

带着商户一起做直播,济南多家农产品市场开启“求变之路” 摊位变成直播间,老市场成“带货热场”



近日,记者走访济南多家传统批发市场发现,直播带货、短视频推荐等互联网营销方式正在兴起,一单单海鲜、牛羊肉、蔬菜……通过直播间卖向全国各地。



在济南市市中区郎茂山农产品市场内,主播吴静正在直播售卖蔬菜。

文/片 管悦 冯妙韵 济南报道

海鲜摊成“新柜台” 有商户一年卖3000多万元

“济南同城的客户下单后,两三个小时就能送到家。”3月13日下午3点,在济南海鲜大市场内,鲁海海鲜的主播正在介绍店里的海参产品,一旁则是随时准备打包商品的店员。一层卖场门口,已有跑腿骑手排队等着取货。

作为济南转型较早的海鲜批发商户,鲁海海鲜自2021年开始“触网上线”,相继培育出“鲁海官方旗舰店”“鲁海生鲜旗舰店”等多个账号,共有6位主播,每天从晚上11点半开始到次日下午,不间断进行直播。

“现在是销售淡季,线上直播日均下单七八十单。”鲁海电商负责人吕智军介绍,销售旺季时,螃蟹、鲅鱼等现货水产日均下单超万单,仅海参一个产品就能日销二三十万元,“客户复购率高达80%,线上年营业额3000多万元”。

近年来,线上直播卖货的商户越来越多,八里桥蔬菜批发市场内的济南微伊牛羊肉店老板米先生也是其中之一。每逢直播平台向商家投放优惠券时,米先生都会准时打开自己的直播间开播,吸引消费者购买。平日里,米先生则会拍摄短视频,用镜头记录下牛羊肉从运输、切割,到销售的整个流程,推介自家产品。

在米先生看来,互联网时代,仅依靠线下门店销售的传统方式,难以持续扩大客户群体。不少外地批发商通过直播发现货源,和他建立长期合作。门店货品也借此远销河南、河北等地,营业额更是较之前增加了三四成。

“小屏幕”打开新渠道 老市场找到新思路

除了个体商户尝试线上销售

渠道外,济南不少线下批发市场也开始摸索转型之路。3月12日,记者在济南市市中区的郎茂山农产品市场看到,电商直播正在如火如荼开展。主播吴静站在市场一角,架起手机三脚架,带领屏幕前的观众“走遍”市场的每一个角落。

“目前,以市场为主体开展线上直播的,济南只有我们一家。”吴静说。直播中,吴静不仅向顾客现场展示新鲜时蔬,还会详细介绍烹饪方法,吸引了不少消费者、厨房新手观看并下单。

以市场方为主体的直播形式成功后,该市场又选取了部分消费者满意度较高的商户作为试点,鼓励他们开通个人账号尝试直播,并为商户提供电商直播账户打造、运营、带货技巧、短视频拍摄剪辑等内容指导。慢慢摸索出经验后,市场方还用集体账号带动个人账号“吸粉”,将“流量”转化为“销量”。如今,通过线上渠道,市场客流量增长了20%,销售额提高了10%。

除郎茂山农产品市场外,济南海鲜大市场打造了预制菜生鲜电商产业园,设置了30个直播间供商户使用,该市场已有超40家商户直播卖货。济南堤口路果品批发市场也打造了多个直播间,准备联合商户开展直播带货。

“根据消费者需求和互联网发展持续调整,才是传统市场焕新之道。”有业内人士认为,这种“云柜台+实体仓”模式有效破解了传统批发市场辐射半径受限的痛点。相较于带货达人,在批发市场里成长起来的商家具有稳定的供应链、较强的选品能力,“摊主还可以通过专业讲解,为顾客提供专业服务”。

“要想做好电商渠道,市场方还需要建立严格的品控制度和高效的物流配送网络。”这位业内人士同时建议,除了尝试线上渠道外,传统线下市场也可以通过打造网红打卡地等形式,提高用户体验,吸引消费者光顾。

如今,“先用后付”成了不少用户购物时选择的新型支付方式,0元下单且不用“刷脸”或输入密码,就可以坐等快递到家。然而,这种便捷的购物方式也衍生了一些问题,“误触即下单”“开通容易取消难”等话题引起消费者热议。



先用后付成『钱包刺客』

真便捷还是惹麻烦?



