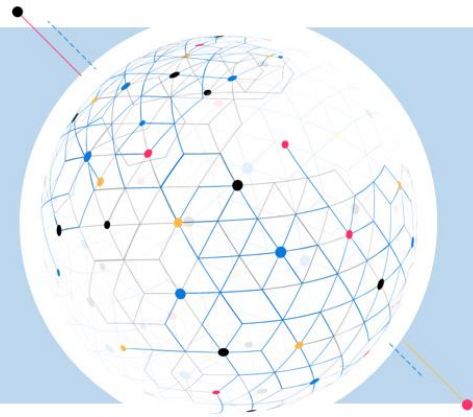


后疫情时代的中国电商

亞洲分銷和零售
2020年3月



馮氏集團利豐研究中心

此次新冠疫情可以称得上是中国电商业的一个特别的转折点。在实体因疫情呈现下滑趋势之时，电商则异军突起，成为风头正盛的行业之一。

那么疫情之后，中国的电商领域会发生怎样的变化呢？

01 疫情之时，电商对品牌和零售商支持

平台费用减免，品牌扶持计划，提供低息贷款

阿里巴巴集团

- **天猫**：免去所有天猫商家 2020 年上半年的平台服务年费，注册在湖北的天猫商家可获得 3 个月免费店铺代运营服务
- **菜鸟**：对 2020 年 3 月 31 日前新入仓商家减免 2 个月仓租
- **口碑**：豁免 2 月底之前商户的商品佣金，对武汉商户豁免至 3 月底
- **天猫国际**：对某些商户免除 6 个月的平台服务费；减免仓库租金；免费试用店铺设置工具
- **淘宝直播**：全国所有线下商户均零门槛免费入驻

京东

为中小型企业进入京东开通快速通道，最快六小时

拼多多

拨出 10 亿元专项补贴，对于为消费者、为疫情严重地区提供物资保障支持的商家给予补贴，每笔订单将补贴 2-3 元

美团

- 3.5 亿专项扶持资金支持商户恢复经营。
- 武汉地区餐饮商户减免外卖佣金 1 个月。
- 武汉地区到店业务减免佣金 1 个月，免费延长商户年费 2 个月。
- 对湖北地区餐饮商户赠送收银系统 10000 套

直播扶持计划

京东



京东直播宣布正式推出针对商家和机构“全面降扣、流量护航、专项补贴、0 服务费”和针对主播“现金补贴和公域流量扶持”的“4+2”政策。

其中，全面降扣面向全品类 POP（第三方）商家，即直播带来的销售额，平台扣点最低降至 1%，商家开播即可降扣。

而新开播商家可享受到“流量护航”、“0 服务费”双重优待，即最低 30 天固定流量扶持，并可无门槛进入新店开播专区，获得流量曝光。

最后一公里物流扶持

美团



美团买菜的数据显示，受疫情影响，“线上买菜”成为了用户主要的购物方式，以北京地区为例，日销量最高可达平时的 2-3 倍。需求迅速扩大，可是配送骑手较为紧张，运力不足的矛盾充分显现了出来。

美团围绕美团买菜服务站点配备无人配送车，向距离较远的社区进行配送，公开测试道路上行驶速度约为 20 公里/小时。自动驾驶技术离不开高带宽、低延时的网络支持，美团与中国联通北京分公司进行合作，通过优化落地区域 5G 网络，保障无人配送车顺利落地。

02 直播成为营销利器

淘宝

淘宝直播开播场次在疫情期间取得了大幅增长。2月初，淘宝直播平台直播量同比增长 110%。



2月20日晚上，阿迪达斯在淘宝直播上召开了历史上首场“云发布会”，将三叶草年度重磅新品 Superstar50 周年纪念款通过直播发布，跟传统的线下发布会比，这堪称史上“进场”人数最多的一场“发布会”，有超过 223 万人次参加，10 小时销售额就达到 2 亿元。

03 社交电商盛行

小程序成为新宠

万达集团宣布正式推出线上营销计划“安心优选，宅家易购”。据悉，该计划将依托万达广场小程序平台，扶植全国近 6 万家商铺转为线上经营。



据了解，目前万达小程序有 5000 万用户，此次计划将整合 2 万多个合作品牌、近 6 万家商铺、135.9 万商户员工。物流方面，万达广场将联合小程序游戏到家、京东物流，针对超市、餐饮类业态提供高效物流配送，帮助商户组织调配货品资源，确保特殊时期“无接触”小程序交易。

淘小铺

淘小铺是阿里巴巴于去年5月推出的一键开店创业平台。根据淘宝数据显示，截至2月前两个星期，每天新增的淘宝店数量达到3万多家。



04 本地配送平台爆发

连锁超市扩展配送服务

永辉



2月1-10日福州永辉到家O2O配送服务接单量同比增长150%。永辉推出“共享员工”计划，临时雇佣了超过200名员工负责线上订单。

另外，永辉超市到家服务在全国门店上线“无接触配送”，并在“永辉生活”APP上挂出了特殊时期配送说明，建议用户选择“无接触配送服务”，降低交叉感染风险。

京东到家



随着疫情期间居民对线上生鲜平台需求的大幅增加。京东到家正式启动“到家新鲜菜场”项目，保障每日 7-10 点京东到家平台生鲜类商品充分供应。

截止当下，华南钱大妈、合肥生鲜传奇等 16 家社区生鲜连锁及菜市场，将作为首批商家加入该项目；而沃尔玛、永辉、步步高、永旺、绿地优选、七鲜超市、世纪联华、卜蜂莲花等近 40 家连锁商超相继加入。

春节 1 月 24-30 日防疫期间，京东到家全平台销售额相比去年 同期增长 470%。

后疫情时期的中国电商五大趋势

1. 线上零售销售额占到总体零售销售总额的比例将会越来越高
2. 卖家和电商平台的合作将越发紧密
3. 数字化转型将加快
4. 社交电商，特别是直播带货的方式将成为主流
5. 本地配送规模将扩大，智能取货服务逐渐涌现

联系我们

亚洲分销与零售

Teresa Lam

副总裁

电邮: teresalam@fung1937.com

李晓怡

高级研究经理

电邮: christyli@fung1937.com



免责声明© 2020 冯氏集团利丰研究中心版权所有。

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。本出版物所提供的资料如有错漏而令您蒙受任何直接或间接之损失，本中心概不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。

如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。