

“聚焦购物节”系列报道 上篇

虽然数据再创新高,但套路太多、体验不佳等问题仍然存在——

购物节:还需要这样的进化

□ 经济日报·中国经济网记者 李华林

1 透视

刚刚过去的“618”电商购物节,交易笔数、下单金额等多个数据刷新纪录。同时,一些“堵点”难点仍然存在。专家表示,近年来消费者购物需求从“淘便宜”向“买品质”升级,电商购物节也要由拼销量、打价格战转为拼服务、拼产品、拼体验。

刚刚过去的“618”电商购物节,多个数据刷新纪录:天猫“618”累计下单金额6982亿元;京东“618”全球年中购物节累计下单金额2692亿元;拼多多“618”购物节期间订单数超11亿笔;6月18日,苏宁易购全渠道销售增长129%……

通过拓展线上模式,采用直播“带货”等新手段,电商购物节实现了销量提升。同时,“套路与劣质齐飞”“线上流量未充分分流实体经济”“一二线城市渗透率饱和”等依然是摆在电商购物节面前待解的难题。要承担起激发消费潜力,助推中国零售业转型升级的重任,电商购物节还需要打通诸多“堵点”难点。

服务顽疾待根治

相比以往,今年的“618”购物节开启得更早,持续时间更长,补贴也更为直接。但是,不少消费者表示依旧被商家“套路”,某些商品显示的折扣力度虽大,但很可能是先涨价后打折。北京西城区消费者秦先生告诉记者,他所关注的某品牌智能手表可能有猫腻,“网页显示产品价格优惠200元,但我年初给朋友送过一款,当时的价格与‘618’优惠后的一样,这个折扣明显存在水分”。

眼尖的消费者发现,部分商家利用电商购物节“去库存”,上架的大都是往年旧款和“专供网络”产品,并未说明情况,导致不

明就里的消费者买到过时的产品。电商购物节的高销量导致商家服务难以跟上。平时因为尺寸、地址等原因下错单,基本能及时联系客服修改,而电商购物节期间不仅很多订单无法修改,甚至强制24小时内无法退款。此外,高强度的发货也导致错发、漏发、慢发时有发生,购物体验不佳。

专家表示,近年来消费者购物需求从“淘便宜”向“买品质”升级,更看重产品性价比、购物体验和商家服务等,弄虚作假、偷工减料的空间越来越小。如果寄希望于用低价换取销售额,无疑将会透支信任。电商购物节要进一步发展,把消费潜力转换为增长动力,还得由拼销量、打价格战转为拼服务、拼产品、拼体验。

新型业态待创造

“全民打开直播间”“直播‘带货’成主力”……今年“618”,直播“带货”成亮点,以直播为代表的新业态,兼具交互性与娱乐性,既吸睛引流又打通了线上线下,赋予了电商购物节新的发展潜能。

“购物节除了能链接制造商、品牌商和消费者,也能进一步发挥互联网企业在技术、数据、模式等方面的优势,帮助实体企业进行数字化转型升级。”一位电商平台负责人表示,对于线下企业来说,电商购物节既是提升销量、获取用户的重要节点,更是与互联网企业充分融合,创造新业态的重要契机。



程 硕作(新华社发)

下沉市场待开发

今年电商购物节,三线及以下城市与乡镇市场成为各大电商平台抢夺的重点。根据相关数据显示,我国三线及以下城市约有10亿人口,而目前对于这部分人群的优质商品供给仍比较欠缺,消费需求未得到充分满足。

“三线及以下城市将是消费增长的新引擎。”盘和林分析,当前电商在一二线城市渗透率已相对偏高,需求也存在一定程度饱和,获取新用户成本日益增加,广大的下沉市场成为电商实现持续增收的蓝海。

电商平台开发下沉市场并不容易。一个重要原因在于劣质商品在这些市场长期存在,潜移默化中定义了该市场的价格体系,过度依赖低价的消费群体一旦失去价格优势,其用户粘性将降低。

重塑消费轨道、培养消费习惯是当务之急。各大电商平台从零售渠道着手,在社区、街镇开设电商零售店,让电商平台离下沉市场更近,也更便于提供高质量的电商售后服务,精准捕捉消费者新需求。

“在电商进军下沉市场后,被高品质电商带动的消费者会逐渐形成新的消费习惯。”数字经济智库副院长储殷表示,各线城市消费者的线上消费习惯将快速融合,而利用信息不对称的低端营销会逐渐失灵。

1 行业风向

日前,农业农村部办公厅印发《关于强化生猪收购贩运管理的通知》,就加强生猪收购贩运主体基础信息管理、压实生猪收购贩运环节防疫主体责任等方面进行了明确。文件提出,各地要完善产地检疫信息管理,自7月1日起,指导从事生猪收购贩运的单位和个人通过微信小程序“牧运通”登记单位名称或个人姓名、营业执照或身份证、单位地址或家庭住址、联系方式等基础信息,实行全国统一编码。