石晟绮 济南报道

默认首选还无需密码 支付便捷反成负担

“明明自己没网购,家里却突然多了四五件快递,没想到都是女儿误触下单的。”济南市民肖女士无奈地表示。肖女士回忆,自己不知何时开通了“先用后付”服务,不过由于购买小额商品时无需输入密码,自己认为比较方便,所以一直没有关闭该功能。没想到6岁的女儿在玩手机时,使用“先用后付”将自己添加到购物车里的商品下了单,“里面还包含鲜花等不能退货的商品”。

记者在社交媒体搜索发现,不少网友分享了家中老人或小孩因使用“先用后付”功能误购商品的经历。有网友表示,由于支付时“0元下单”的宣传语,父母误以为是免费赠送,结果一口气购买了大量商品,等到扣款时才意识到问题的严重性。

“有市民来寄退货快递时也会抱怨,说是家里人用‘先用后付’功能误买了很多东西。”槐荫区一家快递站的工作人员透露,部分没有“运费险”的商品,还需要市民额外支付运费。

大三学生小孙也表示自己逐渐不愿意再使用“先用后付”功能。“下单时不用花钱,还款时才感觉‘割肉’。”小孙坦言,除了误触带来的麻烦,自从开通了“先用后付”功能后,每个月的购物支出普遍增加了二三百元。“每次结算时‘先用后付’都是默认选项。有时我只是想查看最终的优惠价格,却一不小心手滑下单,导致不必要的消费。”小孙说。

记者搜索各大购物和消费平台发现,目前京东、淘宝、拼多多等主流购物平台普遍支持“先用后付”功能。有业内人士称,“0元免密下单,满意后再付款”使得消费者能够无需支付任何费用即可先行体验商品,然而实际购物时,却让不少消费者在无意之间被“割了韭菜”。

开通“丝滑”关闭麻烦 还可能影响信用积分

“我之前想关掉这个功能,但由于存在未完成的订单而没能成功。”小孙说,与“无感”的开通过程相比,“先用后付”的关闭流程则显得比较烦琐。

记者在多个平台尝试使用“先用后付”下单时发现,开通该支付方式往往在付款页面内直接点击“先用后付”“0元下单”等按钮即可。首次下单后,平台一般会默认将“先用后付”设定为下次购物的首选支付方式。

而取消该功能则需进入多个页面,一般需4至7步才能完成。以淘宝为例,消费者需要通过“我的淘宝”——“设置”——“支付”——“先用后付”——“关闭服务”或关闭“设置先用后付为优先支付方式”的流程,才能关闭该功能。

此外,记者下单后立即尝试关闭该功能,由于存在未扣款完成的订单,系统提示已提交关闭申请,需等待全部订单完成扣款后才能关闭该功能。

“很多年轻人都找不到关闭该支付方式的地方,更别说让老年人进行操作了。”小孙说,尽管过程并

不复杂,但由于许多选项入口比较隐蔽,在社交平台甚至出现了很多“如何关闭‘先用后付’”的教学帖。

据黑猫投诉数据,2024年双十一期间,在不到3周的时间内,该平台收到的涉及“先用后付”相关投诉就超过200件。截至2025年3月14日,黑猫投诉平台“先用后付”相关投诉信息已超过1.1万条。其中,默认免密支付、退货复杂、取消功能流程烦琐等问题成为投诉“重灾区”。

记者在多个购物平台的“先用后付”开通页面看到,相关用户协议内容字号较小、按钮隐蔽,极易被消费者忽视。许多消费者在未仔细阅读的情况下便点击了确认按钮,并不了解“先用后付”会带来哪些风险,直到遭受经济损失。

“平台‘先用后付’是与征信无关的,不过需要保证相关扣款渠道能够正常扣款,建议下单前对扣款先后顺序进行检查。”一购物平台客服人员表示,由于“先用后付”依赖于第三方金融机构,所以消费者在使用该功能时仍需警惕产生逾期和信用风险,“如果后续扣款失败的话,可能会面临逾期费用和相关平台信用积分的损失”。

“甲之蜜糖,乙之砒霜” 消费者应谨慎选择

“‘先用后付’这样的支付方式,其实要看到它的两面性。”电商从业者王一宁表示,作为一种新兴的支付方式,“先用后付”能够为消费者提供更有效率的服务。而对于商家来说,“先用后付”的模式能够有效吸引更多消费者,缩短消费者购买商品的决定时长,从而提高销售额。“不过,存在支付风险,取消较为复杂甚至是增加商家的退货率等这些负面影响也是存在的。”王一宁称。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江接受采访时表示,“先用后付”作为一种新的支付模式,提供了更大的支付灵活性和购物便利性。不过,想要通过该方式激发消费活力,关键还要为消费者提供更多高质量的商品和高质量的服务,真正让消费者获得良好的消费体验。

针对“先用后付”背后的隐藏风险,中国消费者协会在《2024年全国消协组织受理投诉情况分析》中曾警示其存在诱导消费、信息隐瞒、解约困难等问题,多地消费者协会也针对“先用后付”功能进行了消费提示。

“平台不应通过默认勾选或其他方式诱导消费者开通该功能,并且要提供便捷的关闭模式,让消费者在充分知情的情况下自主选择。”山东国曜琴岛(济南)律师事务所律师丁富尧表示,去年施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》明确规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。经营者不得以暴力、胁迫、限制人身自由等方式或者利用技术手段,强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务,或者排除、限制消费者选择其他经营者提供的商品或者服务。

同时,丁富尧建议,消费者在使用“先用后付”支付方式时,应保持谨慎的态度,要充分了解逾期付款的后果和风险,考虑自己的还款能力,避免因一时疏忽而损害个人信用。