

# “6·18”大促火线战报 电商累计销售额超7000亿

证券时报记者 曹晨

被誉为“史上最简单的6·18”电商年中大促逐渐落下帷幕,各大电商平台战报也相继发布。

整体来看,今年“6·18”期间,各大电商平台不仅延续了低价策略,在促销形式上还化繁为简,告别预售制,同时延长了促销周期,以更好地争夺市场份额,这也预示着行业竞争愈发激烈。

此外,“6·18”期间,直播带货形式呈现出更为多元的特点,同时直播电商整体保持了较好的增长态势。此外,线下实体店也纷纷通过即时零售平台深度参与“6·18”电商大促,零售行业线上线下融合发展的趋势更加明显。

星图数据监测显示,2024年“6·18”期间,综合各平台累计销售额为7428亿元(去除渠道重复值)。分渠道来看,综合电商平台销售额达5717亿元;直播电商销售额达2068亿元;即时零售渠道销售额249亿元。

## GMV持续被淡化

尽管商品交易总额(GMV)这一指标被各大平台持续淡化,但作为“6·18”电商大促的主角,京东、天猫等头部平台相继发布“6·18”数据,仍能反映出行业的一些新变化。

京东官方数据显示,截至6月18日23时59分,共有超5亿用户在京东“6·18”下单。销售表现方面,2024年京东“6·18”成交额、订单量齐创新高。此次京东“6·18”中,累计成交额超过10亿元的品牌有83个,超15万个中小商家销售增长超50%。同时,京东小魔方新品成交用户数同比增长超70%,订单量同比增长超130%。

天猫数据也显示了较好的增长势头,这也折射出头部平台仍具影响力。6月19日,天猫发布的数据显示,截至6月18日24时,365个品牌在天猫“6·18”期间成交破亿,超36000个品牌成交翻倍。88VIP新增会员人数同比增长65%,会员规模创历史新高。365个破亿品牌中,苹果、美的、海尔、小米、茅台等品牌稳居天猫“6·18”10亿俱乐部。

值得一提的是,今年的“6·18”电商节各大平台化繁为简,取消预售,并且加码低价策略特征明显。以京东方面为例,此前的6月15日,京东宣布将在“6·18”期间追加超100亿元的投入,“补贴用户,同时推出“超级惊喜红包”,红包额度高达3800元,这也带动了订单的显著增长。

数据显示,大促期间,京东百亿补贴频道的在线商品数同比增长超100%,百亿补贴用户数、订单量同比增长均超150%。“9.9包邮”频道全周期在线商品数超百万,用户数、订单量同比增长均超百倍。此外,京东“9.9包邮”频道首次带来2元包邮日,销售数量同比增长数百倍。

“与往年相比,今年‘6·18’电商大促,消费者整体消费热情似乎有所下降。面对这种情况,电商平台为了争夺有限的市场份额,延续低价策略,加码促销力度,竞争变得更加激烈。同时,今年‘6·18’大促周期变长,化繁为简只是面对消费者端的促销核算方式,对于品牌和平台而言,工作量比往年都大,且今年价保周期同步拉长,物



流压力也被分散了。因此,为了赢得消费者,预售存在的意义已经不在。”星图数据副总裁王颖在接受证券时报记者采访时表示。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青也表示,消费者对大促活动热情逐渐降低,电商平台开始意识到简单的销售数据增长已经不再是衡量活动成功的唯一标准,这一转变使得电商平台需要更加关注用户的购物体验 and 实际需求。因此,取消预售机制、简化促销规则等,都是为了减少用户的购物障碍,提高购物的便捷性和满意度。

## 传统电商加码直播

今年“6·18”大促,直播电商整体表现依然突出,成为市场的一大亮点。同时,传统老牌电商纷纷争相加码直播,尤其京东加码数字人直播带货引发各方关注。

星图数据监测显示,今年“6·18”期间,直播电商累积销售额达2068亿元,抖音仍排名直播电商平台榜首;去年“6·18”期间,直播电商累计销售额为1844亿元。

行业处于稳步增长背景下,头部直播平台数据表现不俗。淘宝直播破亿直播间数同比增长53%,其中产生了34个破亿的达人直播间,47个破亿店铺直播间。在食品生鲜行业,直播成为新的增长点。截至6月17日,天猫食品生鲜行业直播销售额增速高达261%。

“尽管整体市场增长乏力,直播电商的增长较为突出,但未达市场预期。”王颖告诉证券时报记者,今年以来,品牌商从传统电商平台转移至直播渠道,以及一些过去在综合电商平台受限的白牌产品和农副产品,推动了直播电商的增长。不过,这也带来一些问题,如直播店铺管理不规范。在此背景下,抖音和快手封号店铺数量增加,这表明直播电商需要进一步规范店铺管理,以确保市场的健康发展。

