

看看今年618购物篮,大家爱买啥

后疫情时代,消毒小家电、大屏电视、投影机,还有方便菜火了

本报记者 鲁佳 祝瑶

“一款智能可杀菌可烘干的刀筷架,是妈妈群里的爆款了。”杭城网友甜甜说,提倡公筷改变了很多家庭的生活习惯,“一双筷子”催热了后疫情时代的新需求。

从消毒小家电到大屏电视、方便菜,钱江晚报记者了解到,作为上半年最重要的购物节,这场特殊的全民618大战,出现了一些新变化。

从内衣消毒袋到刀筷消毒架 消毒小家电的春天来了

打开电商平台,输入“消毒”、“家电”这两个关键词,简直像打开了一个新世界。

从内衣消毒袋、刀筷消毒架、砧板消毒机,再到牙刷消毒机、除菌净水器、便携空气消毒机等,面对大大小小的各类消毒设备,网友调侃,“只有你想不到,没有品牌做不到。”

这次618,家住城南的二胎妈妈肖女士,对消毒类小家电有了前所未有的关注。“这次疫情,改变了我们的健康意识。”

肖女士说:“这一次,全家就把买买买的重点,放在了内衣消毒机、空气消毒机这些健康小家电上。”肖女士在网上相

中了一款内衣消毒机,原价399元,券后优惠价为269元,相当于打了6.7折。

钱江晚报记者了解到,今年天猫618,健康、消毒类电器需求强劲。开场25分钟,理发器、消毒机、自动洗手液销量均超去年开场一小时的销量,按摩枪销量超去年全天销量的15倍,除菌冰箱、洗衣机的成交也暴增。

同样的,京东618开场刚10分钟,600G通量净水器和空气消毒机同比增长8倍;净化除菌类空调成交额同比增长5倍;除菌冰箱、洗衣机成交额同比增长10倍;母婴洗衣机成交额同比增长20倍。

55英寸电视不到2000元 大屏正在争抢你家客厅

疫情催生的宅假期,让客厅经济的价值被重估,而作为客厅中心的电视,也在疫情倒逼之下,催生了新的变化。

5月底,“3C发烧友”小山追看了荣耀发布会,“想看看有没有什么新款可以买。”当晚亮相的荣耀61英寸版本价格为3299元,55英寸版本为2299元。“像55英寸版本,还有618补贴,价格可以杀到两千以内。”小山坦言,“有点心动”。

从手机屏到客厅大屏,90后网友lulu忙着追优酷真人秀《看我的生活》,“视觉体验完全不一样了。”lulu说,更重要的是,现在的大屏电视除了观影追剧这样的基本需求,还可以完成利用电视满足上网课、K歌、AI健身、玩大屏游戏等场景需求。

6月1日凌晨零点,京东电视品类销

售迎来高峰,开场5分钟,均价1万以上的高端大屏OLED电视成交额同比增长超过6倍。前1小时的电视成交额中,超过70%都是55英寸以上大屏产品。

6月1日零时至12点,苏宁易购70英寸及以上大屏电视销量同比增长360%,PPTV智能电视50VU4成功跻身同尺寸段销量第一名。

记者也了解到,大屏继续火爆,很大程度上得益于品牌不断打响“亲民牌”,618期间,康佳75英寸平板电视售价直降1000元,价格为2999元。

除了大屏电视机,看起来更有电影感的投影机也被越来越多的家庭所喜爱。据天猫数据,截至6月3日,投影机的成交额同比增长79%。

在线生鲜越来越火 厨房新手爱上方便菜

最近周末,杭城白领小李发现,朋友圈里晒网红餐馆的少了,取而代之的是自己动手烧的菜。疫情宅家的日子,原本十指不沾锅的小李,下厨房的日子也变多了。小李笑称:“尝过了自己的手艺,更确信了自己真有这天赋。”

