



广联医药

广联天下药

诚信送健康

错时促销售,本土实体店提前推出购物狂欢夜

# 6个小时卖出“五一”三天量

本报记者 于伟

守着电脑、抱着手机,当指针指向11日凌晨零点时,点击“购买”按钮,抢抢抢。刚过去的“双11”,这是“剁手党”们熬夜抢单不断重复的动作。如今,这些抢单族的思维似乎也调整一下了。身边的实体店已开始绝地反击,而且开始错时促销,即使不到“双11”,可能享受到比网购价还低的价格。10日晚九龙家电的一场购物狂欢夜,让抢单族们有点Hold不住了,当晚九龙家电提前赢得满堂彩。



店内的海报,吸引众多市民。本报记者 张晓科 摄

## 错时促销,实体店赢得满堂彩

“我是一颗小小的石头,深深的埋在泥土之中,千年以后繁华落暮……”10日晚7时左右,位于金宇路九龙家电旗舰店的广场上传来歌手石头嘹亮的歌声,九龙家电的购物狂欢夜提前开场。门头上的LED大屏幕,“低价绝杀双11,闭店疯抢6小时”的一行字,不断闪烁。

晚7时,店门打开,人群从两侧店门涌进,瞬间挤满了电

梯。

桌上摆有果盘,展厅内堆满各种礼品盒,黄色价格标签贴满卖场,每个楼层新增结账柜台……一场实体店的“双11”狂欢节,随之揭开序幕。

作为销售员的李瑞珍,这是她参加的第一个“双11”。为筹备今年“双11”,半个月前,李瑞珍就开始忙活起来。“现在都知道‘双11’是购物节,来买家电的客户都提前询价格,

就等着今天来交钱下单。”在展厅内,李瑞珍不停的向客户介绍产品,手中的账单不离手。

手提刚买的微波炉,市民孟涛跟妻子正挑选空调。为购置新房家电,孟涛足足等了一个多月,只待“双11”这天。为此,孟涛也没少逛了商场、上网比价。“一直再考虑,是在网上买,还是在实体店买。”本打算先到商场看看的孟涛,“全

网比价,差价返还”,席卷全场的促销价,让他动了心。

此时,在位于金宇路的九龙家电旗舰店,虽已凌晨,却还人头攒动,结账的柜台前排着长队,有一种过年赶大集的节奏。为迎合双11,当晚,该家电卖场延时营业至凌晨1点。从晚7点到第二天凌晨1点,当晚,6个小时的营业时间,卖出了“五一”三天的销售量。

## 不到“双11”,可提前享受网购价

“就是这款饮水机,前一天看的价格还是1499元,现在就999元,足足便宜了500元。”手里提着一套茶具礼品,消费者董玉亮忙着打开网站,向记者现场比价。记者注意到,同款产品,线上促销价同为999元,不过,要等到11日凌晨才可下单抢购。

“去年的‘双11’促销节放在了11日当晚,可到了11日晚上再

促销,无疑就滞后于电商。”济宁九龙家电旗舰店总经理王宝华告诉记者,今年把促销重头戏放在了10日晚上,早于电商开启双11促销节,让市民不用等到凌晨抢单,提前享受网购价。

记者注意到,面对线上“双11”的价格优势,与网购比价,无疑成为今年实体店迎战‘双11’的砝码。“周末福吊坠网购价1770元,‘双11’抢购价1695元,

比网购价还低75元”,“耐克男子外套网购价614元,‘双11’抢购价559元,比网购价低55元”……无论贵和、银座,还是九龙等实体店,与网购比价,并喊出“低于网购价”的口号。

从光棍节,到电商节,再到如今的全民购物节,面对“双11”,实体店家的态度已悄然发生转变。如果说原来还遮遮掩掩,有所回避,或者阻击

电商,现在实体店则主动迎合,并借势造势。

“原来‘双11’等着客来,现在主动出击要引客来,从半个月前就规划产品,与网上同类产品相比较,做到价格上具有同样优势。”济宁银座购物广场策划科科长王迎春说,起源于电商的双11节,今年已是第7年,而济宁的实体店正视双11节,也不过这三年。



星光大道歌手石头前来献唱。本报记者 张晓科 摄

邹城一电商团队,“双11”成交额达200多万

# 这成交量,真是出乎我们意料

本报济宁11月11日讯(记者高雯)“双11”的购物狂欢在一片“买买买”之中落幕,而济宁众多电商园区的不少创业青年,也成功搭乘上“双11”的致富快车。位于鲁南电商产业园区的圣家乐购电商团队们,“双11”当天一天卖出近200万,是平时的10倍。

11日零时,位于邹城市西外环的鲁南电商产业园内灯火通明,62家电商企业枕戈待旦同步迎战他们的首个“双11”。作为园区内最大的电商团队,高应清和他的小伙伴们终于迎来了筹备多时的这场“双11硬仗”。

零时过后的圣家乐购客服部,“叮噔叮噔”阿里旺旺的提

示音依然不断想起,与哒哒作响的键盘敲打声相应,高应清他们准备了两拨共20多人的客服队伍,夜班团队一直通宵工作到早上8点。撕胶带、打包,分工明细,堆积如山的包裹已经做好发出准备,看着一摞摞的快递小山,高应清坦言,没想到这次“双11”的效果这么好。

他们主要做蛋糕烘焙、酸奶机等家庭厨房健康产品,一年以前落户到位于邹城的鲁南电商产业园,这次是他们落下以来正式筹备的第一个“双11”。为了迎战首个“双11”,他们进驻天猫食品类的主会场、推出秒杀抢购等各类活动,并做足了推广准备。

由于之前就从事电商类工

作,高应清对筹备“双十一”比较得心应手,但是效果如何他心中也不踏实。看到接近200万的成交量,超出了平时的10倍,这让他对自己所做的产品更有信心。“现在市民都特别重视食品安全,很多人都在家自己做蛋糕、面包,觉得自己做的东西吃起来更健康卫生。”高应青说,电商要做好最大的前提是要选对好产品,做好产品的质量和售前后的服务。

“这个‘双11’是我们电商园区成立以来经历的首个‘双11’,各个电商企业都参与进来,四处热火朝天。”鲁南电商产业园区的负责人谢召平说,“双11”当天,整个园区的成交单量达到8万件。



高应清和他的团队们忙得热火朝天。