

616 购物节三年，快手电商从品质购物走向体验性价比



6月17日，快手电商发布《2022 快手616消费趋势报告》(以下简称报告)。数据显示，截止6月14日，在今年快手616实在购物节期间，信任购业务合计覆盖订单超4亿，超52万主播在大促期间为消费者提供至少一项信任购服务，超7400万消费者受到信任购保护。

回顾快手616购物节这三年，从“品质购物”到构建信任电商，再到提升体验性价比，616购物节在成长，快手新市井商业之路也越发宽广。

01

2020年6月，快手推出首个年中大促“快手616品质购物节”。从“品质购物节”的定位就知道，2020年的快手电商，品牌是重点，主打的是“正品”低价。

作为由快手主导发起的首个直播电商平台年中购物节，616品质购物节在“双百”计划的推动下，快手电商开始在用户心中建立起“正品低价”的平台形象。

2021年，快手再度加码616购物节，并联合浙江卫视、江苏卫视聚焦“值得每一分信任”和“极致信任”为传播核心，打造了影响力巨大的《快手616真心夜》综艺晚会。超强的嘉宾阵容，精美绝伦的舞台效果，超强的话题热度，卫视+快手，大屏+小屏深度融合的创新传播形式，让《616真心夜》成了快手绝佳的传播平台。在《快手616真心夜》的推动下，快手信任电商成了继淘宝、京东、拼多多之外的又一全民购物平台。

2021年7月，快手电商提出了大搞“信任电商”、品牌、服务商的“三大搞”战略。快手提出“三大搞”的根本目的，是要构建快手电商的服务新生态。这个新生态将支撑快手实现电商从传统的，以平台中心的模式，向新型的以用户、商家为中心的模式转变。这种新模式，强调平民化、社交化的氛围，而且更注重带货主播与粉丝用户之间的信任感，从而实现

效率更高的“以人带货”。而构建电商服务新生态的关键，就在于通过建立主播与粉丝之间的极致信任，打造“信任电商”模式。

2022年5月，快手举办主题为“新市井电商，信任铸就增长新红利”的2022引力大会，会上，快手发布了全面升级的2022年商业化新战略。在业务战略层面，从原来的“三大搞”升级为“四大搞”，即大搞信任电商、大搞快品牌、大搞品牌、大搞服务商，其中“大搞快品牌”是新增的业务。在大会上，快手方面还引出了一个新的概念，那就是“体验-价格比”，这是将过去的“性价比”做出了重新定义和升级，将过去的“性价比”升级为“体验”，不仅要消费者买的好，还要买的放心、买的舒心、买的安心。

616三年，快手电商从品质购物走向体验性价比。

02

从品质购物走向体验性价比背后，新市井商业需要实在“好物”

可以看到，从第一届616品质购物节到今年的616购物节，带给用户“正品好货”是快手一直在努力的方向。

但这3年的发展，快手电商的“正品好货”思路也在变化，比如第一年重点强调品牌“正品低价”，第二年是“信任”、“品牌”、“服务商”一起抓，从多个维度构建平台好货体系。进入第三年，快手电商更在意的是“体验-价格比”，是“实在人、实在货、实在价”。所以我们看到，快手今年的商业化战略由2021年的“三大搞”升级为“四大搞”，大搞快品牌和大搞品牌成为快手电商并重的“好物”战略。

快手电商打造“正品好货”思路变化的背后，是快手对新市井商业用户需求的深刻洞察。

在过去，我们把家附近的店铺、市场、市集、商街等称之为市井，市井的交

易产生于实实在在的接触，传递的是实实在在的人情味和温度，在市井中我们可以买到琳琅满目的商品和服务，可以和卖家因为交流和接触建立信任关系。

但随着互联网的发展，实体商业逐步消逝，人与人的距离越来越远，人与货的关系只是数字上的关系，这种缺乏信任的经济关系实际上是不利于商业的发展。

在现实社会中，市井商业中维护人与人之间关系的是“货”，准确的说是“好货”。因为唯有一家商场，一家便利店，一个餐馆的好商铺，好服务，好美食，才能让双方在情感上建立一种特殊的情感共鸣，那就是“信任”，并最终成为有温度的邻里关系。

所以我们看到，为了让快手老铁之间的“信任”更加稳固，快手从2020年便开始了信任体系的建设。时至今日，快手电商已完成了基础治理、消费者权益和体验升级三个方面的信任体系建设工作。

