

从“卷价格”到“卷价值” 义乌电商行业抢占“618”新机遇



分拣各类包裹。



流水线包装区。



商品入库。



党员志愿者助企服务。



电商直播带货。

今年的“618”大促,京东在5月6日启动预热时,便拉开序幕。随后,各大平台纷纷跟进:拼多多在5月21日开启大促并持续至6月30日,在全网平台中最晚结束;淘宝、抖音电商的周期较往年有所缩短;快手则延续了去年的稳定节奏。

除大促周期的调整,今年“618”一个明显变化是,让消费者头疼的复杂规则大幅简化,预售、跨店满减、品类券叠加等机制几乎集体退场。比如淘宝全面取消跨店满减,京东主打“官方直降,低至5折”,抖音延续“一件直降、免券单”,并投入百亿元消费券。

随着“618”走过十多个年头,这个原本属于电商人和消费者的狂欢日,正悄然重构消费逻辑。过去一味卷低价、拼手速的竞争模式黯然退场,拼质量、留客户成为新赛道的核心竞争力。

在消费渐趋理性、流量红利消退的背景下,消费者不再需要按计算器精打细算比价,也不用卡住时间点拼手速下单,而是在不断拉长的大促周期中,精挑细选真正契合自身需求的商品与服务。对于商家而言,卖了多少不如留住了多少。这场年中大促,正在从“卷价格”向“卷价值”转型升级。

全媒体记者 陈聪 吴峰宇/文 陈秋池/摄

对义乌市爱悦乐器有限公司(以下简称:爱悦乐器)负责人孙建军而言,“618”大促的“前战”早在3月便拉开序幕。

“早些年只预留了一个月的备货时间,但面对不断涌入的订单还是显得匆忙,回头复盘发现还有很大的增长空间。”孙建军说,近年来逐渐将备货时间拉长至3个月,从设计到选品,再到生产,每个环节都在为这场年中大促作充足准备。

走进位于国际商贸城五区的爱悦乐器展厅,小提琴、架子鼓、吉他等乐器,以及琴盒、麦克风等产品琳琅满目。孙建军介绍,今年已上新全品类超600个款式,不仅在

外观上融入更多流行风、民族风元素,更在乐器音色、音质上持续优化,打造更具性价比的产品。

他拿出一款近期热销的小提琴盒介绍:“这款琴盒的特别之处在于,琴弓和琴身可以独立收纳,避免相互刮擦。这种功能是根据用户反馈反复打磨出来的。”像这样一款提琴盒,自“618”大促启动以来已售出上百个,在同类产品中销量较为可观。

今年,孙建军在“618”大促上的布局涵盖淘宝、京东、拼多多等多个平台。自5月大促启动以来,每天订单量稳步增长,较平

常时段增长近30%。“现在大促活动的周期拉长,再加上消费者的决策更趋理性,订单总量分布也更加均衡。”因此,在应对稳中有升的订单时,他显得游刃有余。

随着“618”大促步入尾声,孙建军赚的不仅是订单与利润,更是对市场脉搏的精准把控。这两天,他开始与团队复盘此次大促的数据表现,并筛选出不少热销爆款。“通过这段时间的活动,能清楚地知道哪些产品真正契合客户需求,哪些产品还可以继续打造成爆款,这些都将成为我们下半年的市场布局蓄力。”孙建军说。

参与“618”大促多年的经营户陈莹也深

有感触:“线上订单在为我们巩固优势的同时,也在不断推动线下服务的升级。”最近,她正忙着布置全新的“商城有礼”展厅。她说:“这里集中展示了品牌好物、市场好货及定制礼品,能给客户更直观的体验和更强的信任感。”

多年来,陈莹在线上线下同步深耕全品类产品,深刻感知消费者的需求正逐渐向场景化、情绪化延伸。当情绪价值成为消费决策的关键变量,陈莹敏锐地察觉到,线上购物难以全面满足消费者日益增长的定制化需求。而全新的“商城有礼”展厅,将被打造成选品中心,让“流量”转化为长久的“留量”。

做精产品 做优服务

多措并举赋能电商企业

此次“618”大促期间,市场发展委、义乌邮政局等部门提前谋划,全力护航全市电商企业在全域数字贸易浪潮中抢占新机遇。

近年来,我市深入实施“直播+平台+跨境电商+海外仓”融合发展模式,积极引导企业拓展新业态。此次大促期间,该模式持续发力,推动实现“档口接单、云端履约、全球配送”的高效协同。为帮助企业精准对接全球市场,市场发展委密切对接各大头部电商平台,常态化举办招商推介、沙龙等对接活动。

近日,拉美地区头部电商平台美客多义乌招运中心揭牌运营,为义乌企业开拓拉美“新蓝海”提供“家门口”服务。目前,全市已累计落地第三方平台功能性机构16个,构建起功能完备的平台服务体系,为“618”多渠道拓客提供坚实支撑。

