

世界杯遇上天猫 618,6000 万只小龙虾 130 万瓶啤酒连接线上线下

## 吃小龙虾 看新零售之城生活指数

6月可能是全年生活最幸福的月份了,天猫 618、世界杯、小龙虾季……新零售平台上的大数据,折射出这个盛夏的火热与激情。伴随着开战的世界杯赛事,小龙虾、啤酒和男士面膜的销量也开始了幸福地井喷,有趣的指数背后讲述的是不同地域人们多元化的、热气腾腾的生活方式。



截至 6 月 12 日,百威啤酒世界杯定制罐在天猫卖出 100 万听。



## 6 天卖出超过 6000 万只小龙虾

近日,天猫发布天猫 618 小龙虾新零售指数,618 开始仅 6 天,天猫、盒马、口碑、饿了么就卖出超过 6000 万只小龙虾。基于天猫新零售线上及线下的小龙虾消费数据,天猫分析评估了 30 个中国城市新零售的繁荣程度。

为什么是小龙虾?因为没有哪一样网红零食比它还红,在天猫 618 和世界杯两股火力加持下,小龙虾消费更是热度爆表。

近年来,新零售带来的渠道打通整合、供应链效率提升强力助推小龙虾突破产地和时令限制,成为风靡全国的休闲食品。小龙虾也能反过来折射出各地新零售的繁荣程度。

作为消费升级的主要引擎和零售业转型的引领者,天猫新零售包含天猫、盒马鲜生、饿了么、口碑、大润发等多种业态,其中的数据可以综合反映全国范围内线上线下的小龙虾消费。

世界杯期间,最理想的生活是边看球边吃小龙虾,无论在办公室、酒吧还是“宅”,白天还是半夜,鲜的要活蹦乱跳,熟的要飞速送达。总而言之,最幸福的小龙虾城市既要有便捷的消费体验、丰富的消费选择,也要有适宜的生活节奏和多元开放的消费文化。

## 百威啤酒粉丝增长超三年总和

世界杯带火啤酒经济,早在今年 5 月中旬啤酒销售已经进入旺季,在天猫上掀起了一股世界杯囤啤酒热潮。数据显示,仅 5 月 17 日 1 天有 5 万人买走了 130 万瓶啤酒。

为了让球迷充分享受看世界杯的乐趣,天猫也早已经做好了充足的准备,备货 10 万吨啤酒,是上届世界杯备货量的 10 倍。

6 月至今,天猫酒水啤酒同比增长超过 130%,其中百威世界杯定制罐、青岛喜力等国家罐售出 200 万听,其中科罗娜、福佳、奥丁格、瓦伦丁、1664 等进口啤酒表现亮眼,同比增长迅猛,其中国际大牌占比超过 60%。

截至 6 月 12 日,百威啤酒世界杯定制罐在天猫卖出 100 万听,粉丝数

得益于新零售基础设施发达程度,上海是天猫一小时覆盖城市,共有 16 家盒马,饿了么可以连通全市数万家餐饮门店和便利商超,使得消费者可以随时随地享受小龙虾。武汉、长沙、南京等吃虾重镇在线上线下总销量方面表现不俗,非省会、非直辖市的“黑马”宁波最终跑进了总分前十名,虽然在总销量上不占优势,但由于毗邻天猫新零售策源地杭州,宁波新零售基础设施一应俱全,更加轻松的生活节奏也是加分项。

家乡城市能上榜,多亏了那些吃虾猛、做虾多、凌晨三点还叫外卖的市民。在天猫 618 小龙虾新零售指数中,鲜活小龙虾自行烹饪的比重、工作日与节假日消费波动、夜生活丰富程度、口味多元程度等新消费文化是重头戏。以慢生活闻名的成都人最爱自己下厨,一半以上的消费是鲜活小龙虾。北、深、广、上四个外来人口集中的超级城市也聚集了来自全国各地最多的乡愁,口味也最为多元,大众的“麻辣派”“十三香派”和小众的“咖喱派”“泡菜派”和平共处。这表明,在销量增长之外,新零售还促进了各地饮食风俗融会交流,帮助城市形成崭新的消费文化。