今年“6·18”,传统老牌电商京东也在持续加码直播电商,推出百大总裁与总裁AI数字人直播提升了带货热度。

数据显示,京东“6·18”期间直播

订单量同比增长超200%。其中,数百位品牌总裁空降京东直播间,相关直播间销售增长明显。同时,超过18家品牌的创始人、CEO通过京东云言犀化身AI数字人在京东直播间开播;京东云言犀数字人在超5000个品牌直播间开播,数字人直播累计时长超40万小时,累计观看人次超1亿,互动频次超500万次。

“AI和数字人技术在电商领域的应用已成为趋势,尤其在‘6·18’等大促期间,京东等平台已将其作为营销策略重点。这些技术应用有助于降低人力成本和运营开支,预计将成为行业发展的方向。”在王颖看来,随着技术的进步和成本效益的提高,AI和数字人技术将成为重要的营销工具。平台将通过开放权限或提供技术支持,将这些技术应用推广至更多店铺直播间,从而提高用户参与度和转化率。

“AI技术是一定会在直播带货中普及,从长期看,生成式AI将成为内容产业绝对的基础。”知名经济学者盘和林也对记者表示,直播带货当前用户增长已经趋缓,行业已经趋于成熟,未来直播带货的用户流量将是存量竞争状态,未来直播带货的从业者将通过降本增效来提升竞争力,而生成式AI是从从业者增强竞争力的重要技术手段。

## 即时零售深度参与

今年的“6·18”电商节,即时零售平台深度参与,提供全品类商品的同时,配送时效也明显提升,线上线下加速融合成为另一特点。

“6·18”前夕,京东宣布,即时零售业务京东秒送完成全面升级,并提出最快9分钟送达的购物体验,也被业内视为京东加码整合的一大动作。京东秒送目前已覆盖全国2300余个县区市,合作门店超50万家,覆盖全品类商品。

最新数据显示,今年京东“6·18”,订单平均配送时效同比提升19%。晚8点后的夜间订单量同比提升56%。通过京东秒送下单的3C配件订单量同比增长177%,运动户外用品同比增长166%,办公用品同比增长219%。

科技零售平台美团也在“6·18”大促中持续加码投入。近期,美团开启

“6·18”年终盛典,推出大牌5折起、至高优惠2200元等系列折扣,包括美团外卖、小象超市以及美团买药等即时配送业务主体均参与促销。此前的6月7日,美团闪购与苏宁易购宣布,上线“空调最快2小时即送即装”服务,首批将落地98家门店。

美团此前数据显示,今年,全国各地众多数码家电、美妆个护、日用百货、服饰鞋包、宠物用品、母婴玩具等行业的线下门店通过即时零售参与“6·18”活动。6月8日至6月10日,平台上数码家电类商户的日均交易额同比增长135%,日用百货和服饰类商户的日均交易额同比增长95%,宠物用品类商户的日均交易额同比增长85%。

业内人士认为,即时零售模式为商家拓展业务规模、提升运营效能提供了助力。它还激发了实体店在服务能力、履约确定性等方面的优势。展望未来,实体商家将利用即时零售等数字化工具,持续削减成本、提高效率,其在“6·18”期间的良好经营表现,也将延伸到日常生活。

实际上,即时零售行业发展前景广阔成为共识。《2023即时零售发展趋势白皮书》显示,即时零售是线上线下市场新蓝海。预计2023到2030年,即时零售市场规模年均复合增长25%,到2030年有望增至3.6万亿元,相当于同期社会消费品零售总额6%。

不少平台相关订单迎来显著增长,以美团为例,6月6日,该公司发布一季报显示,美团核心本地商业业务实现营收546亿元,同比增长27%。其中一季度平台即时配送订单数同比增长28%至54.6亿笔;美团闪购保持高速增长势头,一季度日均订单量达840万,年活跃用户数和交易频次均同比实现强劲增长。

“即时零售在今年的‘6·18’活动中深度参与,其业绩增长主要得益于在二线及新一线城市的门店和配送网络的大规模扩张,这也是零售行业正常发展的缩影。全年而言,即时零售等新零售预计将保持稳定增长。整体来看,即时零售的增长被视为行业稳健发展的基础,它作为实体零售的补充,为消费者提供了更多选择和便利。”王颖对证券时报记者表示。

