

天猫全天交易额 1682 亿元再创纪录,京东商城累计下单金额超过 1271 亿元,苏宁易购全渠道销售迎来 163%的增长

双 11 我国电商交易额再创新高



某电商企业员工集体激战双11

截至 11 日 24 时,受到网友追捧的双 11 网购节落幕,天猫商城 11 日全天成交额再次刷新纪录达到 1682 亿元,京东商城累计下单金额超过 1271 亿元,苏宁易购全渠道销售迎来 163%的增长。双 11 我国电商交易额再创新高。

全球 225 个国家和地区狂欢双 11

中国双 11 的方案点亮了全球经济共振,这是人类史无前例的商业大协同完成的奇迹。

截至 11 日 24 点,全球共有 225 个国家和地区的剁手党加入 2017 天猫双 11 全球狂欢节。消费者、商家、品牌商、金融机构、服务商与中国双 11 完成了“共振”交互。

据悉,全球消费者通过支付宝完成的支付总笔数达到 14.8 亿笔,比去年增长 41%。相当于在双 11 这一天,平均每个中国人在支付宝上完成超过 1 笔支付。全物流订单 8.12 亿。双 11 当天,全球共有 167 个商家成交过 1 亿,17 个商家过 5 亿,6 个商家过 10 亿。

天猫 13 个小时打破去年全天交易额

11 日 13 时 09 分 49 秒,天猫双 11 成交额突破 1207 亿元,打破去年成交纪录,而此刻距离今年双 11 结束还有将近 11 个小时,新纪录的更新远未结束。

虽然全国都在买买买,但是按照全国区域经济划分,目前消费区域排行榜前五名为广东、浙江、苏州、上海、北京。

菜鸟网络数据显示,截至昨日上午 8 点 8 分 8 秒,天猫双 11 当天产生的第 500 万单跨境电商进口商品报关数据已经顺利通过海关。去年,第 500 万单单证数据报关用了 57 个小时。截至昨日下午 4 点,上海成为包裹签收量排名第一的城市。前十名城市分别是:上海、成都、广州、北京、杭州、武汉、重庆、深圳、西安和苏州。发货量排名前十的城市则主要在中东部地区,分别是:广州、金华、上海、杭

州、深圳、苏州、泉州、温州、北京和南京。

京东下单最多商品为手机

京东数据显示,剁手最多的是女性用户,女性用户占比比平日有明显提升;参与大促的消费者以 80 后为主力,但 70 后增长最为明显,有小孩家庭占比增高,可见 70 后 80 后用户对于大促更为敏感,更愿意在此期间为家庭囤货。

从 11 月 1 日至 12 日的“京东全球好物节”高潮迭起,11 日上午 7 点 46 分,京东全球好物节累计下单金额突破 1000 亿元,展现出强劲的增长势头。京东平台累计下单金额 TOP5 品类分别为手机、平板电视、空调、笔记本电脑、洗衣机,累计售出商品件数 TOP5 品类分别为纸品湿巾、饼干蛋糕、衣物清洁、手机、休闲零食。累计下单金额 TOP5 省市分别是广东、北京、江苏、上海和四川。湖南购买力最强的城市 TOP5 分别为:长沙市、衡阳市、湘潭市、株洲市、邵阳市。

京东相关负责人介绍,湖南用户对餐饮设施讲究一机多用,电磁炉、豆浆机、多用途锅在湖南用户购买清单上的位置普遍高于其他省份,此外,湖南用户对生活电器中的干衣机的需求也很高。

海量数据库助力支付速度

今年的双 11 刚开始,就表现出不同于往年的强劲态势,除了成交额越来越多,完成的时间越来越快之外,25.6 万笔/秒的支付峰值刷新全球纪录,同时诞生的还有数据库处理峰值,4200 万次/秒。

据记者了解,开场后的第 7 分 23 秒,支付宝的支付笔数突破 1 亿笔,这相当于 2012 年双 11 全天的支付总笔数。另外,2017 年 11 月 11 日零点 40 分 12 秒,天猫双 11 全球狂欢节成交额超 500 亿元。而去年成交额破 500 亿元则花费了 2 小时 30 分。

从网友反馈来看,今年双 11 的

前 10 分钟支付较为顺畅,没有网络拥堵和卡壳现象。

蚂蚁金服首席技术架构师、副总裁胡喜介绍,支付宝之所以在今年首次公布“数据库处理峰值”,是因为今年双 11,支付宝首次把包括账务库在内的所有核心数据链,全部搬到了蚂蚁金服自主研发的数据库 OceanBase 上。

