

首推“新品首发季” 助力打响“首发上海”品牌

拼多多投入45亿补贴加码“五五购物节”

“今年拼多多将投入共计45亿元消费补贴,助力五五购物节促消费活动。上海地区用户进入专区即可领取各类补贴券。”4月27日,在商务部、中央广播电视总台、上海市人民政府共同举办的2024国际消费季暨第五届上海“五五购物节”启动仪式上,拼多多联合创始人范洁真揭晓了为这场年度消费节庆准备的用户回馈“大礼包”。

“五五购物节”是上海增强消费市场回升势头、打造国际消费城市的标志性活动。作为上海本土成长的新电商平台,拼多多已连续五年积极参与,投入力度逐年递增。

为助力“五五购物节”出圈,让“沪里沪外”的消费者都能享受品质消费,今年拼多多不仅设立活动专区、联合中央广播电视总台(以下简称“总台”)开展专场直播,还推出平台首个“新品首发季”活动,携手家电、美妆、运动、文具、食品等类目知名品牌,着力打造首发经济的平台特色。

“‘五五购物节’不仅是上海的,也是全国的。”范洁真表示,“我们希望立足上海、辐射全国,让全国消费者都能参与到这场美好的消费盛宴当中。”

“五五”专场直播带货迎开门红 “繁花之城”最爱花

“今晚直播间的商品都打折头(打折),欢迎大家来买多事(买东西)。”

当晚,在第五届上海“五五购物节”启动仪式外场,总台携手拼多多落地了一场主题为“拼在上海 乐享生活”的百亿补贴专场带货直播,总台央视主持人周运和郭若天巧用沪语,号召直播间网友购买下单。

从农产品起家的拼多多,开创了以拼为特色的农产品零售新模式,通过简化生鲜流通环节,让消费者以实惠的价格购买到新鲜、优质的农特产品。鉴于此,整场直播中,农特产品颇受用户喜爱,“网红水果”蓝莓就是其中代表。

拼多多数据显示,今年以来,平台蓝莓销量大幅增长,同比增幅达到300%。其中,上海市民对蓝莓展示出了极大消费热情,订单量较2023年同期翻了四倍。这种热情延续到了直播中,没等主持人推荐,蓝莓就已经售出几百盒。

“佳沃蓝莓不仅香甜多汁,还含有多种花青素,能够守护眼睛健康。”郭若天话落,网友纷纷下单,订单成交持续上涨。

“云南的玫瑰颜色多样,不仅香气宜人,还能装饰房间、愉悦自己。这款鲜花是坐飞机来的,从昆明种植基地直发,空运直达相隔2000多公里的海。”直播持续到半程,周运重点推介了云南鲜花,结果大受欢迎。



▲拼多多联合创始人范洁真(中)出席第五届上海“五五购物节”启动仪式。



▲拼多多“五五购物节”活动页面已上线,用户进入专区即可领取消费补贴。



▲部分登上百亿补贴专场带货直播的产品。

据店铺商家杨攀透露,今年以来,店铺订单明显上升,日销峰值可以达到3000单。热播剧《繁花》取景地上海,一直以来都是店铺销量最高的城市,沪上“花痴”对玫瑰的偏爱特别明显,香槟、洛神、艾莎都是热销申城的玫瑰品种。

除了上海对口支援的云南特色农产品大获青睐,在三小时的直播中,平台重磅补贴的国际大牌、“沪牌”老字号、潮流新品牌等品质好物也吸引了广泛关注。一些品牌甚至在“五五购物节”预热阶段就迎来了线上消费的“开门红”。

比如,家喻户晓的品牌伊利就吃到了首波红利。4月25日,伊利冷饮与拼多多联合打造的“甄稀超级品牌日”活动迎来爆发,通过站内站外联动、多渠道引流造势,店铺单日销售额较日常增长了10倍以上,首次突破百万元大关。

伊利液奶则准备在“五五”期间聚焦当下潮流消费趋势,推出如优酸乳线条小狗、畅意草莓熊、伊利纯牛奶迪士尼公主装、QQ星味可滋唐老鸭等系列IP联名新品,希望通过IP自带属性与粉丝黏性搭建起与消费者沟通的桥梁,给拼多多用户带来更高的情绪价值。

为了让消费者更经济地实现消费升级,拼多多今年创纪录地投入共计45亿元消费补

贴。近三年来,拼多多已累计为“五五购物节”投入消费补贴逾120亿元。

与此同时,平台还在“五五购物节”活动专区搭建了“上海制造一起拼”、“上海好农货”、“丝路优品”、“对口帮扶好货购”、“绿色健康消费”等主题楼层,旨在推动更多海内外优质产品对接中国消费市场,提升优质供给的丰富性。

线上集中“上新” 情绪价值成新卖点

“五五购物节”走到第五年,逐渐成为国内外品牌开展新品首发、首秀、首展的首选档期。

早在2018年5月,上海就提出全力打造“全球新品首发地”的城市定位。进入2024年,上海首发经济的规模和质量更是远超往年。为了助力打响“首发上海”品牌,拼多多首次在“五五购物节”期间推出“新品首发季”活动,覆盖家电、美妆、运动、文具、食品等类目。

