



关注重庆6·18电商节

重庆提振消费打出“组合拳”

□本报记者 陈钧 黄光红

天气一天天变热,重庆消费市场也一天天升温。

2020重庆6·18电商节暨“爱尚重庆·云享生活”网络消费促进月活动(下称6·18电商节),也正式启动。

线上大促销云零售、行业直播大联欢云嗨购、“商旅文”融合云打卡、城市品牌营销云推广等12项网络消费主题活动轮番登场,这些活动直击消费新趋势、新业态、新模式。重庆提振消费,打出了一套精彩的“组合拳”。

中央有部署重庆有行动

3月4日,习近平总书记主持召开中共中央政治局常务委员会,研究新冠肺炎疫情防控和稳定经济社会运行重点工作。会议强调,要把复工复产与扩大内需结合起来,把被抑制、被冻结的消费释放出来。

今年政府工作报告又进一步明确提出,推动消费回升,要多措并举扩消费,适应群众多元化需求。

中央有部署,重庆有行动。

3月5日,重庆召开市疫情防控工作领导小组总指挥长调度会,研究落实习近平总书记3月4日在中共中央政治局常务委员会会议上重要讲话精神。

3月11日,重庆在全国率先出台《关于加快线上业态线上服务线上管理发展的意见》,对加快线上业态、线上服务、线上管理发展的内涵、路径、举措做出了部署。

4月10日,重庆出台《关于新形势下推动服务业高质量发展的意见》,提出在16个方面发展服务业,推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸、生活性服务业向高品质和多样化升级。

4月21日,重庆发布《关于克服新冠肺炎疫情影响推动服务业恢复发展的意见》,提出了推动我市服务业加快恢复发展的16条“干货”举措。

重庆消费市场逐渐回暖

一季度 全市社会消费品零售总额为 **2384.45 亿元** 同比下降 **18.6%**

3月 全市社会消费品零售总额为 **866.13 亿元** 同比下降 **5%** 降幅比1-2月收窄 **19.7%**

4月 全市社会消费品零售总额增幅实现转负为正 同比增长 **0.9%**



资料来源:市商务委 制图/乔宇

4月22日,重庆市推动服务业高质量发展大会召开。会议明确,新形势下,推动服务业高质量发展,是加快恢复全市经济社会秩序的重要举措。当务之急,是“恢复提振”,加快复工复产、复商复市,持续释放消费潜力。重庆服务业高质量发展,吹响了“冲锋号”。

“政策+活动”让社零总 额增幅由负转正

提振消费,效果很快体现在消费者的直观感受上。

6月1日,市民刘倩在银联“云闪付”领到100元消费券。“我本是一个吃货,但因疫情已经很久没下馆子了。促销活动给我一个下馆子的理由。”刘倩说。

激发刘倩重新走入餐馆用餐动力的,是4月29日在解放碑步行街启幕的“爱尚重庆·惠享渝味”促消费活动。

从当天起到6月底,活动主办方之一的银联“云闪付”平台面向市民,每周定时发放通用券、银行专属券和商户专

属券3类消费券,消费券最高可抵扣100元。活动中发放的各种消费券及推出的个性化优惠,总额达7000万元。

3月以来,根据中央、市委市政府的部署及我市相关政策文件要求,我市陆续开展了一系列促消费活动。上述活动,只是其中一场。

从3月中旬起,市商务委以“春暖花开 美好生活”为主题,集中开展了吃一碗小面、涮一次火锅、进一次车市和订一批网单等“十个一”系列主题消费活动。

此后,重庆又于4月下旬启动了“爱尚重庆·约惠夏天”2020年重庆惠民消费季活动。这场活动包括全域联动惠民消费行动、成渝双城消费协同行动等三大行动十项活动,涵盖汽车、家电、成渝双城消费协同等多个方面。截至目前,已开展了“爱尚重庆·惠享渝味”、2020重庆汽车消费节、阿里巴巴“数字新服务本地商户扶持计划”等活动。

“我们希望通过‘政策+活动’的叠加,提振消费信心,创造优质实惠的消费供给,强力释放消费需求。”市商务委

党组书记、主任张智奎说。

一系列政策,一连串活动,把被抑制、被冻结的消费释放出来。各方数据均显示,重庆消费市场正逐渐回暖。

市商务委统计数据表明,一季度,全市社会消费品零售总额为2384.45亿元,同比下降18.6%。其中,3月全市社会消费品零售总额为866.13亿元,同比下降5%,降幅比1-2月收窄19.7个百分点。而到了4月,全市社会消费品零售总额增幅则实现转负为正,同比增长0.9%。

6·18电商节再添“一把火”

6·18电商节,将为重庆消费复苏,再添“一把火”。

“与往年相比,今年的6·18电商节堪称升级版。”市商务委电商处处长何渡介绍。

往年重庆6·18电商节只有1天。但在今年活动时间拉长到1个月。

从内容来看,本次6·18电商节将举办电商资源对接、线上大促销、数字消费节、云扶贫和行业直播大联欢等12项网络消费主题活动。商家将推出抽奖、优惠券、直播带货等多种促销优惠。