据悉,OceanBase 是一个海量数据库,用户在使用支付宝时产生的所有数据以及对数据的处理都存放在 OceanBase 上,所以它又被称为“超级会计师”。如果说,今年的天猫双 11 是商家比拼新零售的年度“奥运会”,那么对支付宝来说,这也是检验 OceanBase 处理能力的“阅兵场”。

“国货”受追捧 快消“亿元户”多

在这场消费狂欢中,商家迎来大丰收。今年天猫双 11 前一小时,有 82 个品牌销售过亿,“亿元俱乐部”再度扩容。

值得一提的是,在这其中中国品牌达 38 个,“国货”比去年占比有所提升,包括海澜之家、太平鸟、茅台、三只松鼠、清风、维达等。

在这背后,离不开电商平台、品牌商等,共同完成的对品牌体系、营销渠道、供应网络和产业格局的全面重构。

例如与天猫战略合作的海澜之家,今年双 11 海澜之家旗下 2000 家门店实现了线上线下融合,此外还参与了天猫双 11 全球潮流盛典走秀及天猫双 11 晚会,一系列创新成功俘获线上海量年轻用户,由此迎来线上线下全面大爆发。

快消行业“亿元俱乐部”更是国货云集。此前披露的凯度报告提到,双 11 作为中国消费者一年之中最为重要的购物节点之一,在快消品领域,消费者在线上购买时,更愿意为消费升级趋势的单品买单,购买的单价也比线下更高。

物流处理包裹效率提升

在这又一次超越往年的网购热潮之下,根据近日据国家邮政局的预计,双 11 期间,11 月 11 日至 16 日的业务总量可能要超过 15 亿件,同比增长 35%

以上。菜鸟的数据也显示,11 日 18 时 49 分,物流订单量突破 6.57 亿,超越 2016 年双 11 全天。不过一些物流业内人士,却流露出可提升消费者体验的信心。

11 日晚,菜鸟网络公关总监牛智敬接受记者采访时就表示,今年有了智慧物流对仓储、配送等环节效率的改善,以及全行业快递员数量由去年的 200 多万上升至 300 多万,相信能进一步提高寄送包裹的速度。

果不其然,双 11 才过去 9 个半小时,菜鸟就宣布包裹发货已经超过 1 亿;京东则于 11 时 15 分,全国仓库发货量超过去年 11 月 11 日全天。

海淘首单: 33 分钟买家签收

2017 天猫双 11 开场仅 33 分钟,宁波市民茹女士便收到了今年天猫双 11 的进口第一单。

“太快了!”收到包裹时,茹女士还在捧着手机继续逛淘宝。

随着海淘的普及和消费升级,进口电商已成为中产阶级的重要消费方式,也是今年双 11 的一大看点。菜鸟网络进口物流负责人赵剑表示,今年有更多来自全球的优质商家使用了菜鸟的保税服务,大数据预测也做到了“单未下,货先行”,在全国各地,国人最喜欢的海外商品提前放置在了保税仓。

此外,菜鸟在马德里、法兰克福、悉尼、奥克兰、中国香港、大连、首尔、洛杉矶等地开设了 10 大 GFC (全球订单履行中心),更多长尾商品将乘机从这些全球的消费中心出发,在三天内送达消费者手中。

分析

成交额为何继续大涨?

为何双 11 网购能量如此惊人?天猫方面认为,天猫双 11 的再次爆发完全在情理之中。在天猫新零售迅速落地、全球化全面推进的背景下,今年的天猫双 11 悄然间发生了巨大变化。

此次天猫双 11,全球超 14 万品牌投入 1500 万好货,海内外超 100 万商家线上线下打通,52 大核心商圈、近 10 万智慧门店、超 50 万家零售小店等共同参与,带来真正立体的、全方位的新零售体验。与此同时,今年天猫双 11 更加全球化,Lazada 在东南亚的注册用户已经达到 6 亿,速卖通的海外用户超过 1 亿,世界各地越来越多的线下实体店投入到天猫双 11 的盛大狂欢之中。

今年双 11 的新动向

1、新零售加入。前文提及的新零售,也是今年双 11 的一大特色,并代表着未来趋势。

新零售为去年年底马云所提出。他说,线上线下和物流结合在一起,才会产生新零售。今年的双 11,随处可见新零售元素。

2、一店卖全球。今年,天猫将此次网购节成为“全球狂欢节”,京东则定位为“全球好物节”,都体现“全球”元素。此前天猫宣布,今年有百万天猫及淘宝商家将借力天猫双 11 全面出海,其中包括了 100 大中国品牌,它们将带着最优质的商品前往 200 多个国家和地区,实现“一店卖全球”。

今年,明显有更多海外消费者加入中国网购大军,不仅有海外华人,还有外国人士。

综合新华网消息