。

“本次资源对接大会是电商节的子活动。”市商务委相关负责人介绍,大会紧扣“新质融合·数商赋能”主题,围绕电商资源对接、网销爆品打造、平台政策发布、机构选品推介等内容开展,旨在帮助重庆及云贵川等地企业对接国内优质的电商资源,打开网络销售渠道。

作为西南地区线下规模最大的电商对接活动之一,市商务委邀请全国50多家优质电商服务企业,百余位知名主播、达人齐聚山城,以会为媒,共话合作。大会同时吸引了超

600家品牌企业携2600余款产品亮相,包括重庆诗仙太白、陈昌银麻花、丰都麻辣鸡、四川张飞牛肉、贵州老高山、云南猫哆哩等在内的西南地区名优特新、地理标志、区域公共品牌参与。

“你对我们品牌了解吗?”“你有哪些带货经历?”在不到3个小时里,多位达人主播、MCN机构来到江小白梅见展台,进行对接洽谈。

“我们对今天的对接结果很满意,不仅与主播们建立了联系,也借此机会认识了不少本地商家,希望以后能有更多的合作。”重庆江小白酒业有限公司相关负责人表示。

据悉,本次大会旨在帮助企业对接国内优质的电商资源,打开网络销售渠道,从而进一步推动相关产业高质量发展。因此,针对重庆部分消费品“网感”不够的情况,在资源对接大会的联结下,参加大会的各MCN选品负责人热情地当起了“军师”,从产品包装设

计、组品、价格、投放等多个维度给品牌提出建议,指导品牌如何打造更具互联网销售力的产品。

“通过大会,我们不但建立了联系,还得到了很多专业指导,对今后的发展充满信心。”城口县赵孝春野生食品开发有限公司相关负责人说,作为中华老字号企业,虽然产品质量和口碑不错,但因电商经验不足,缺乏渠道对接优质达人、机构和头部达人。此次大会,为自家产品解决网络销售的难点、卡点找到了通路。

除为企业打通网络销路,本次大会还宣布启动“西南四省市数商协同网销爆品行动计划”。该计划由重庆、四川、贵州、云南四省市商务主管部门联合发布,四省市将通过网销爆品汇聚行动、品牌联合共创行动、爆品示范打造行动、爆品资源协作行动,全方位整合四地市场潜力巨大的优质产品,借助线上公共服务平台沉淀网上“爆品池”,持续推动电商产业实现新突破。



“渝品云集 城市漫步”活动



百县百品助农行动重庆专场



京东618玩味市集全国首展—辣味江湖

打造专属IP 做大生意圈

冷酸灵×金牌干溜组成“小金灵”,梅见×自嗨嗨组成“嗨了梅”,辣来主义×牛浪汉组成“辣可太牛啦”,天府可乐×陈麻花组成“乐开花”正式出道。

这些吸引消费者眼球的产品组合,得益于今年电商节期间,市商务委发布的重庆电商公共品牌——“渝品云集”。

据悉,“渝品云集”号召重庆消费品牌,以跨界整合营销的方式组团出道,打造重庆专属IP。通过综合运用数字化手段,持续扩大重庆新消费品牌、在电商平台的曝光度,引导企业在数商发展新模式、新业态下,形成产业发展合力,互联互通,做优做强。

“这些品牌在电商节期间,为重庆消费者送上多种优惠福利,并组团亮相重庆知名商

圈地标。”市商务委相关负责人介绍,除了这些“渝品云集”新势力品牌推出的专属优惠福利,还有各大电商平台推出的优惠,促销金额累计超过1亿元。其中,美团在重庆投入2000万元补贴消费者,京东、阿里、唯品会、盒马、苏宁易购等电商平台也为山城市民推出专属优惠。

为更好地推动“渝品云集”品牌,除真金白银优惠之外,市商务委还积极打通线上线下消费场景,通过开展美陈打卡、city walk等多种趣味活动,与来自全国各地的消费者互动,让其近距离了解重庆特色产品的同时,沉浸式体验重庆“网络爆品”的魅力。

6月16日,由天府可乐、陈麻花、梅见等重庆新势力品牌成功结对的多对“CP”,在

重庆十八梯传统风貌区开展“渝品云集”city walk活动,吸引了数万名市内外游客前来打卡体验。

“老朋友也要有新玩法,我们借助此次‘渝品云集’活动,与天府可乐组成‘乐开花’CP(即,6瓶天府可乐加一袋陈麻花搭配成套餐上线销售),深受广大消费者的喜爱。”陈昌银陈麻花相关负责人介绍,在电商节期间,“乐开花”与常规产品相比,销量增加20%。

不仅是“乐开花”,目前已有“小金灵”“嗨了梅”“辣可太牛啦”等10对CP出道,吸引了百余位达人、网民参与“渝品云集”抖音视频活动,发布短视频,将重庆本地好物推向全国,做大“生意圈”。

释放数字消费潜能 共筑生态圈

“大足龙水什么最有名?那必须是龙水刀。今天的直播,我们将为大家推荐大足龙水的好物。”日前,重庆本地达人“七哥民间菜”“川哥程队长”“霍得转”“杨儿杨”以及联动四川达人“一不小星”、贵州达人“素英雄”“之洲乐乐”等开展了一场大足龙水五金产业溯源专场直播。

直播中,大足的炒菜锅、菜刀、剪刀、水果刀、削皮刀等刀具产品轮番登场,直播间互动火热。仅3个小时,直播间GMV(商品交易总额)就达到350万元,有效助力了重庆消费新增长。

像这样的直播专场,在电商节期间还有很多。据介绍,为帮助重庆好物提升全网声量,推

动重庆特色产业高质量发展,市商务委在电商节期间,以“溯源”为特色,以“寻找家乡的宝藏”为主题,联合抖音推出“山城推荐官”活动。全国180余位三农达人、乡村网红主播,参与重庆好物推广活动,围绕火锅食材、大足刀具、重庆小面等本土特色产业,深入挖掘重庆特色好物,开展了1500余场特色直播。

“重庆各区县有很多值得挖掘的重庆特色好物。”参与溯源专场直播的重庆本土MCN机构纷纷表示,通过开展溯源专场直播,不仅帮助了重庆本土的优质产品扩展网上销售量,还让旗下达人的带货事业实现新突破、新发展。接下来,将结合各区县产业优势,持续深入挖掘重

庆特色好物,帮助这些优质产品提升网络销量,切实助力产业带高质量发展。

根据抖音后台数据显示,在电商节期间,山城推荐官#话题,累计有100多位创作者参与,累计发布视频/稿件数2590个,播放5.4亿次,点赞数578万余次。

像“山城推荐官”这样扩大重庆优品全网声量的不是个例。

5月9日至15日期间,由市商务委联合蚂蚁集团举办的“百县百品助农”重庆专场活动火热上线,武隆萝卜榨菜、开州香肠、城口腊肉、丰都麻辣鸡、云阳面、巫溪牛肉干等百余款重庆地方“宝藏”登录支付宝App,有效助推重庆本土

产品扩大销售,提升品牌影响力。

据市商务委相关负责人介绍,在电商节期间,市商务委积极联动各大电商平台、消费品牌,不断推出“直播溯源”“进仓放价直播”“仓配+仓播”等场景融合、模式创新的特色电商促销活动,持续释放数字消费潜能,有效助推产品打开市场,助力重庆消费实现新增长。

“自电商节启动以来,据第三方大数据公司统计,活动期间全市网络零售额实现469.26亿元,同比增长19.83%。”该负责人说。

吴志杰 杨雪梅
图片由重庆市商务委员会提供