从特色来看,本次6·18电商节突出线上线下联动、直播带货。同时,不局限于商业零售领域的促销,而是注重“商旅文”融合,通过在网红打卡地进行城市品牌营销和事件营销,吸引游客打卡消费。

此外,本次6·18电商节也特别关注扶贫,将开展武陵山集中连片特困地区公益消费扶贫直播活动,邀请带货达人、农行业工带货,为贫困地区打造爆款农特产品。

“疫情防控形势下,市民生活中的很多消费需求向线上转移,在消费领域催生了一些新模式。”何渡说,“我们希望依托持续1个月的电商节,壮大新型消费,助力经济复苏”。

业界动态

重庆直播电商行业联盟成立

本报讯 (记者 黄光红 向菊梅)6月5日,重庆直播电商行业联盟在重庆6·18电商节启动仪式上授牌成立。作为落实重庆“加快发展直播带货行动计划”的具体举措之一,该联盟将为我市发展直播电商产业提供人才培养、MCN孵化、金融赋能和政企对接等重要支撑。

重庆直播电商行业联盟是在市商务委支持下,由涉足直播电商行业的重庆企业作为初始成员联合发起成立。初始成员有12家。

市商务委相关负责人介绍,目前直播电商很火,但同时也存在不少问题:一方面,很多商家不知道哪里去找直播机构和网红主播,也不知道怎么带货;另一方面,不少网红主播、直播带货机构也找不到想带货的商家。同时,直播带货产业链上的物流仓储、品牌营销等企业,与直播机构、商家等也是各自为政,不利于行业优质资源的整合。在此情况下,成立重庆直播电商行业联盟的初衷,在于打通直播带货的整个链条,推动重庆直播带货行业快速、健康发展。

多家大型电商企业将在渝投资

本报讯 (记者 黄光红 向菊梅)6月5日,阿里巴巴、苏宁、拼多多、美团等多家大型电商企业看好重庆消费市场潜力,都发布了在渝投资意向和合作计划。

直播方面,苏宁将在重庆6·18电商节期间,打造2000场次店播;抖音将举行“寻找重庆带货官”项目,首期选出300位重庆专业带货官。拼多多在拓展助农直播市场的同时,开始布局产业直播和文旅直播领域。

在城市营销方面,美团将开启助力重庆目的地营销行动,包括联合打造“品牌馆”,一站式宣传城市特色;培育网红达人,为地域文化强势背书;以内容定制和营销整合服务,满足新趋势下的多元化营销需求等。

阿里巴巴现场发布“重庆六六数字消费节”信息,将联合商家发放1.19亿元消费券大礼包。美团发布助力百万小店复苏行动,包括对外卖新开小店提供1个月免息贷款;提供专业培训课程,助力小店数字化升级;开通“急速上线”,推出流量红包,让小店线上运营更便捷等。

电商资源云对接专区上线

本报讯 (记者 黄光红 向菊梅)6月5日,重庆6·18电商节电商资源云对接专区正式上线(包括微信公众号和手机客户端),企业和个人可通过华龙网“重庆云生活”平台和“i爱尚重庆”微信公众号进入专区。

电商资源云对接专区分为生产端、供应端、服务端等板块,将聚集产品生产方、商贸流通企业、电商平台、MCN机构、直播电商基地、网络主播孵化基地、网货生产基地、电商供应链、电商仓储物流公司、电商人才培训机构和金融机构等进行线上洽谈。目前,已经有超过230家企业入驻。

云对接专区上线后,将致力于通过“屏对屏”的方式推动重庆电商企业资源聚集和互换,扩大电商产业联动效应,推动电商产业链上中下游企业聚集和线上线下、生态圈资源聚合,形成电商资源云对接平台,助推重庆电商大发展。



六月五日,在渝北区新光天地举行的重庆6·18电商节启动仪式上,多个直播间在现场直播带货。 记者 张锦辉 摄 视觉重庆

发放1.19亿元优惠券 举办直播嗨购大联播 在来福士为重庆庆生 挑花眼的6月要怎样买买买

□本报记者 黄光红 向菊梅

促销多 消费者畅享实惠

6月5日,重庆6·18电商节启动仪式现场十分热闹,渝北区常务副区长廖红军现身淘宝直播间,送上智能随身镜;苏宁发放大礼包,单个礼包金额价值6600元,吸引了不少市民围观。

接下来1个月,像这样的优惠活动还很多。本报记者提前为你打探,让你在这个挑花眼的6月,高效率买买买。

比如,在“云零售”领域,两江新区、南岸、巴南、秀山等区县将联动京东、天猫淘宝、苏宁易购、猪八戒网、渝欧公司等平台,通过线上促销、发放消费券等形式,开展“电商企业齐让利 消费优惠买不停”“八戒严选-助力复工赢在6·18”等30多场活动。

