

国庆消费大数据背后的消费新格局

刚刚过去不久的国庆、中秋8天长假，苏宁易购以50亿补贴、1亿件超低好货，助推场景零售全面爆发。同时，这也是国内大循环强劲脉搏的数据写照。

大数据显示，得益于社会消费强势复苏，提前启动的苏宁易购“双11”，迎来第一阶段的初战告捷。数据显示，“十一”期间，苏宁各类门店整体客流大幅度增长58%，由于家电、家装、手机等品类旺销，带动苏宁易购线上订单同比增长157%。国庆假期中，苏宁家乐福到店客流及成交额均创新高，其中线上到家订单同比增长170%，互联网+门店零售模式引爆国庆消费市场，不仅强力提升了国内经济的活力，还有望带来零售板块的新商机。

● 50亿补贴带火大件消费

苏宁易购已于9月28日提前启动了2020年“双11”，砸出50亿全品类补贴额度，投入1亿件超低热销爆款产品，出台价保延长至11月12日等政策，提前打响补贴战。

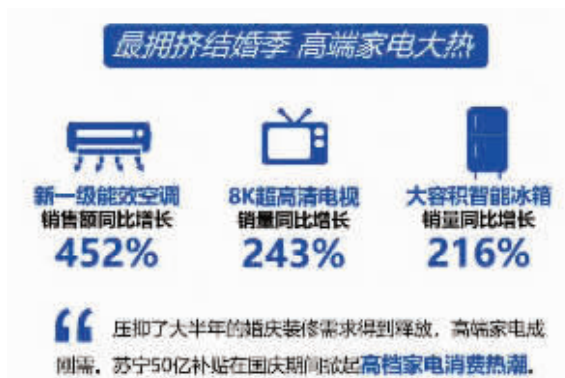
受补贴和婚庆季影响，国庆期间掀起高档家电消费热潮。

苏宁易购“十一”消费大数据显示，10月1日-7日，新能效空调新品上架突破千款，新一级能效空调销售额同比增长452%。8K超高清电视销量同比增长243%，70英寸及以上大屏销量同比增长96%，大容量高档智能冰箱销量同比增长216%，洗烘一体机销量同比增长225%。网红新品容声T型对开门冰箱成为消费者新宠。



● “宅经济”拉动直播消费暴涨23倍

与高速巨堵和景区“人从众”景象相对应的，是国庆期间“宅经济”同样火热。直播购物、平板刷刷、家乐福到家服务成宅家新宠。苏宁易购“十一”消费数据显示，“十一”期间，苏宁直播的订单量同比增长1854%，销售额增长2383%。黄金周期间，民以食为天再次成为颠扑不破的真理：破壁机同比增长250%，空气炸锅同比增长229%，电烤箱同比增长166%，半成品销量也迎来143%的高增长。



● 螃蟹就白酒成黄金搭档

10月1日-7日，苏宁易购大闸蟹和白酒销售量分别增长160%和183%。阳澄湖大闸蟹“蟹王”地位依然稳固。白酒销售上，贵州茅台、五粮液和洋河三足鼎立。

● 女性经济，美妆大卖

数据显示，10月1日-7日，苏宁易购大牌美妆销量同比增长120%。其中，贵妇级美妆品牌海蓝之谜销量同比增长115%，兰蔻销量同比增长303%，雅诗兰黛销量同比增长270%，SK II销量同比增长218%。

而在苏宁国际的进口产品销量Top 3品类中，美妆位列第一，母婴、进口保健与生鲜紧随其后。