大涨 50 万,百威啤酒粉丝数超过三年总和,成为天猫酒水啤酒销量 TOP1 品牌。国产啤酒中青岛啤酒销量同比增长 500%,是销量 TOP2 的啤酒品牌。

不少消费者是一次性买 5 箱-10 箱以上。啤酒搜索量月同比增长近 100%。25-34 岁的 90 后、80 后是消费主力军,一二线城市占比超过 50%,三四线增长最快,消费者更信任钻石级的店铺和旗舰店。

今年天猫 618,针对啤酒方面玩法多样,正在开启线上线下全民互动的世界杯新体验。5 月底,线上推出世界杯相关的闯关问答至超级打擂台,线下则是在杭州联合亲橙里,铺设了 8 台不同国家队贩卖机,做世界杯花样答题挑战,解锁抽取俄罗斯世界杯 4 天 3 夜之旅机会。

“熬夜神器”  
熬夜霜男士面膜卖火了

世界杯是美好的,但时差是残酷的。随着四年一遇赛事的开场,通宵看球可能导致的皮肤暗沉、痘痘、皮肤粗糙,也分分钟让上班族叫苦不迭。

除了海量的小龙虾和啤酒这对儿黄金搭档外,为了让球迷们更尽兴看球,赛后精神焕发,天猫 618 更是推出了世界杯四大“熬夜”系列组合,包含了卖到要脱销的男用面膜、熬夜霜大热等商品,分分钟成为新一代办公室白领的“续命神器”。

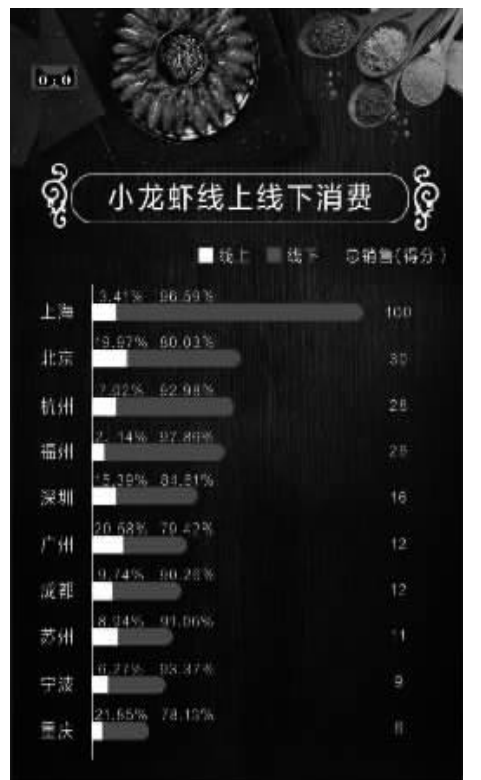
来自天猫 618 的数据显示,平均每天卖出近 50 万片的男用面膜,或将成为中场休息时间球迷的“主要补给”。

最受欢迎的欧莱雅男士面膜,截至目前已售出超过 8.7 万片。一边看世界杯一边敷面膜,能帮助肌肤补充熬夜缺失的水分。

娇兰大火的熬夜霜,是一枚世界杯后急救神器,也是各大免税店断货王,自 6 月 1 日限量上线 1200 支后,仅一天半就告售罄,目前品牌仍在紧急补货中。

熬夜看球,最怕的是头发油,懒人想要第二天一大早优雅清爽地出现在办公室,当仁不让的油头急救品非施华蔻免洗喷雾莫属。内含大米淀粉成分,质地柔滑不含酒精,一喷一揉,只需要 1 分钟就让你的秀发清爽回归。这款免洗喷雾在天猫 618 上线仅一周已售出超过 30000 件。

不同于女性,男士的衰老是呈坡度的,但长期熬夜黑眼圈和眼袋的问题层出不穷,



作为世界杯熬夜修护的首选,LAB SERIES 眼部紧致精华霜专为熬夜而研发,引发球迷们纷纷在天猫 618 疯狂抢购囤货,品牌近一周的访问量增长近 13%,销量增长超过 183%。

本版撰文 北京晨报记者 刘映花