农业农村部畜牧兽医局有关负责人表示,这些举措是为了及时掌握生猪收购贩运情况,切实规范生猪收购贩运行为,加强生猪产地检疫与运输监管的衔接,降低非洲猪瘟疫情传播风险。当前,我国非洲猪瘟防控工作取得了积极成效,但非洲猪瘟疫情发生风险依然较高,稍有松懈就可能反弹扩散,必须建立健全常态化防控措施。针对此,农业农村部此前已发布《非洲猪瘟防控强化措施指引》。

按照有关要求,动物卫生监督机构在接到生猪产地检疫申报后,要通过动物检疫证明电子出证系统核对从事生猪收购贩运单位或个人信息登记情况,指导其做好基础信息登记。各地要做好动物检疫证明电子出证系统开发工作,并与中央系统对接,实现动物检疫证明电子出证系统和“牧运通”之间的数据联通。

“重点是压实生猪收购贩运环节防疫主体责任。”该负责人表示,各地要督促从事生猪收购贩运的单位和个人,建立健全贩运、收购台账,核对收购的生猪是否佩戴合法耳标、是否使用经备案的生猪运输车辆;督促承运人凭检疫证明运输生猪,在装车前和卸车后及时对运输车辆进行清洗、消毒;在接到从事生猪收购贩运的单位和个人代为申报检疫后,应该严格查验其信息登记情况、养殖场委托书及申报材料。

如何加强生猪收购贩运风险管理?农业农村部要求,各地要加强生猪产地检疫风险评估机制建设,强化生猪收购贩运活动风险管理,及时将从事生猪收购贩运的单位和个人的违法违规贩运生猪情况录入“牧运通”系统。在非洲猪瘟疫情应急响应期间,从事生猪收购贩运的单位和个人出现过一次违法违规记录的,申报检疫时,涉及的生猪应附具非洲猪瘟检测报告,检测报告由有资质的第三方检测机构出具,检测比例不得低于该批次生猪数量的30%;出现过两次及以上有关违法违规记录的,暂停受理与其相关的检疫申报。

本版编辑 胡达闻 孟 飞

建立健全非洲猪瘟疫情常态化防控措施——生猪收购贩运要实名登记了

本报记者 乔金亮

60城400场活动500项产品推动疫后文旅复苏 医护人员免费畅游旗下景区致敬抗疫英雄

2020 华侨城文化旅游节火热开启

2020年6月19日,以“美好如期·欢乐同行”为主题的2020华侨城文化旅游节正式启动。在疫情的特殊背景下,华侨城集团坚持防控优先,积极落实“限量、预约、错峰”等景区常态化、长效化治理要求,整合旗下百余家文旅企业优势资源,为旅游消费市场和广大游客呈现一场高规格、高品质、高享受的文旅盛宴。

本届旅游节将从6月持续至10月,横跨夏秋两季,将为广大消费者带来高品质文旅产品服务和海量“橙”意好礼。尽管受到疫情冲击,我国旅游业仍表现出强劲的韧性。疫情期间,数字文旅需求蓬勃发展;“五一”期间全国共计接待国内游客1.15亿人次,优于预期,人民对美好生活的向往有增无减。

在市场和政策的双重驱动下,经过精心筹备、焕新而来,本届旅游节满载新产品、新玩法、新体验的文旅盛会,将通过落地全国60城的活动,把欢乐送到每一位游客身边,满足疫后人民群众对安全、品质、健康、美好生活的向往。

五大体验满足多元需求 安心旅途欢乐相伴

本届旅游节,华侨城集团创新文旅供给,全新推出“自然康养、文化艺术、欢乐休闲、历史民俗、美食潮玩”5大体验,以400场新意十足、正能量满满的文旅活动,满足人们周边游、乡村田园游、康养度假、夜间休闲旅游等日益增长的消费需求,进一步丰富人民群众的精神文化生活。

久在樊笼里,复得返自然。为顺应疫后人们生活观念的转变,满足人们对健康出游的追求,本届旅游节汇集自然景区、特色小镇、美丽乡村、度假区、主题酒店等产品,特别推出“自然康养”体验。如在华东地区除了泰州华侨城的温泉节之外,还联动长三角地区多个热门景区推出“花橙江南畅游卡”,打造“舌尖江南、秀水江南、艺术江南、动感江南、线上江南”5大类共47项特色产品,让游客在领略水韵江南古典风情的同时,感受来自大自然的生机与美好。此外,云南华侨城“第七届山地七彩跑暨水上狂欢节”、云南丽江老君山“徒步节&摄影采风大赛”、剑门关华侨城“氧护康养季”、青岛华侨城“2020年莲花山杯骑行赛”、甘坑客家小镇“小凉帽农耕节”等丰富多彩的活动,也将带领游客走近绿水青山,感受大自然的蓬勃生机。