据了解,长发集团是亚泰集团控股股东及实际控制人长春市国资委履行出资人职责的国有独资公司,长发集团直接持有亚泰集团3.38%股份。

亚泰集团在此次公告中表示,出售东北证券股份,更有利于公司优化资产负债结构,补充流动资金,降低财务费用,提升盈利能力。

而据亚泰集团最新风险提示性公告,上述股权转让交易尚未落地。目前公司仍在就上述重大资产出售事项同各相关方持续沟通协商,并积极推进尽职调查等相关工作。

## 华辰装备实控人转让5%股份 广州私募2.4亿元接盘

证券时报记者 严翠

6月20日晚,华辰装备(300809)公告,公司控股股东、实际控制人赵泽明于6月19日与山岳嵩山奥义2号私募证券投资基金(简称“山岳嵩山”)签署股份转让协议,赵泽明拟以协议转让方式向山岳嵩山转让其持有的公司无限售流通股1260.88万股,占公司总股本的5%。

公告显示,本次协议转让价格为19元/股,股份转让总价款共计约2.4亿元,截至公告日,上述股份尚未办理过户登记。截至6月20日收盘,华辰装备股价为19.74元/股,本次转让价格较当前该公司市价存在小幅折价。

工商信息显示,山岳嵩山为一家广州私募基金管理公司,今年4月刚成立。山岳嵩山表示,本次投资是基于对华辰装备未来发展前景以及当前投资价值的充分认可,本次权益变动的目的是投资需要。

华辰装备是精密磨削装备研发、制造和服务为一体的综合解决方案服务商,主要产品是高端数控机床设备,2019年12月登陆创业板,注册地和办公地均位于江苏苏州。

华辰装备表示,本次协议转让旨在引入认可公司内在价值和看好公

司未来发展的长期合作伙伴,协同优势资源,推动上市公司战略发展。本次协议转让不会导致上市公司控制权发生变更,亦不会导致上市公司控股股东、实际控制人发生变化,不会对公司的治理结构及持续生产经营产生重大不利影响。本次交易不会对人员、资产、财务、业务、机构等方面的独立性产生影响。

赵泽明、刘翔雄、曹宇中是华辰装备实际控制人、一致行动人。截至公告披露日,赵泽明及其一致行动人持有华辰装备股份1.47亿股,占公司总股本比例58.46%。本次协议转让过户完成后,赵泽明及其一致行动人持有该公司股份约1.35亿股,占公司总股本比例53.46%。

经营业绩层面,去年开始,华辰装备业绩开始呈现快速增长之势。2023年,华辰装备营收4.8亿元,同比增长42.48%;净利润1.18亿元,同比增长149.41%。2024年第一季度,该公司实现营收约1.25亿元,同比增长21.29%;净利润同比增长81.14%,至2714万元。

近期,华辰装备在接受机构投资者调研时表示,目前公司生产经营情况良好,未来公司将持续聚焦主业发展,做好经营管理各项工作,力争实现业绩稳步增长。

## 欢瑞世纪与金影科技深度合作 将共同投资出品头部IP项目

证券时报记者 吴志

近日,A股上市公司欢瑞世纪(000892)与金影科技签署深度合作协议。双方宣布,将针对一些头部IP项目共同投资、联合出品,结合各自优势合力运营头部IP,实现IP价值最大化。

欢瑞世纪是国内头部影视制作企业,多年来打造了多部爆款影视作品,包括《盗墓笔记》《大唐荣耀》《琉璃》《沉香如屑》《南风知我意》《莲花楼》等。金影科技由前盛大文学CEO侯小强创办,是业内知名的IP运营公司,成立8年间,孵化运营IP超百部,包括电影《少年的你》《快把我哥带走》(嫌疑人X的献身),电视剧、网剧《清平乐》《鹤唳华亭》《天才基本法》《脱轨》等。

据悉,此次合作,双方将致力于共同打造高质量的IP产业链,在包括项目前期的编剧、导演选拔以及项目后期的IP衍生品开发、投资出品等各个环节展开深度合作。双方还宣布,将合作开发知名女频小说《穿进赛博游戏后干掉BOSS成功上位》原著作者按柏的新作《天命在我》,期望通过此次合作,打造国内首部多季非后宫向大女主升级流玄幻争霸传奇剧集,为观众带来全新的视听体验。

金影科技与欢瑞世纪的合作从《莲花楼》开始。欢瑞世纪在2023年年报中提到,《莲花楼》于2023年7月23日在爱奇艺播出,并于8月6日在央视八套播出。该剧播出期间,40次获得爱奇艺的热度日冠,爱奇艺热度破万;在央视八套的最高收视率为1.0068%,豆瓣评分8.5分,成为口碑与热度兼具的新式武侠剧。《莲花楼》的众多品类衍生品与IP内容紧密结合,获得了良好的销量,并在剧集播出后具有明显的长尾效应,充分体现了优质内容的价值。