基础治理方面，据《2021 快手电商信任建设年度报告》，2021年，快手拦截疑似假冒伪劣商品发布超过了6244万次，封禁违规主播、商家21万人次，直播带货举报率同比2020年下降8.96%，拦截约50万次历史违规用户开新店申请，平均每天有45万老铁在直播间参与平台电商治理；消费者权益方面，快手于2021年初推出了“小店信任卡”，给予信誉良好的消费者七天无理由退货、退货补运费、退款不退货等权益。2021年11月，快手电商信任生态体系服务品牌“信任购”发布，并对所包含权益和适用范围不断进行升级，2021年“信任购”覆盖50亿订单；体验升级方面，比如最新发布“四大搞”战略，目的就是

为了从多个维度全面提升消费者购物体验，提升消费者的“体验性价比”。

特别是今年快手的“大搞快品牌”战略，更是进一步强化了“品质好货”的供给，进一步满足了老铁对“实在好货”的需求。

03

快手新市井商业之路越发宽广

从2021年提出新市井商业到今年616，快手不仅明确了新市井商业发展路径，还提出了大搞信任电商、大搞快品牌、大搞品牌、大搞服务商的“四大搞”战略。

观察今年616购物节活动会发现，快手的“四大搞”战略推动下的新市井商业之路越发宽广。

信任电商方面，如上文所言，经过3年多的发展，快手信任体系已经逐步完善，

并成为保障老铁购物体验的重要体系。

大搞快品牌方面，自今年提出“大搞快品牌”战略以来，快手就从流量、钱、特权三大方面给予了支持。首先是流量方面，快手计划用超过230亿的流量扶持500个以上的标杆快品牌，其次是钱和特权方面，快手建立了专项资金计划，品牌的冷启动、营销、广告投放、金牌操盘手、专属标签等全方位都有政策和特权上的支持。根据快手电商发布的“快品牌百亿流量计划”，快手电商2022年计划扶持500个快品牌。当前，快手女装、美妆等“快品牌”已经形成一定规模。据亿邦动力数据，快手2022年616购物节前期(5.20-5.26)，品牌销售总榜Top5中“快品牌”占据3席，分别为美妆品牌黛莱皙、女装品牌CC STATIONS以及女装品牌千柏年。细分品类榜上，女装品类Top10中9席均为“快品牌”。另据果集·飞瓜数据快手版提供的数据，今年616期间，快手平台成长起来的品牌黛莱皙 DNLNIXR 销售额破5000万，排名总榜第四，面部护肤品类第三，彩妆品类第八。

品牌和商家方面，据快手电商(5月20日-6月18日)战报显示，活动前三日(5月20日-5月22日)，品牌商家GMV同比增长592%。其中，美妆行业于5月20日当天创2021年以来GMV峰值。另据快手电商6月17日发布的616数据显示，今年参加购物节的商家数量是去年116大促活动的8倍。不仅如此，快手电商还以优惠的价格和优质的服务赢得了广大用户的信任。数据显示，截止6月14日，在今年快手616实在购物节期间，信任购业务合计覆盖订单超4亿，超52万主播在大促期间为消费者提供至少一项信任购服务，超7400万消费者受到信任购保护。

服务商方面，经过一年多的发展，当前快手已对服务商形成了规范的激励管理举措，以快手快手电商服务商2022年度5月榜单为例，快手就将服务商分为新商家孵化榜、中小商家跃迁榜、品牌服务商榜、操盘手榜。为了让服务商和商家更好的做好店铺运营，快手电商先后发布了《快手电商直播运营白皮书》和“五盘方法论执行手册”等工具，以帮助服务商和商家快速成长。

除了以上几个方面，快手还和快递公司深度联动，并提供了多种工具帮助商家提升配送体验。

商业化第四年，快手新市井商业生态越发蓬勃，其商业之路也越发宽广。

爱心老人活动中心

Agape Health Management, Inc

www.agapehealthva.com

- 照顾日常生活需求
- 每天专车接送至日间活动中心
- 提供营养丰富的中式早餐、点心、午餐
- 设备完善、健康安全、活动内容丰富多彩
- 提供日间、居家双重护理
- 提供日常翻译、预约看病等服务
- 为身体功能障碍者提供康复物理治疗及专业护理
- 拥有爱心专属药房

联系电话：
571-409-3345 (海伦)
703-626-2859 (崔小姐)
703-354-2323 (传真)
703-354-6767 转 112
(办公室李小姐)

急聘 RN, PCA: 男女护工多名(有 PCA 证书优先)、全职/兼职护士(RN)

6349 Lincolnia Road, Alexandria, VA 22312

3850 Dulles South Ct, Chantilly, VA 20151

维州最完善的活动中心