在数智赋能方面,我市深入开展“智能230”培训计划。今年以来,已累计举办各类电商专题培训近200场,涵盖AI应用、平台运营、数字营销等全维度内容。近期,淘工厂AI模型“淘工厂星火”在义乌首发,进一步丰富了AI工具矩阵。在“618”大促期间,

市场发展委鼓励广大商户积极运用AI大模型进行爆款预测、多语种营销视频生成及数字人直播,将前沿科技转化为订单增量。

海量订单的背后,离不开一张安全平稳的寄递保障网。义乌邮政局提前谋划、主动出击,通过强化标准引领、深化隐患排查、完善应急机制及统筹资源调配等多项举措,全方位筑牢行业安全防线。

为从源头上提升行业安全水平,义乌邮政局近期紧扣收寄、分拣、运输、投递等寄递全流程关键环节,开展系统解读与培

训,有效提升了广大从业人员的隐患辨识与处置能力。面对大促期间可能出现的各类突发状况,义乌邮政局着力推动行业常态化开展实战化应急演练,全面提升全行业的应急处置水平,确保在面临突发状况时能够迅速响应、妥善应对。

此外,为保障海量包裹顺畅流转,义乌邮政局督促寄递企业提前部署,多措并举做好运力、人员、设备、物资等各项保障。通过全方位提升寄递服务效能,义乌邮政局正以“安全+服务”的双轮驱动,全力护航“618”大促期间寄递服务平稳、安全、有序开展。

超1200万单、增长18.9%、超36亿元 义乌综保区“618”大促交出硬核成绩单

全媒体记者 吴峰宇 陈聪 陈秋池

今年“618”大促即将落下帷幕,义乌综保区再次交出亮眼答卷。数据显示,5月15日至6月18日18点,义乌综保区累计跨境电商小包出区超1200万单,增长18.9%;跨境电商保税进口(1210)销售额超36亿元。

面对“618”大促节奏变化,义乌综保区内跨境电商企业采用全新数字化仓储管理系统,保障备货按下需求“智能”调控。重点企业备货周期较去年再提前,仓储库容利用率峰值再提高,通过优化货架布局、增设临时拣货通道、加派临时用工,全链路效率提升显著。

以区内的园艺供应链为例,其依托OMS系统整合全渠道预售数据及历史大促销售曲线,精准预判各平台、各商家的爆款需求,提前完成母婴、日化、美妆等热销品类的入区贴标和质检,并为头部品牌预留20%的机动库存以应对瞬时爆单。大促期间,该企业仓库日均拣货效率提升至平日1.6倍,峰值时段发货量增幅超50%,真正实现单量涨、效率不降。

据了解,义乌综保区企业普遍采用全渠道中台策略。园艺供应链打通了天猫国际、抖音跨境、拼多多等主流平台订单入口,通过智能分流引擎,将订单按库存位置、物流时效、平台优先级自动分配至WMS系统,并联动精细化库位管

理,拣货路径缩短,仓内履约时效实现进一步压缩。

从品类结构看,今年“618”大促整体呈平稳态势,母婴、日化、美妆依然稳居前三。值得关注的是,园艺供应链得益于去年与抖音跨境中心仓的深度合作,今年“618”大促单量较去年同期增长50%,印证了平台生态合作对增量获取的乘数效应。义乌云健供应链新增的“3C掌机”全新爆品,今年“618”大促以来带动进口额同比猛增80%,彰显了新品类红利对销售爆发的拉动效应;义乌凯仓供应链“618”大促期间单量同比增长130%,新增MG母婴、二宝糖果两大品牌仓,凸显了品牌矩阵对单量激增的驱动作用。

“保税+直播”已成为综保区增长新引擎。今年“618”大促期间,保税区内累计开展保税仓实景直播超60场,主播深入仓库作业区,实时展示商品存储条件、拣货流水线、打包贴单全流程。真实、透明、无剪辑的“开箱验货”式带货,显著提升用户信任度,直播期间平均转化率较普通直播间高出2.3倍。

美妆、保健品、美瞳三大品类在保税直播中表现尤为抢眼,部分品牌单场直播销售额突破百万元,整体直播渠道贡献的销售额占全区总销售额的18%。保税直播不仅带动了即时销售,更帮助品牌沉淀了复购人群,成为义乌综保区差异化竞争的核心抓手。

此外,为应对“618”大促期间业务量激增,义乌综保区管委会、义乌海关及商城集团

综保区公司联合组建“综保红帆志愿服务队”,提前制定三级应急预案。依托“无感卡口”智慧监管措施,实现跨境商品“即到、即验、即放、即走”。大促最高峰日,区内日均快递运输车辆达540车次,较平日增长17%,卡口平均通行时间仅需15秒,物流链路全程高效畅通。

“618”大促的顺利收官,既是义乌综保区运营能力的集中体现,也是新业态、新模式培育壮大的有利实践。义乌综保区将依托新一轮义乌国际贸易综合改革,持续优化通关便利化水平,迭代企业精准服务体系,同时推动保税直播向常态化、品牌化方向发展,努力打造全球跨境电商高质量发展的示范高地,为国际国内双循环注入更强劲动力。