

本报记者 高倩倩

现象——

实体店很卖力 电商也是“蛮拼的”

俗话说,“过了腊八就是年”,春节的脚步越来越近,走在大街小巷,高高挂起的灯笼,满街飘香的灌肠也向人们传递着浓浓的年味儿,忙忙碌碌地置办年货好像才是当下最该办的事儿。各大商超也早就备足了货源,打出各种促销标语吸引着置办年货的人们。

与实体店的“卖力吆喝”相同,近日电商促销也是“蛮拼的”。打开电商平台首页,“喜气洋洋办年货”、“过年回家,狂扫年货”、“年货集市,特惠开卖”等标语扑面而来,红红的年味儿夹杂着促销的硝烟味,冲击着人们的感官。

眼下京东、淘宝等电商均已启动“年货大战”。京东不但推出了满减直降、爆品秒杀,还有特色板块、极速配送服务等。淘宝的宣传口号是“5折抢年货”,卖点则是“厂商直供全国最低价”。而苏宁易购的超级年货节全场3.8折起,而且号称“火箭哥,快递次日达”。

吃喝玩乐是春节假期离不开的话题,外出游玩也必须吃得好,一些团购网站也紧抓商机,大搞促销。美团网酒店事业部的工作人员樊昊说,1月份便进入了销售旺季,在商家打出优惠价格促销的同时,不管是新老客户,只要下单,公司还会再优惠价基础上再减价10元到20元,“比如有的酒店房间大床房原价是148元,推出的活动价是89元,顾客下单后,我们会再减20元,即花69元钱即可享受原价148元的消费标准,优惠力度很大。”樊昊说,春节前后也是打名气拼销量的好时机。

拼价格,拼速度,电商们为分得“年货大战”的一杯羹,也真是“蛮拼的”。

优势——

网购年货提前买 想买特产不再愁

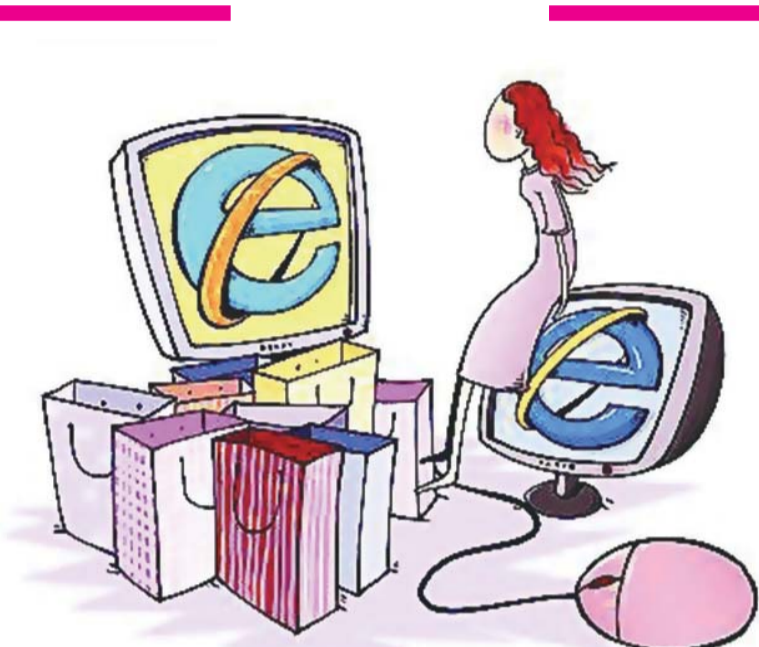
2015年2月19日才姗姗来迟的羊年春节,比2014年的春节整整晚了19天,这也是21世纪最晚的一个春节。可综观今年的“年货大战”,却比往年来得早了许多。刚刚进入1月份,线下传统年货市场尚未预热,线上各大电商的“年货大战”早已硝烟弥漫。1月12日,天猫率先启动“年货节”,京东、1号店、苏宁易购等电商紧随其后,周期之长也创历史之最。

“我已经预感到我爹过两天收快递收到手软的表情,我甚至可以想象到他过两天给我打电话咆哮的表情了。”在省城一家外贸公司从事客服工作的刘美玉说,她刚从网上买了一些安徽芜湖产的傻子瓜子、榴莲干、东北大榛子等干果,“直接把收货地址写到了家里,省的过年大包小包往回拎了。”刘美玉购买的有些零食是实体店暂不供应的,“有些地方特色小吃还就得从网上下单。”

在一家传媒公司上班的马女士平时工作繁忙,没有时间逛超市,为老家父母采购的年货她选择在网上搞定。在马女士看来,网购年货最大的好处是省事,不用去超市排队,而且送货上门,种类丰富,更重要的是实惠。

纵览电商打造的“年货节”,苏宁易购推出十大促销专场,洗护用品、酒水粮油面面俱到,促销产品多达1万款。而1号店、天猫等主打的进口食品也是2015年年货采购的一大特色。比如1号店主打的中外酒主题专场和天猫主打的马卡龙、瑞士巧克力、进口糖豆组合等食品,都是2015年春节进口年货商品的代表。

不只电商平台,微商、海外代购等业务也向年货倾斜。孙萌经营的微商小店主要代购澳洲化妆品,最近不少老客户都向她咨询可否代购红酒、奶粉等,“我也可以顺势扩大业务范围了。”孙萌笑着说。



延长促销周期 打破地域限制

“年货大战” 迎来电商大军

羊年春节正以她特有的温情步伐一步步走近,在何时放假、发了多少年终奖等话题讨论正热时,购置年货成了又一热门话题。各大商超备足货源搞促销,各路电商也纷纷加入“年货大战”,想从中分一杯羹。

随着网购、海淘日益深入生活,越来越多的消费者开始转向网络购物,进超市办年货的习惯也逐渐开始向互联网转移。以往更注重“双十一”、“双十二”等节点的电商们酝酿再造一个“年货节”,且看今年“年货大战”中电商们如何大展身手吧!