消费者能享受到的优惠力度也很大。比如6月6日“重庆六六数字消费节”启动,届时至6月12日,每天上午10点,市民可在支付宝领取85元消费

券,每天限量20万份,共计1.19亿元;重庆移动面向市民发放价值2020元的5G消费券;国美电器在官方直播号推出家电产品“6.6元特价秒杀”;滴滴每日限量提供网约车通用5折最高抵扣15元优惠券。

此外,天友、赖记、桥头、乌江榨菜等本地企业也通过天猫、京东、苏宁易购等国内知名电商平台和跨境电商平台,开展线上大促销。

互动多 打造重庆直播应用之都

今年重庆6·18电商节的很多活动都围绕直播展开。

一方面,联合“抖、淘、拼、快”重庆落地头部资源,邀请重庆知名主持人、带货达人等为直播活动代言,开展“重庆直播嗨购大联播”活动;另一方面,线上举办竞赛,寻找带货官。

据了解,重庆将联合抖音,组织动员重庆本地大型MCN机构、主持人、带货达人等参加“短视频+直播”带货排位赛活动。参赛者通过抖音平台向全国

销售重庆扶贫与特色产品。“我们计划为重庆孵化300个专业带货新主播,优选前10名授予‘重庆带货官’称号,向本土企业输送优质带货主播。”抖音城市经理王璐介绍。

此外,本次电商节还围绕打造重庆直播应用之都,办好“直播+本土汽摩产业”“直播+本土品牌餐饮”等活动,通过“产地直播”“工厂直播”“卖场直播”等方式,开展“直播中国”“2020年‘彭水赶场’”等营销活动。

跨界多 线上线下多行业融合

新冠肺炎疫情让不少线下实体店销售低迷。记者发现,很多商家借此次6·18电商节,通过线上引流的方式,助力线下门店发展。沃尔玛到家在线上推出年中6折购、生鲜日、粮油副食日等促销活动,消费者可到门店取货或者线下配送。

此次重庆6·18电商节,跨界也无处不在。曹操专车、招招出行与京东超级体验店、苏宁易购等线下实体店进行

“专车到店,车费减免”的合作,吸引消费者乘专车逛实体店。

再比如围绕支付玩跨界。“组织云闪付商城、招商银行掌上生活商城、工商银行融e购、重庆农商行等银行商城开展促销活动,推动银行与香满圆、E宠、苏宁易购、京东到家等电商企业的合作,积极构建‘互联网+电商+金融服务’生态圈。”上述负责人表示。

看点多 瞄准城市营销和脱贫攻坚

城市营销和助力脱贫攻坚是今年重庆6·18电商节的重头戏。

6月18日,是重庆直辖23岁生日。当天,腾讯将在来福士观景仓举办不插电综艺直播,打造“重庆向上”综艺直播盛典,讲述重庆故事。

今年是决战决胜脱贫攻坚之年。本次6·18电商节,重庆将组织实施“云扶贫”活动,联合京东、抖音、快手等电商、新媒体平台,围绕14个贫困区县特别是18个深度贫困乡镇,多场景、多业态举办“消费扶贫献爱心 直播带货促经济”“百名村官直播带货”等贫困地区农特产品营销、直播带货等活动,助力渝货“出山”。同时,为贫困地区与市内外电商平台、新媒体平台等牵线,支持推动双方深化电商扶贫、消费扶贫等合作。

专家支招

“云课堂”开讲: 领导干部直播带货要有技巧

本报讯 (记者 黄光红 向菊梅)“直播带货虽然好,但并不是每种产品都适合直播推销;领导干部直播带货有很好的引流作用,但一不小心也容易‘翻车’……”6月5日,重庆6·18电商节“云课堂”第一课开讲,来自直播电商领域的专家纷纷为重庆领导干部和企业、商家如何做好直播带货建言献策。

甲汀传媒资深营销人黄敢贻建议,领导干部和企业、商家要真正发挥直播带货的作用,要注意3个技巧。

其一,对自己推销的产品做深入调研,了解产品。如产品的生长环境、原料构成、适合人群、使(食)用方法等,做到专业权威推介,不言而喻,让产品过硬的质量说话。其二,掌握交流技巧。要用好网言网语,让自己的表达自然、接地气,激发网友购买热情。其三,实事求是。要真实公布销售情况,决不能通过技术手段编造后台数据,营造虚假的繁荣与人气来充面子、搞政绩。

重庆另见数字科技有限公司总经理余兴隆则提出,直播电商就像“热情导购”,但并非所有商品都适合直播销售。

“企业和商家在做直播带货之前,首先要思考产品的用户画像和粉丝的画像是否相匹配。”余兴隆说,同时,还要思考产品的属性和带货主播的属性是否相匹配,价格策略和粉丝的购买力是否相匹配,品牌和销售合一的策略动作是否相匹配。