

电商年中大促成“疲劳战”?台州企业认为——

电商大战,更应是品牌的整体营销战



本报记者沈海珠文/摄

今年的“618”年中购物节终于落下帷幕,然而,面对这个上半年最大的电商购物节,以及上半年商家最后的冲量机会,消费者和商家却已经疲于应战。

记者了解到,针对此次年中促销大战,虽然各家电商平台早就开始备战,战线越拉越长,各种促销也力度仍在,但消费者和电商企业不得不面对一个现实:“618”疯狂不再。

消费者疲于参战

“今年‘618’持续时间太长了,长到我都忘记了活动什么时候开始,什么时候结束。”

接受记者采访时,在黄岩某企业上班的市民叶莎莎吐槽,对于今年的活动,她已经不期待了,身边人对今年的促销节也没啥感觉,不像几年前,疯了一样地在“618”和“双11”囤货。

“感觉‘618’的优惠力度没有以前那么大了,尤其是现在,一年到头都是各种‘节’,从年初的年货节到女生节,从年中的‘618’到‘双11’‘双12’,好像线上的活动就没停过,所以现在对这些促销节的心态和前几年完全不一样了。”叶莎莎说。

“何时用何时买,反正现在月月都有购物节。”“作为一个被网上购物反复教育的‘尾款人’,今年我选择‘躺平’。”“不剁手了,也就省钱了。”……这些都是记者在采访过程中得到的消费者反馈。

不少消费者表示,电商大促发展到今天,早已偏离了“真实惠”的本质。每年的“618”和“双11”,都是平台在变着花样“套路”消费者,从最开始的满减打折,到后来各种游戏作战、跨店凑优惠,电商大促的规则越来越复杂,但消费者最终获得的优惠却少之又少。

消费者对于“618”购物节的疲惫感,不仅体现在一年不下十次的“互联网节日”的洗礼、越拉越长的促销周期、越来越复杂的玩法上,原先本该在年中集中爆发的消费需求,也早就被日渐常态化的直播电商一点点消解。

“现在战线拉得越来越长,



图为星星优品的工作人员正加班加点应对电商促销。

最开始‘618’大促就一天,后来变成从6月1日到6月18日,持续18天。今年更离谱,5月24日就开始预售,一直持续到6月20日,整整28天,想想就可怕。”市民小黄说,平时自己在看直播时看到合适、低价就买,不再是囤着需求等某一天集中采购。

电商企业无力参战

每年“618”“双11”等电商促销大战,电商平台带来的大量订单会拉动生产制造、物流及更多行业的发展。然而,当消费者对电商促销节越来越“免疫”时,电商企业怎么想?

今年是浙江星星优品网络科技有限公司(以下简称“星星优品”)第8次参加“618”电商大促。作为星星集团下的全资电子商务公司,星星优品线上共有近300家店铺,主营星星家电的各类产品。

“与刚开始做网上销售相比,这些年我们参加了各种电商活动,积累了不少经验,对各大节点的应战可谓驾轻就熟。一般会提前一两个月就开始备战‘618’,提前安排人员,并备充足的货源。”星星优品总经理袁一鹏说。

采访中,台州电商企业普遍认为是吸引消费者的主要因素,物流、服务等用户体验才是各家企业之间的较量战。

记者了解到,星星优品在全国有17个货仓,除了一部分产品

提前发往京东、天猫等电商平台的直营仓库外,官方旗舰店的产品全都由厂家安排离目的地最近的货仓发货。

“现在线上销售更加重视用户体验,这包括客户对物流的体验。我们主营的冰柜是大件商品,有些重达200多公斤,这需要特定的物流运输,不像服饰等小件商品,任何快递都能送达。”袁一鹏说,物流配送没有想象中那么简单,尤其是在偏远山村,如果没有网点,他们还要协调车辆,确保产品及时送达,这无疑会增加企业的成本。

“现在我们参加‘618’的目的已经不再是低价赔本抢占市场,而是借此机会拓展品牌、品类、店铺和渠道。如今令我们苦恼的是,我们在电商促销节获得的营销增长没有以前那么明显了,但是投入成本却在增加,每次‘过节’,已经成了企业的负担,我们也无力应战各类‘大促’。”袁一鹏说。

