



广联医药

广联天下药 诚信送健康

错时促销，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改调整一下了。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，千年以后繁华落幕……”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，全

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。为购置新家家电，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。“周大福吊坠网购价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。

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，“叮咚叮咚”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。

他们主要做蛋糕烘培、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，这次是他们落下来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。”高应清说，电商要做好最大的前提是选对好产品，做好产品的质量和服务。

“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，整个园区的成交量达到8万件。



高应清和他的团队们忙得热火朝天。

专家观点

花心思琢磨点子 实体店大有所为

如果以前的打折促销算是小试牛刀，今年的“双11”，本土实体店在借势造势上花了不少心思，而且是直面与电商比价销售，拿出了绝地反击的勇气。

“‘双11’之所以吸引眼球，成为全民购物节，缘于当天的促销力度，让消费者平常享受不到，说到底还是价格优势。”济宁学院经济与管理系副教授汤焕磊说，当下，网购带来的省时又省钱的购物体验，迎合了消费需求，也成为潮流。

“假如实体店把价格放到最低，让顾客感觉实体店的更多优势，比在网上购买更直观，还可以现场体验，也没有假冒伪劣，面对‘双11’、‘双12’，实体店可大有可为。”汤焕磊说，尤其较大的实体店，具有区域规模优势，如今市场竞争激烈，实体店从厂家拿到的政策，也能与电商同样，从源头上，同有价格优势。

在汤焕磊看来，这就需要实体店在经营上多下工夫，降低成本同时，做出自己的特色，包括产品及服务等方面，同时，要用好实体店直观、快捷的购物方式和售后、服务等方面的优势。



星光大道歌手石头前来献唱。
本报记者 张晓科 摄