小米作为全球领先的智能手机品牌之一,与拼多多一起参与到“五五购物节”活动中。小米中国区电商部总经理于澎表示,“这不仅有助于上海促消费,提升品牌影响力,还能让消费者更好地享受科技的乐趣。”

在4月27日晚的百亿补贴专场带货直播中,小米挑选了4款爆款产品,涵盖可穿戴、智能家居品类,包括“人”和“家”两大场景。

于澎表示,“‘五五’期间,小米还将在拼多多平台同步首发包括双出风柜机空调、超大尺寸电视、超薄嵌入式多门法式冰箱等在内的科技好物,非常期待让更多人看到焕然一新的小米大家电品类。”

全球闻名的文具制造商之一、上海本土企业晨光文具,一直与拼多多保持着密切合作。在当晚的百亿补贴专场带货直播中,晨光上架了两款产品:一款是能代表其在书写工具上优势和实力的刷题七支笔组合套装,另一款是经典畅销的晨光多功能复印纸。

“‘五五购物节’为提振消费信心起到了积极作用,也为企业提供了品牌展示和产品推广的良好契机。”晨光线上业务总经理江巍表示,晨光非常荣幸能与拼多多一起在线上为广大消费者提供优质产品和服务。

“公司今年计划上线十几款新品,包括孔庙祈福系列考试套装、金榜题名系列考试套

装等,这些产品不仅在功能上满足消费需求,同时还向考生们提供更多情绪价值,为莘莘学子送上美好的祝福。”江巍表示。

有着93年历史的经典上海美妆品牌百雀羚,近年来持续发力线上。去年,百雀羚在拼多多保持持续增长,产品覆盖全国更多区域。

今年的“五五购物节”,百雀羚非常重视。其为拼多多平台消费者专门定制研发的“多效紧致”护肤抗老系列产品已于4月上线,未来两个月还将陆续推出主打舒缓、补水、保湿的“舒缓沁润”系列产品,为平台消费者持续让利,力求亮眼的消费表现。

此外,未来两个月内,心相印、匹克、特步、361°、醇色等品牌还将在拼多多平台集中开展新品首发活动。据项目负责人介绍,平台不仅要为消费者提供品质好物,还要让大家从购买中获得价值感和幸福感,“我们将针对首发新品倾斜百亿补贴等扶持资源,增加对优质商品的曝光,打造新颖、多元、健康的消费体验。”

共享增长红利 助力“沪字号”走出上海

作为全国首个大规模综合性消费节庆活动,“五五购物节”已是加强海内外品牌宣传推介的重要窗口。拼多多作为连接消费者与生产制造源头的桥梁,在联动线上线下、“沪里沪外”消费方面发挥着重要力量。

山林食品是上海老牌熟食品品牌,迄今已有75年历史,在上海本地拥有较高的影响力。但山林食品一直以线下业务为主,且80%-90%的业务都集中在上海地区。直到去年下半年,山林食品开始布局线上,借助拼多多平台“出沪”。随着上海进入“五五时间”,线上线下预热活动开启,近一周,拼多多山林大红食品旗舰店销售额实现了翻倍增长。

在当晚的百亿补贴专场带货直播中,山林食品上线了一款线下同款大红肠,人气很高。山林食品电商总经理蒋诗源表示,“我们希望通过参加‘五五购物节’,让新上海人、更多年轻人都能知道并了解我们的商品,让更多人尝试山林大红的产品,促进销售,带动品牌发展。”

国货美妆新势力橘朵也肯定了“五五购物节”对品牌展示和促进销售起到的积极作用,橘朵品牌负责人表示,“‘五五’的系列活动,不仅提升了品牌曝光度,让更多消费者认识和了解我们的产品,还通过促销活动实现了销售额的大幅提升。”据了解,橘朵去年抓住“五五商机”,销售额获得了同比上年83%的强劲增长。

上海老牌化工日用品生产商立白,今年首次参与平台的“五五购物节”活动,准备了粉、精、皂、液、珠、助洗六大品类充足的货品系列宽度,以及爆品立白大师香氛系列专供规格、专供香型、立白内衣洗专供香型等产品助力提升货品高度,还提前备货入仓、沟通联系物流,确保库存充足、发货及时迅速,为广大消费者提供优质服务。

“每届五五消费季活动内容不断创新与丰富,不仅持续吸引上海消费者的目光,辐射周边区域关注,更有助于引领消费潮流,助力消费升级,促进区域增长,对我们品牌声誉、份额增长带来了良性的作用。”在立白电商总经理殷毅看来,上海“五五购物节”已不止是一场城市级购物盛宴,更是上海打造国际消费中心城市、推动消费升级、引领新零售趋势的战略举措。

今年,引领高质量消费的“五五购物节”于4月底启动,直至6月底结束,贯穿劳动节、儿童节、端午节等多个节日。高质量消费也是拼多多今年的重点工作之一。此前,拼多多集团联席CEO赵佳臻表示,“2024年是消费促进年,我们将继续从服务消费者需求出发,丰富商品种类和服务形态,改善质价比,优化购物体验,加强用户活跃度,为认真做生意的优质商家提供更多被消费者看见和认可的机会,巩固平台生态的正向循环。”

(文/李瑞 摄影/孟云归)



▲在“拼在上海 乐享生活”百亿补贴专场带货直播上,总台央视主持人周运和郭若天向网友推荐商品。