制造企业更认为是营销战

通过多年的电商平台运作,电商企业们已经将“618”炒得狂热,但各大电商企业构建起的“618”繁华,并不适用于所有企业,制造企业始终是站在门外的局外人。

双马塑业有限公司是台州一家生产塑料厨房家居用品的企业,目前市面上常见的多功能型厨房产品,大多出自该公司,其多功能型厨房产品已经占据

30%的国内外市场。

双马塑业常务副总经理杨文军表示,国内电商平台林林总总,对于本就不熟悉电商运营的制造企业而言,不仅要生产,还要绞尽脑汁学习各家电商的规则,企业资源有限,外加线上散户销售量不大,企业精力也十分有限,无心参与电商大战。

虽然不少制造企业不会直面消费者,但他们会和集中采购品再销售到电商平台上的采购商合作,双马塑业也不例外。

“虽然我们直接参与‘过节’,但我们的采购商会参与促销活动。在每个节点,都会由他们为我们供货,此次‘618’也不例外。我们早在5月份就备足了货,确保合作商能有足够的货源。”杨文军表示,由于生产需要时间,相比早年的手忙脚乱,近年来企业与电商的协作配合,让他们摸清了各大采购商的促销规律,能更好地把握时间节点,合理地安排生产。

虽然双马塑业主要通过互联网和采购商合作,侧重于打造柔性供应链,但他们其实也有自己的线上店铺,销售自主品牌的产品。

“作为生产企业,还是要以生产制造为主,而不是营销,所以我们自己的线上店铺备货并不多,而且我们开线上店的目的不在于线上销量,主要是为了全方位展示自己的产品,推广自己的品牌,只有在获得知名度后,才能进一步打开市场。”杨文军说。

更富诗情画意,台州楼盘取名有了新动向

哪个字才是台州楼盘名的爆款?



本报记者周丽丽

房价、板块和规划聊得多了,今天谈谈台州各个楼盘的名字。

细心的市民可以发现,前几年流行的“首府”“壹号”等词,如今开始渐渐隐去,楼盘名的流行动态有了新的变化。

中国人历来重视名字,它可以是一种称谓、代号,也可以特指荣誉、声誉或头衔之类。业内人士认为,在今天的房地产市场中,如果项目的名字与品质发生关系,就可能上升到品牌价值,从而成为了一种标榜、一种性格、一种炫耀,就有了对一个项目的附加价值。

前些日子,在新中式的风刮得这么猛烈下,“府”“誉”等字一度成为台州楼盘名的爆款。而最近“悦”“樾”字的出场率走高,成为各大开发商的心头好。

云悦钰府、悦湖蓝庭、熙悦府、天悦外滩、沁悦府、悦城水岸、未来悦、漫悦湾、珑悦、锦悦府、玖悦府、悦都天华、永悦湾、悦宾府、璞悦府、铂悦府、璟悦府、悦海湾、悦成御园……记者初步统计了近两年的楼盘项目名,约有20个楼盘有“悦”字,其中还不包括青悦城、吾悦广场等综合体。

除了“悦”字表面的意思——高兴以外,或许开发商们是看中了“悦”这个字所隐藏的吉利意思。搜索可知,“悦”的右边是“兑”,在八卦中,“兑”的方位,是金气旺盛的部位。

另外,说说这个“樾”字,它最近出现的频率也高。荣安·棠樾、樾府、云樾风华……“樾”这个字,平时不常用,为何会受到开发商的喜欢呢?

记者发现,“樾”的发音同“越”,是树荫的意思。如《淮南子·人间训》:“武王荫囿于樾下,左拥而右扇之,而天下怀其德。”又如王安石《游北山》诗:“客坐苍苔滑,僧眠樾荫清。”后来,又用“樾荫”称别人的荫庇,如尊长照顾晚辈,或祖宗保佑着子孙。如《红楼梦》第九十九回中提到的:“虽隔重洋,尚叨樾荫。”

所以,“樾”其实是个有涵养、添福气的字眼,但又不是常用字,显得比较低调内敛。

除此之外,很多人发现,现在很多台州楼盘名字开始追求意境,更富有诗意。

最近几个新楼盘如天空院子、心海上城、星空花园、天悦外滩、湖城大境、江山云河等,这些名字与以往的名字不同,更富有诗情画意。细细琢磨,也可以看出,现下这些楼盘大多周边靠山、靠湖、靠河等为特色,名字起得诗意也突出自身楼盘地理位置的优越性,一看到名字就可以让人联想到住所附近的氛围。

受疫情影响,皮鞋销量骤减

台州鞋商瞄准“舒适实用”市场

本报记者周丽丽

6月初,记者走进温岭汇富春天电商产业园鞋类展示厅看到,一排排的皮鞋已经沾灰,而其他款式的鞋子却崭新地排在一起,工作人员正忙着安排出货。

以往热销的皮鞋如今乏人问津,这是何故?