据悉,在《莲花楼》系列的开发过程中,金影科技在上游提供内容,欢瑞世纪创作、制作团队将其改编为精品影视剧,视频平台则作为桥梁,做横向的艺人、内容宣传整合,为IP的全方位开发提供强有力的支持。

而自《莲花楼》以来,金影科技与欢瑞世纪已经合作了包括《谪仙》

在内的4个头部项目。未来,金影科技将匹配市场当下的爆款策略,为欢瑞世纪提供更垂直、更适配的内容需求,同时双方在主创选拔以及项目后期的IP衍生品开发、投资出品等各个环节展开深度合作,进一步提升双方在影视领域的影响力,为中国影视市场寻找一条可持续发展的路径。

“如果说以往欢瑞世纪更多的专注于剧集开发,接下来,我们更想做的是与国内专业度顶级的内容公司如金影科技,一起携手进行IP的深度打造和运营,建立一个完整的IP生态系统。”欢瑞世纪(东阳)影视传媒有限公司董事长赵会强表示。

赵会强强调,欢瑞世纪始终高度重视IP的效能,并将其视为推动公司发展的重要动力。对故事的尊重,对创作者的尊重,是欢瑞世纪最重要的标签。《莲花楼》的成功运营,无疑为欢瑞世纪和金影科技树立了一个卓越的IP运营典范。

金影科技董事长侯小强表示:“欢瑞世纪具备高素质、专业化的制作团队,也具备长线开发IP的魄力和实力。而金影科技正走向文学影视化IP的快车道,只有打破边界,强强联合,撬动IP产业链上下游,才能迎接下一个新内容时代。”

欢瑞世纪IP中心总经理张辉也向外界透露,除了此前爆火的《青云志》《古剑奇谭》《琉璃》《盗墓笔记》以外,近两年,欢瑞世纪又购买了著名作家王安忆的《天香》、九月流火的《谪仙》,《琉璃》原著作者十四郎的作品《千香引》和《佳偶天成》等IP的影视改编权。据了解,上述项目都在创制之中,部分作品正在筹拍。

当前,影视行业正处于关键调整和重塑期,头部精品内容的竞争日趋“白热化”。张辉认为,行业参与者应该树立新的IP观念,立足本土,同时具备全球视野和创新理念;要有短期价值,但更应该布局长远,有长期主义的恒心和决心;可以单点突破,开发成爆款剧集、电影或动画,同时又要具备多维开发的价值。

“欢瑞世纪将尽力打造具有全球视野和中国内涵的优质作品,在为人打造经典IP的同时,致力于中国IP走出去。”赵会强说。

## 股价跌破1元 亚泰集团提示退市风险

证券时报记者 韩忠楠

6月20日晚间,亚泰集团(600881)公告,公司股票6月20日收盘价为0.99元/股,首次低于1元。如公司出现“连续20个交易日的每日股票收盘价均低于人民币1元”的情形,公司股票将因触及交易类强制退市情形被上交所终止上市。

今年以来,亚泰集团股价持续下行,年内累计跌幅49.23%。

公开信息显示,亚泰集团是一家集建材、地产、医药和金融投资、电子商务、商业运营于一体的集团公司。

目前,公司建材领域主要聚焦在水泥熟料细分市场;在医药产业,则主要生产现代中药、中药饮片、化药、生物制品、医疗器械和保健食品等。

近年来,在投资增速放缓和房地产行业低迷背景下,亚泰集团的建材业务和地产业务均受到显著冲击。

亚泰集团2023年年度报告显示,公司报告期内实现营业收入92.52亿元,同比下滑28.65%;净利润亏损39.47亿元。据悉,为保证现金流稳定,亚泰集团通过预售水泥熟料和房地产促销去库存的方式加快现金回笼,导致主营业务营收、利润下滑。

此外,在报告期内,亚泰集团计提资产减值准备17.72亿元,其中应收款项信用减值损失1.76亿元,建材及房地产存货跌价准备4.69亿元,天津土地整理项目其他流动资产减值准备5.30亿元,商誉减值准备5.97亿元。今年一季度,亚泰集团营业收入10亿元,同比下滑37.79%;净利润亏损5.16亿元。

今年3月,亚泰集团公告,公司拟出售持有的东北证券29.81%的股份,其中拟将持有的东北证券20.81%股份出售给长发集团,其余9%股份出售给长春市金控。



e公司  
egeta.com

上市公司资讯第一平台