

降价促销成过去式 加赠礼品成主流 “618”折射电商新风尚

对于热衷网购的消费者来说，618 给了他们 剁手 的机会 ;对于商家来说，618 是难得的大规模回笼资金的机会。

毋庸置疑 ,近年来，618 对消费者的吸引力逐渐下降。一方面 ,电商平台复杂的促销规则消耗了消费者的耐心 ,限制地区发货、延迟发货等问题拉低了消费者的体验感 ;另一方面 ,由于职能部门持续宣传引导 ,消费者观念更加理性、心态更加平和，囤货 意愿不再那么强烈。在这种形势下 ,各大电商平台和商家推出了更多新玩法 ,力图在激烈的竞争中脱颖而出。



电商工作室直播现场

直播带货成促销主力 618 促销分段推出

今天拍下珧琅锅送小锅 ,这是之前活动没有的 6月17日 ,记者来到位于金胜路上的一家电商工作室。一走进大门 ,便听到主播小李语速飞快地介绍促销内容。现场 ,一位工作人员紧盯屏幕 ,关注订单情况并和小李互动 : 下单成功的我都给你备注好了 直播现场的节奏拉得又快又稳 ,订单如雪片般飞来。

其实今年第一波 618 促销活

动早在6月1日至3日就已推出 ,3天内 ,我们收到的订单突破上万笔。该电商工作室负责人汪青盈说。早在几个月前 ,该工作室就开始备战 618 ,备货金额达上千万元。去年我们工作室的销售主要以代理商直播与社区团购的模式为主。今年 ,我们招了五六个主播 ,每天轮播 ,吸引了很多目标消费者 ,订单成交率同比增长50%。汪青盈说 ,最近五六年 ,

线上销售快速提升离不开直播带货的经营模式。

记者注意到 ,在已经成交的数万笔订单中 ,收货地址遍布全国各地 ,承接物流运输的公司也有很多家。物流公司的多样化可以解决部分地区发不了货的问题 ,让消费者有更好的消费体验。汪青盈说 ,许多消费者在直播间 一站式 配齐了各种厨房用品。

商家注重控价 用赠品吸引消费者

记者从我市多个电商工作室了解到 ,今年的 618 促销活动不再单纯靠降价 ,而是通过加赠礼品吸引消费者。

我们工作室的珧琅锅全年销售价格都很平稳 ,不会大起大落 ,只是在赠品力度上有所不同。汪青盈说 ,过去常见的基于价格优惠的明降暗升手段 ,现在基本上不存在了 ,因为价格差异过大 ,会使消费者心理落差大 ,影响消费者的心态 ,使消费者下单欲望降

低且复购率也大打折扣。对于商家来说 ,复购率是衡量促销活动效果的重要因素之一。

对主播来说 ,618 促销活动对他们影响不大。商家现在都注重控价 ,只不过 618 可以把促销效果拉满。电商主播蒲柔告诉记者 ,降价是最下策的促销手段 ,会扰乱市场秩序 ,同时也会降低主播的佣金。此外 ,一个产品一旦开始降价 ,就会陷入价格战的恶性循环 ,最终出现 劣币驱逐

良币 的现象。电商的后端支撑毕竟是实体供应链 ,如果电商平台上这款产品不再流通 ,也会极大冲击实体供应链。

订单量比上个月增长40%左右 ,加赠单品还是吸引了不少消费者。蒲柔说 ,再好的产品还是要依靠平稳的市场 ,促销同时最重要的是维护好整个市场。对于 618 大促 ,不管是商家还是消费者都已积累了足够的应对经验。

培育新消费热点 打造放心消费环境

一些消费者表示 ,如今几乎每个月都可以看到各种 人造购物节日 ,部分社区团购的折扣力度也很大。当打折成为常态之后 ,商家的促销活动就很难引起人们的消费欲望。

还有一些消费者表示 ,今年以来 ,我市发放了消费券。消费者使用消费券现场下单 ,不仅能享受到优惠 ,还不

必担心快递时效问题。

如今的 618 ,对于商家的挑战是越来越高。最初直接降价的优惠活动 ,让消费者直接产生囤货心态疯狂买买买的时代已经逐渐远去。消费者要求的服务水平以及消费体验与需求也在不断提高 ,单一促销活动或者传统电商线上模式吸引力逐渐低迷。

培育新的消费热点 ,不仅要鼓励企业利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动各类产品和服务升级 ,创造更多的有效供给 ,也需要优化消费基础设施 ,完善多元化的消费场景 ,打造放心消费环境 ,才能更好地释放消费市场潜力。

融媒记者 胡美樱子

消费券激活 实体店商机

你预约消费券了吗 在哪预约的 ,我也试试看 6月15日晚 ,随着第五轮消费券开始发放 ,市民纷纷在 浙里金消 微信公众号上开启了新一轮的消费券预约。消费券的发放又激起了一波线下各大商超、实体店销售的回暖。

连日来 ,记者走访了一些餐饮店、超市等 ,很多商家都表示近期生意好了不少。

消费券到手就核销 市民消费热情高涨

这是我第三次抢到消费券了。用消费券去超市买东西简直不要太划算。市民胡芳开心地说。前面几轮她已经中过面额10元、20元的消费券 ,这次是满100元直接抵扣50元的。

不少商家也在门口贴出了各种 本店支持使用消费券 的海报 ,吸引市民到店消费。

今年刚发放消费券 ,我们就感受到了市民的消费热情。永康华联厦溪心店相关负责人陈敏娅说 ,每天都有不少市民来收银处询问。目前 ,超市人流量同比增长不少 ,我印象最深刻的是一位顾客带了好几个家人的手机来超市购物 ,用了好几张消费券。

以前觉得网上下单送货到家很方便 ,自从有了消费券 ,我更喜欢去实体店购物了。市民孙捷告诉记者 ,习惯在天猫超市购物的她 ,现在去线下商超的次数多了起来。

便捷式核销消费券 深受年轻消费群体喜爱

又是半夜才到一车货 6月16日凌晨1点多 ,城南路的一家牛奶店店主朱女士发了条朋友圈感叹补货忙。朱女士告诉记者 ,此轮消费券发放以来 ,店里销量好了很多 ,单日营业额比平时增长了30%左右。

我们每天都来不及补货 ,有到店买的 ,也有在小程序上下单的。因为我们线上线下下单都可以直接抵扣消费券 ,所以顾客特别多。朱女士说 ,不用出门就可以购物的线上消费深受年轻消费群体的喜爱。

因此 ,为了迎合年轻消费群体的喜好 ,朱女士特意制作了线上核销消费券的方式。这种便捷式的核销方式 ,让她的实体店吸引到一大波 90后 00后的新顾客。

我算是她家的忠实客户了。刚看到她朋友圈发了一批新品 ,刚好我有消费券 ,所以过来买一点回家。市民方鹏说 ,不管是线上还是线下购物 ,对于消费者来说方便、实惠最重要。

消费券的发放鼓舞了各实体店商家的信心 ,一方面合理引导市民消费 ,另一方面对商家现金回流也有了极大的 暖场 作用 ,起到了稳经营与稳收入的效果 ,助力整体消费市场复苏。

融媒记者 胡美樱子



市民在消费现场