链接

网购年货小攻略

本报记者 赵清华 综合整理

如今置身于一个无所不被网络触及的时代,就连最传统的年货也已经挂到了网上,你是不是手一哆嗦已经开始选购了呢?在这里小编整理了一些年货网购攻略与你分享。

●“擦亮眼睛”仔细鉴别,确保正品。购买前可以登录品牌自建的网上商店或在各网购平台的品牌官方旗舰店,购物后也应尽量找商家索要发票或电子发票等购物凭证,以备日后维权所用。根据国家工商总局公布的2014年下半年网络交易商品定向监测结果显示,网购正品率为58.7%。

●在购买年货的时候要先与客服交涉好,避免买之后后悔。这样的事情常常就会发生在网购上,从而导致了网购的信心。而且也可以避免与客服发生些不愉快的事情。我们是来购年货的,如非必要,多一事不如少一事。

●购物后也应尽量找商家索要发票或电子发票等购物凭证,以备日后维权所用。而且,在收到所购物品后,最好当着快递员当面验货,有问题当场拒绝签收,退回给卖家。

●购买年货时,切勿盲目跟单,不能仅凭销量排名就下单。你要知道网购行业刷单的存在,排名靠前也有可能是广告宣传很到位。但是,下单之前多看看评价和购买记录还是有必要的,虽然有的评价可以刷,但若是购买记录里黄钻买家比较多的话,就比较可信了,这时你不妨可以考虑选购,因为卖家是不可能找到很多黄钻用户来刷信誉的。

●按需购买,千万不要被“两件包邮”、“满500减100”等字眼骗到。如果你只需要一件外套,再付十元运费和再买一件多余的外套,究竟哪个比较划算呢?

●确保安全第一,将日常使用的银行账户与网银账户分开。及时根据网购需要,在网银账户存入相应金额,这个方法较为保守,拒绝一切被盗的危险,但也最为安全。

市场——

洋年货渐受青睐 “新奇特”产品越来越多

5L的爱太阳土耳其葵花籽油,终端价格为79元;丹麦进口肋排,每斤的零售价为19.90元,比国内超市同类产品价格便宜了不少……“一说到进口食品,大家都觉得很贵,我们就是要打破这种观念。”李吉峰说,2014年7月份,他和几个搭档一起加盟的亿百葩鲜进口食品保真社区连锁店落户济南,旗下的数千款产品来自全球的三十多个国家和地区,产品以餐桌食品和日用品为主。元旦过后,置办年货的人们也带动了店里的销量,“销售量比平时增加了20%左右。”看着销量大增,李吉峰对今年的年货市场期待值也很高,“进口食品走进寻常百姓家是未来的趋势。”

随着海淘、进口食品店等日益融入生活,人们对“洋年货”、“新奇特”等产品的青睐也越来越多。来自天南海北的各类特色年货汇聚在电商平台上,卖相诱人、价格更诱人,淘宝、京东等网站更是单独列出了“进口零食”、“年货集市”等频道。近日,1号店发布的《2015年货消费趋势》显示,进口商品在传统年货中的占比从2013年的37%上升到2014年的47%。而“海淘”也已成为网购一族的新标签。

2014年9月份,调研公司尼尔森(Nielsen)的一份报告显示,当前跨境网购越来越受欢迎,2013年中国内地海淘族(跨境网购者)人数已达到1800万。海外购物开支高达人民币2136亿元。

至于跨境网购的原因,价格因素仅占一小部分。报告显示,只有1/4的跨境网购为追求价格优势,而更多的是希望挖掘更新奇的商品,寻求更独特的网购体验。这也意味着,越来越多的消费者通过网购置办年货,以进口食品为主要代表的“洋年货”将会成为2015年网购年货的重要组成部分。

分析——

电商主打“便捷”牌

对物流、服务提出更高要求

“价格合适、品种齐全和品质安全保证都是促使人们选择网购年货的重要原因。”京东公共关系事业部的工作人员张琳介绍说,消费者可以跨越地域随心购买,不仅可以买到东北冰天雪地东捕来的查干湖头鱼,还可以买到智利进口娇艳可口的车厘子。“随时随地选购,一站式购齐还可送货上门,也成为很多人网购年货的原因。”

对此,山东大学品牌营销学专家刘悦坦分析称,近年来,电商也从原来小众化的平台做成了大众化平台,也不再局限于书、家电等分类产品,而是转向综合性发展。电商是未来商业模式发展的一种重要趋势。“科技、服务、商贸等都要以‘懒人’为本,从这方面来说,电商能为消费者提供更简单更便捷的服务,而手机支付、快递送货上门等也符合消费者的‘懒人’心理。”刘悦坦说,谁能让顾客少花钱,就可以从顾客那里多挣钱,谁能让顾客少花时间,就可以让顾客为他多花时间。

“电商的发展已经改变了过去那种行商坐贾的经营模式,谁能想到最好的办法让顾客少花时间少花钱,谁就会从这场商业大战中胜出。”刘悦坦分析道,相对电商来说,实体店看得见、摸得着的实物体验方式对顾客也有很大吸引力,实体店也可以采取“电商模式”营销,开放购物渠道、送货上门等方式都可以尝试。

刘悦坦说,消费者网购年货更看重的是价格和便捷,电商的发展也对物流业提出了更高的要求,物美价廉,保证品质的同时,更应让顾客享受到“即买即到”的物流速度。