

“有智慧”的年中大促 能撬开用户钱包吗

对于国内久经考验的“网购一族”而言,如今的电商大促似乎已经司空见惯了,特别是每年的“6·18”和“双11”,铺天盖地的促销宣传攻势扑面而来,不仅让消费者的钱包受不了,同时也让消费者在面临电商促销时开始麻木起来。

一年又一年的“年度大促”,一次又一次的“史无前例最低价”,不少消费者直呼“能买的都买了,能屯的早就屯了”。电商平台如何再度激发消费者的购买热情?如何深挖消费者更多消费需求?对于电商平台而言,商品的推陈出新和促销广告的各种推广,如今已经是最基础的手法。在今年的电商年中大促中,利用更有“智慧”的方式把年中大促“武装”起来,似乎已经成为各大电商平台寻求突破的新出路。而从消费者看来,真的会为“有智慧”的年中大促疯狂吗?

线上线下消费场景走向智慧融合

对于不少钟情于线上消费的消费者而言,选择线上购物很重要的一个原因就是可以省去排队结账之类的烦恼。但是,显然线下的消费体验和获得感也是线上无法媲美的。用科技的手段让线下和线上体验进一步融合,成为今年电商年中大促的一大亮点。

就在6月电商年中大促正如火如荼开打的时间点上,微信也来为



战局火上加油,而这把“火”,微信选择了在线下燃起。据了解,在6月,微信支付团队宣布联合全国4000多家超市,正式启动首个“不排队月”,鼓励更多人尝试“扫码购”的便捷消费方式。据介绍,“扫码购”整合了小程序与微信支付,顾客可以使用手机扫描商品二维码,查看信息、获取优惠、自助结账,边走边买,直接微信支付,无需前往收银台排队结账。据参与活动的超市相关负责人表示:“在鼓励顾客文明消费的同时,善用科技手段、降低顾客等候时间,是行业共同的责任。”

微信的半路杀出,让电商年中大促的战火蔓延到了线下,而阿里巴巴方面同样也在线下准备了大招应对。

作为阿里巴巴目前的网红品牌——盒马鲜生备受关注,但是,从头开始的盒马鲜生要快速普及到每个消费者身边,显然还不太现实。

通过前期的市场培育和推广,消费者对盒马鲜生模式有所了解和认同后,日前,已经接受阿里巴巴投资的大润发就宣布,全国已有100家大润发门店完成天猫新零售升级改造,全面参与天猫“6·18”理想生活狂欢季。改造完毕后,家住大润发周边3公里内的用户,可以通过手机淘宝“淘鲜达”在家下单,送货到家,价格与大润发门店的商品完全一致。

无论是微信还是阿里巴巴的新零售改造,消费者在今年的电商年中大

促中又有了新的消费选择:不再只需要盯着电脑屏幕或者手机,在更加具有“智慧”的线上线下融合的消费场景下,同样可以获得优惠和便利的消费体验。

线下消费场景的崛起实为线上红利殆尽?

在不少业内人士看来,今年来势汹汹的各种线下消费场景的入局,成为电商年中大促的又一亮点。配合大力度的促销活动和推广,再加上线下消费场景的体验提升,消费者在智慧融合的趋势下,将更多的消费发生在线下,似乎已经成为了新的趋势。

消费者在线下买买买,是有“智慧”的电商大促带动了新的消费力?还是消费力从线上转移到线下了呢?

在不少业内人士看来,线下消费场景的崛起,很大程度上来自线上红利的殆尽。“可以预期的是,在电商年中大促的总结上,成交额肯定也是破纪录的。按照以往的经验,除了一部分是由于消费品类的转型升级外,很大程度的原因是将线下消费的部分增量加到了总体的成交额上。”互联网分析师荫明轩表示,电商平台用“智慧”的方式将线上线下的消费场景进行融合,让消费者在线下也可以获得更好的消费体验,这对于消费者而言的确是件好事。但是,线下的消费并不一定是线上的增量,很有可能只是分流了线上的消费力。

(据《南方日报》)

民以食为天 食以安为先 关注周口食材升级

关注食品安全

随着国家对食品安全问题越来越重视,食品安全上升为国家战略,也成为周口餐饮行业发展的重中之重。食材升级,其意义在于通过聚合行业力量,让优质健康的食材一站式直达品牌餐饮后厨,减少企业成本,提高收益,助推行业健康发展!

就餐时不给发票、菜品中有异物、被迫接受最低消费、油烟扰民、强制使用一次性消毒餐具……

如果您有类似遭遇,请在第一时间向

我们反映,照片、视频、录音资料均可。无论何种形式,我们都将对市场上的这些行为进行曝光,维护您的合法权益。

拨打我们的监督热线,我们将在第一

时间关注您的呼声,通过记者的调查和呼吁,引起有关部门的重视,让您的合法权益得到维护。

热线电话:18639402569