像小李这样的人不占少数,宅家做菜的热度一直延续到618,上网抢购性价比高的生鲜,也成了今年的一大亮点。

江苏的六月黄大闸蟹、山东的生蚝海参、浙江的梭子蟹、福建的小管大黄鱼……618期间,天猫将推出“水产大市场”,海鲜河鲜便宜卖,折扣低至3折起。记者打听到,登陆这场水产大集的海鲜河鲜,将扩大至上百个品种。

6月1日零点,京东618上线1小时,生鲜产品成交额同比增长超8倍,小

龙虾4分钟卖出30万只,牛排10分钟卖出70万片,鸡蛋成交额同比增长超11倍。

宅家生活也让很多人对智能家居,提出了更高的品质要求。据天猫618数据显示,6月1日零点刚过1分钟,三明治机销量超过去年全天销量;3分钟,冰淇淋机、面包机销量超过去年全天销量;10分钟内,空气炸锅销量超过去年全天销量。

值得一提的是,在后疫情时代,都市生活节奏逐渐恢复,方便菜越来越火。据京东数据,截至6月1日16点,方便菜成交额同比增长289%,聪厨梅菜扣肉、新雅大厨蚝油牛肉、清炒虾仁纷纷跻身成交额前列,佛跳墙、东坡肘子、三椒水煮鱼和羊蝎子火锅同样位列方便菜成交额TOP榜单。

618开售第一天

超37000个国货品牌 交出亮眼成绩单

新国货期中成绩单

天猫618开门红第一天,超37000个中国品牌成交额同比增长至少100%,超5万个品牌成交额

猛生长榜

姓名	年龄	成绩	评语
光明	109岁	A	首次成交额突破1亿元
东来顺	117岁	A	首次成交额突破1亿元
胡庆余堂	146岁	A	首次成交额突破1亿元
东白	800多岁	A	首次成交额突破1亿元
湖州名酒	447岁	A	首次成交额突破1亿元
青岛啤酒	117岁	A	首次成交额突破1亿元
石雪村	247岁	A	首次成交额突破1亿元

小年轻榜

姓名	年龄	成绩	评语
美的	52岁	A	首次成交额破亿
海尔	36岁	A	首次成交额破亿
格力	29岁	A	首次成交额破亿
联想	35岁	A	首次成交额破亿
康佳	34岁	A	首次成交额破亿
爱普生	28岁	A	首次成交额破亿
冠州酒	44岁	A	首次成交额破亿
中国移动	29岁	A	首次成交额破亿
中国电信	32岁	A	首次成交额破亿

本报讯 天猫618开售首日,超37000个中国品牌成交额同比增长至少100%。美的、华为、海尔、格力、小米、荣耀等品牌成交额短时间内突破1亿元。还有很多成立不到5年的新品牌与国际大牌同台竞技。

6月1日,2018年成立的美妆新品牌COLORKEY在天猫开卖1分钟成交额就超过去年全天,一天下来,业绩比去年天猫618增长了足足18倍;先锋时装发布平台LABEL-HOOD蕾虎1分钟成交额超越去年618首日全天;女性内衣品牌Ubras 9分钟成交额超越去年全天;开售第一小时,精品咖啡品牌三顿半业绩同比去年劲增3倍多;主营“高颜值”半成品拉面的拉面说、健康食品品牌王饱饱均实现1小时业绩,超越去年全天……

同样,很多老字号品牌也青春焕发。6月1日,茅台、剑南春、泸州老窖、稻香村、敦煌、梅林等中华老字号成交额同比去年均增长了1倍以上,光明、东来顺等更是同比增长超3倍。

记者了解到,阿里巴巴已经连续三年升级针对中国品牌的扶持举措。就在4月22日,阿里巴巴发布“新国货计划2020”,帮助中国品牌商家迎难而上,加速产品创新和品牌建设。作为疫情进入常态化防控阶段以来的最大规模促销季,天猫618正是扩大自主品牌消费、加速自主品牌增长的契机。

本报记者 祝瑶