

携80多万家线下门店迈向繁荣

美团闪购发布“11·11”收官战报,参与商家数量、商品数量和销售额均再创新高



美团骑手在线下门店取货。美团供图

11月14日,美团闪购发布“双11”收官战报。战报显示,“双11”当天,共计超80万线下实体店参与活动,参与活动商品数量同比增长123%,无论是参与商家数量、活动商品数量还是销售额,都再创新高。

即时零售呈现全品类繁荣,消费者衣、食、住、行、娱需求全方位满足,销售额创历史新高,尤其是数码家电、美妆个护、宠物食品、百货服饰、母婴玩具五大核心品类。

全方位增长背后,源于供给的增加,服务的升级。今年10月24日至11月11日,美团闪购联合超80万家线下门店,打造了一场“专属于线下实体店的双11”。得益于即时零售深度融合线上线下的优势,本次“双11”实现了线上反哺线下,助力实体商家线上线下共同增长。记者 张海军

声音

持续完善各类工具 让营销更有效力

美团闪购营销相关负责人:我们将持续发挥即时零售线上线下深度融合的业态优势,打造更精细化的促销工具、营销IP,以满足实体商家日常促销需求,线上线下共增长。“6·18”“双11”等大促一年就两次,但不同品类的实体商家,在不同季节、不同节点,均有更精细化的促销计划,我们将持续完善神价日、超级品牌日、直播等工具,让营销更有效力。

“双11”当天 五大类商品销售情况

衣

户外鞋服同比增长
1742%,童装童鞋增长
202%,羽绒服增长106%

食

电火锅增长436%,白酒增长255%

住

宠物洗护增长106%,五金用品增长136%

行

滑雪运动相关商品增长281%,骑行用品增长191%,宠物出行增长102%

娱

电子教育增长547%,游戏设备增长834%,电脑整机增长367%,玩具乐器增长159%

线上反哺线下 带动实体门店销售增长

“今年‘双11’,无论是参与商家数量、活动商品数量,还是销售额,都再创新高。”美团闪购“双11”活动相关负责人介绍,高速增长背后,既得益于即时零售能够线下长期运营和线上短期爆发相结合,也因为即时零售能够带给商家增量。

“今年‘双11’,跟以往最大的不同在于,以往‘双11’,线下都非常被动,而今年,通过和美团闪购合作,我

们能够以开放的心态去拥抱‘双11’。”联想某地消费业务总经理刘华雷表示,得益于今年2月联想与美团闪购正式达成合作,今年“双11”期间,双方通过在这一地区线下打造主题门店,线上举办“超级品牌日”,带来了“双11”销售高峰,“线上销售火热,也带动了线下增长。今年‘双11’活动开始,河南门店线下销售数据不仅没有下降,还在大幅度增长。”

依托即时零售 门店从时空两方面拓展

即时零售让实体店服务消费者范围更广、时间更长。通常,线下实体店服务3公里范围左右的消费者,且晚上10点后停业,但依托即时零售,能让实体店从空间、时间两方面拓展经营效率。今年“双11”期间,美团闪购上数码家电、美妆个护等专

店商家,开通“全城送”数量同比去年增长73.5%。

“今年‘双11’,我们参与了‘24h夜间会场’活动扶持,这对于仓店销售是非常友好的。”TTBeauty品牌创始人童利娟表示,今年“双11”期间,其夜间订单量比去年增长295%。

线上线下打通 助力实体门店服务升级

线上线下服务融合、线上线下会员打通、助力新品首发……今年“双11”期间,即时零售在服务上也不断助力线下门店。

今年“双11”前夕,宠物健康护理与商品零售品牌“宠物家”入驻美团闪购。“宠物家”发挥其宠物护理服务领域的供给优势,在美团闪购推

出服务体验相关优惠活动,为用户提供不同宠物品种的优惠洗澡、美容护理等服务商品。消费者在购买宠物商品的同时,也能享受相关服务,这也反过来带动相关商品销售。例如,今年“双11”期间,美团闪购的宠物洗护商品交易额比去年增长106%。

极致消费体验 线下权益线上也能享受

即时零售也能让消费者线下权益在线上购物时享受。例如,无印良品MUJI线下会员系统与美团闪购实现了打通,消费者在美团闪购购买时也能享受线下会员权益。今年“双11”日服饰品类日”期间,无印良品MUJI的会员订单量环比前一周增长100%。

依托即时零售“本地供给+本地需求+即时配送”的特征,还能让消费者体验到更“极致”的服务。今年“双11”期间,vivo旗下iQOO 12系列新品发布,11月11日当天即在美团闪购首发,现货销售比其他渠道提前3天,更好的新品手机更快送达,让消费者快人一步享受新机的快乐。