广大游客还可以在洛带古镇参与以客家文化为核心的传统水龙文化节,于云南丽江老君山体验傣族传统



文化……节庆期间,华侨城结合各地历史、文化民俗,汇集特色小镇、人文景区、主题公园等产品,推出如非遗节、风车节、丰收节、农耕节、民俗庙会等主题活动,一项项传承历史文化之精髓、形式创新的活动将带领游客感受“历史民俗”历久弥新的魅力。

此外,位于云南的杨丽萍大剧院也将于旅游节期间正式开放,襄阳华侨城奇梦海滩乐园的国际马戏嘉年华、华侨城当代艺术中心的系列展览和演出、世界恐龙谷的博物馆奇妙夜、海南骑楼婚礼秀等精彩纷呈的主题活动将为游客呈现“文化艺术”的多元与瑰丽。

“欢乐休闲”的美好时光同样不容辜负,成都黄龙溪古镇“乐夏戏水露营季”、深圳光明小镇“欢乐田园”盛夏花舞”和“丰收节”等活动,开启周末欢乐之旅;欢乐谷连锁主题公园的电音节、街头艺术节、国际魔术节,深圳欢乐港湾滨海繁星音乐节和世界之窗国际啤酒节将为游客打造全方位沉浸式游玩体验。

“美食潮玩”将让游客在旅行中获得舌尖与心灵的慰藉;顺德华侨城的美食文化节和山海关景区的浑锅夜宴等你大快朵颐;云南禄丰世界恐龙谷将推出包括“博物馆奇妙夜”“AR挑战”“侏罗纪美食”在内的周末休闲体验,酝酿一场恐龙大遗址上的夏夜狂欢……

海量福利放送 九大花橙定制卡欢乐登场

本届旅游节以“橙能玩、橙好玩、橙惠玩”开启旅游盛宴帷幕,华侨城旅游官方平台“花橙旅游”将推出超500款产品,其中九大花橙定制卡将全方位覆盖5大体验,此外还有1分钱拼团、暑期满减、主题直播、线上有奖互动等多重文旅惠民活动,带领广大游客玩转东南西北中、乐享缤纷福利。

九大花橙定制卡已悉数上线,覆盖北方、华东、中部、西部、云南、海南、华南七大区域的近50个主题公园、自然名胜、特色小镇、美丽乡村、旅游度假区、人文场馆等,用超低价折扣为游客送上一场欢乐之旅。针对不同消费者在空间、地域上的个性化需求,2020华侨城文化旅游节还将推出花

橙深圳旅游卡、深圳美食潮玩卡、京华卡、天府畅游卡、江南畅游卡、水韵江南卡、云南双双卡、昆明畅游卡和湖北欢乐卡等共计9大花橙旅游卡,主打品质周边游和家庭游的花橙卡,广大游客可开启在各地自由出游模式,尽情感受各地特色风情。

传递温暖正能量 “感恩礼敬”致敬抗疫英雄

在不断提升优质文旅产品及服务的供给能力之外,华侨城集团立足自身产业优势,以诸多公益活动为载体输出社会正能量、传递爱与温暖。疫情发生以来,全国各地的医护人员舍小家、为大家,为人民群众的健康安全构筑起一道严密防线。为感恩在抗疫中辛勤付出的一线工作者,华侨城集团将在旅游节期间正式推出以“感谢有你·欢乐同行”为主题的感恩礼敬行动,以“感恩天使礼”“感恩亲情礼”两大礼包及众多景区专属福利致敬抗疫英雄。

“感恩天使礼”即全国医护人员可于6月19日至12月31日无限次免费游览华侨城全国各景区;“感恩亲情礼”即全国医护人员可携带2名直系亲属于8月19日至8月25日无限次免费游览华侨城全国各景区。此外,华侨城集团旗下各景区还将面向医护人员等抗疫主力群体和其他相关群体推出专属特惠和个性化定制服务,邀请抗疫英雄欢乐同行,以实际行动践行文旅央企的社会责任。

新时期、新环境、新需求,承载“为中国·造欢乐”这一使命的华侨城文化旅游节,将持续创新文旅产品服务的供给,输出更多的“爱与陪伴”,满足人民群众日益增长的美好生活的需要。

美好如期,欢乐同行。华侨城集团真诚期待与广大游客相遇在2020华侨城文化旅游节,眼见美景、探索创意、释放活力、分享喜悦。活动详情及购票渠道请关注华侨城集团旅游官方商城花橙旅游www.smartoct.com,或扫描二维码,花橙旅游以“旅游线+生活圈”模式,深度切入旅游全流程的各个环节,为游客提供华侨城集团旗下景区票务、酒店、度假和主题商品预订、旅游资讯和游玩攻略等多元化旅行服务。(数据来源:华侨城集团有限公司)



花橙旅游平台二维码