

母婴类可以入驻天猫新型店铺吗?爱店家告诉你入驻的要求是什么?

产品名称	母婴类可以入驻天猫新型店铺吗?爱店家告诉你入驻的要求是什么?
公司名称	四川爱店家企业服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	四川成都是武侯区川威大厦
联系电话	13281104392

产品详情

天猫商城做为互联网技术电子商务的第一服务平台，上年天猫商城母婴用品快速消费品的增长速度是全部制造行业的1.4倍，那样傲人的考试成绩吸引住了大量母婴用品品牌的眼光，2020年必然有大量的母婴用品店家天猫入驻，那2020年母婴用品类还能天猫入驻吗?天猫入驻又必须哪些标准和规定呢?爱店家下面为大家进行解答。

但受疫情冲击的母婴商家们，能把握住这个消费热点吗?疫情给线下经济带来的冲击不可估量，不少母婴商家深受业绩低迷困扰，大部分线下终端的商家日子过得很煎熬。

母婴线下端门店短板暴露 业绩严重下滑

数据显示，线下母婴销售端生意严重受损，同期相比业绩下滑30%—40%。造成这种情况的原因主要集中在两个方面：一是客源没了，尤其是疫情严重的前两个月，消费者不敢出门，导致一些非紧迫性的必需品的销售几乎处于停滞状态，而那段时间正好是为年后旺季做准备的囤货期，由于流动人口还未回归，货囤的不少，但是总的消费人口锐减，“有货难卖”。另一个是三四线渠道的门店，基本还是传统的坐商，等着客户上门，面对疫情冲击，没有更好的方式链接到消费者群体，对于互联网营销、电商运营缺乏专业度。

门店正常营业仍未见增长 母婴商家投靠电商释放销售压力

随着国内疫情数字持续向好，越来越多母婴门店开始正常开门营业，而余波何时才能消散仍未可知。除奶粉等刚需产品之外的其他用品目前仍处瓦解状态，而这对母婴门店来说，第一季度压力如何释放?不少母婴商家表示，现在正加速推进新零售到天猫入驻开店，希望能够弥补损失。从数据也能看出，母婴产品线下销售出现断崖式跳水，但线上渠道却在这期间出现爆发性增长。电商在母婴市场所占的份额也越来越大，母婴产品在线上的销量增幅已经远超市场、专卖店、百货商店等线下渠道。

天猫开启母婴新型店铺 加速中小品牌触网获增长

消费者对母婴产品的质量和安全要求会较其他产品更高，因此对购买的平台选择也格外谨慎，所以对商家而言，选择一个更容易获取消费者信任的平台，才能帮助商家快速打开线上市场。在天猫上，母婴行业正在成为继美妆之后快消品市场的黄金赛道，也是天猫接下来的重点扶持类目。对母婴品牌而言，天猫拥有新品牌成长的最佳土壤，能为新品牌带来全新的市场机会。天猫母婴也计划赋能100+新品牌，共同打造20个年销上亿的母婴品牌。而天猫已于近期推出母婴新型店铺，给了母婴商家一条天猫入驻的“捷径”，加速中小优质品牌的发展历程。

招商类目：童装/婴儿装/亲子装、童鞋/婴儿鞋/亲子鞋、婴童用品、孕妇装/孕产妇用品/营养、婴童尿裤。

爱店家解析，何为天猫母婴新型店铺?怎样入驻?

开店流程简洁：专属天猫入驻渠道，申请路径：扫描【天猫母婴新型店铺招商专项入驻】二维码，填写基本信息后提交。

经营低成本：店铺保证金5万，软件服务年费、软件服务费费率参照《天猫2020年度各类目年费软件服务费一览表》标准不变

经营周期灵活：10个月的存续时长

无缝衔接的店铺体系：清晰的成长路径，有升级天猫常规店铺的高效路径。入驻第1个自然月为免考期，第2到10个自然月为考核期，考核期内需满足要求。

资质要求：企业营业执照、商标注册证、在线签署《补充承诺函》、其他资质。

爱店家认为，这种快速招商模式，对正遭受冲击的母婴商家们而言，无疑是一个改变困境的机会。积极布局线上，是这场疫情带给线下终端商家们一个最强烈的意识，而天猫启动的新型店铺招商，是母婴商家走出低迷的一个转折点。机遇当前，商家有的应该是积极把握的心态和动作，爱店家也愿帮助更多母婴商家成功入驻天猫，走出阴霾，重获对未来发展的憧憬和期许。