皮鞋销量骤减

“受疫情影响,现在皮鞋市场萎缩得很快。”台州陆正进出口有限公司董事长陆景亮介绍,皮鞋是我市出口鞋类的一大品类,但是最近的销量严重减少,在国内市场的销量也不好,“所以,展厅很多皮鞋产品都长期摆在那里,沾了不少灰。”

台州横峰国际鞋材城不少皮革商也表示,从去年下半年开始,做皮鞋的材料销量减少。

“做皮鞋的黑色、灰色厚皮材料销量不佳,还是做运动鞋面的材料卖得好。”皮革商江先生说。

滞销的皮鞋,主要包括正式场合的皮鞋和女性高跟鞋等。“受疫情影响,聚会场合减少,因此很多用于正

式场合的皮鞋需求就减少了。另外,有些国家的学生校服要配皮鞋,因为疫情,很多学生在家上网课,买皮鞋的也就少了。”陆景亮说。

舒适款的鞋子受欢迎

“皮鞋销量大减,我们总得想条出路。”汇富春天电商产业园一位电商介绍,高跟鞋不受欢迎,他们就做中低跟鞋款;皮鞋滞销,他们就做运动鞋。

“近年来,消费者更愿意购买舒适的运动服饰。”陆景亮表示,现下,无论是出口还是内销,简单舒适的鞋子更畅销。

在电商产业园内,记者也发现,穿着方便的“一脚蹬”“椰子鞋”“果冻鞋”等鞋款占据了显眼的位子。

“现在,软底鞋、穿脱方便的鞋子在市场上比较受欢迎。”陆景亮说,与过去相比,高跟鞋的销量也至少下滑了10%,曾经被视为女性必备的高跟鞋,如今风头正逐渐被运动鞋压过。“目前,我市鞋企也正不断转型,在产品的舒适度上下功夫,比如研究鞋底的柔软度以及材料的贴肤性。”

临海发出全省首张邮政网点自助办理营业执照

本报讯(通讯员单进)日前,临海的汤先生在邮政网点成功完成了营业执照申领,这也是全省首张邮政网点自助办理的营业执照。

为进一步释放数字化改革红利,临海市市场监督管理局联合临海邮政分公司探索打造“互联网+”网点政务大厅新模式,在台州府路邮政营业部设立了“邮企通”便民服

务点。该局对邮政网点内的工作人员开展业务技能培训,依托“最多跑一次”自助服务终端,实现为办事群众提供企业开办、变更、注销等96项政务服务事项的办理。

下阶段,该局将继续深化“邮企通”便民服点的建设工作,借助邮政网点数量多、分布广的优势,扩大服务覆盖面,实现营业执照在各乡镇(街道)内出门即办、即时办结、当场可领。

下阶段,该局将继续深化“邮企通”便民服点的建设工作,借助邮政网点数量多、分布广的优势,扩大服务覆盖面,实现营业执照在各乡镇(街道)内出门即办、即时办结、当场可领。



滩涂淘金

6月16日一大早,在玉环市钱头渔港滩涂上,农妇们正忙着捡泥螺、抓蛏子、捕青蟹苗。据了解,玉环海岸线漫长,当地群众利用广阔的自然资源,在滩涂上淘金,增收致富。本报通讯员吴达夫摄

仙居杨梅质量安全吗?你来点我来检

现场农残快检,结果均为合格

本报讯(记者章韵)眼下正是仙居杨梅大量上市季节。日前,为进一步保障仙居杨梅质量安全,市食药安办邀请市、县两级人大代表、政协委员参与杨梅质量安全“你来点我来检”活动。当天,随机抽取了浙江聚仙庄饮品有限公司的杨梅酒和杨梅汁、仙居岭脚杨梅市场的杨梅、仙居县福晋果业合作社种植基地的杨梅,通过快检和定量抽检的

方式,对杨梅种植、加工、经营单位的杨梅产品进行检测。

“现场快检主要是针对农残检测,结果均显示合格。定量检测的相关数据出来后,我们将第一时间向社会公布。”市市场监管局工作人员说,此次活动既能切实了解仙居杨梅食品安全风险隐患,也能引导公众参与食品安全监管,从而推进食品安全社会共治。